

## ***Fransızca Ölmekte Olan Bir Dil mi? Twitter’da Konu Hakkında Yapılan Tartışmalara Yönelik Bir Söylem Çözümlemesi***

### ***Is French a Dying Language? A Discourse Analysis on Discussions About the Topic on Twitter***

*Araştırma Makalesi / Research Article*

**Aysun AVCI\***, **Aziza AKRAMOVA\*\***, **Erdoğan KARTAL\*\*\***

\* Yüksek Lisans Öğr., Bursa Uludağ Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Fransız Dili Eğitimi Bilim Dalı, Bursa, Türkiye, e-posta: [802292001@ogr.uludag.edu.tr](mailto:802292001@ogr.uludag.edu.tr), ORCID: 0000-0003-1553-3240

\*\* Yüksek Lisans Öğr., Bursa Uludağ Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Fransız Dili Eğitimi Bilim Dalı, Bursa, Türkiye, e-posta: [802292006@ogr.uludag.edu.tr](mailto:802292006@ogr.uludag.edu.tr), ORCID: 0000-0002-3578-8331

\*\*\* Prof. Dr., Bursa Uludağ Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, Yabancı Diller Eğitimi Bölümü, Fransız Dili Eğitimi ABD, Bursa, Türkiye, e-posta: [ekartal@uludag.edu.tr](mailto:ekartal@uludag.edu.tr), ORCID: 0000-0002-9836-5221

#### **ÖZET**

Günümüzde tüm dünyada olduğu gibi ülkemizde de en yaygın ve sık kullanılan sosyal medya araçlarının başında Twitter gelmektedir. Kullanıcılarının özellikle ülke ve dünya gündemine dair güncel konular hakkında görüş ve düşüncelerini anlık olarak paylaşarak tartışabildikleri bu etkileşimli ortam, çok kısa bir zaman içerisinde devasa bir platform haline almıştır. Söz konusu ortamda tartışmalar, genellikle gündem olan konulara dair atılan tweetler ve bu tweetlerin alıntılanarak altına yapılan yorumlar ya da retweet edilmesi yoluyla gerçekleşmektedir. Bu tartışmaların, Twitter’ın bir sosyal medya aracı olarak gündem belirlemedeki rolü ve toplumsal tartışma kültüründeki yerini anlamak açısından önem taşıdığı düşünülmektedir. Bu çalışmada, Twitter ortamında duyurulan bir haberin okunduğu anda kullanıcılarına neler düşündürdüğü, onların üzerinde nasıl duygusal bir etki yarattığı ve sonuçta bunun ilgili habere yapılan yorumlara nasıl yansıtıldığının söylem çözümlemesi yoluyla incelenerek ortaya konması amaçlanmaktadır. Bu bağlamda, Herring (2004)’in bilgisayar aracılı söylem çözümlemesi yaklaşımıyla, Türkiye’deki ulusal televizyon kanallarından biri olan Fox TV’nin Ana Haber sunucusu Selçuk Tepeli’nin kendi haber programından kısa bir video eşliğinde 25.10.2022 tarihinde paylaştığı, Twitter’ın gündem başlığı altında yer alan ve aynı zamanda günün en çok tartışılan konuları arasında yer alan: “Dünyada yaşayan diller arasında İngilizce birinci, Türkçe ikinci sırada. Fransızca ise ölen diller arasında gösteriliyor. Bazı şeyleri ezbere konuşmamak lazım...” başlıklı tweetine yapılan 107 yorum (tweet) incelenmiştir.

**Anahtar Sözcükler:** Twitter, Fransızca, Söylem Çözümlemesi, Dil ve Milliyetçilik

#### **ABSTRACT**

Today, Twitter is one of the most popular and widely-used social media tools in Turkey as well as all over the world. This interactive environment, through which users can instantly share and discuss their opinions and thoughts about current issues, especially on the domestic and world agenda, has evolved into a huge platform in record time. Discussions on this environment are through tweets on current topics and comments made by quoting these tweets or retweeting. Such discussions are important in understanding the role of Twitter as a social media tool in setting the agenda and its place in the culture of social discussion. Using discourse analysis, this study aims to reveal what a news posted on Twitter

makes its users think, what emotional effect it creates on them, and how this is reflected in the comments made on the relevant news. To that end, drawing on Herring's (2004) computer-mediated discourse analysis approach, this study examines the 107 comments (tweets) made on a tweet of Selçuk Tepeli, who is the prime-time anchorman of Fox TV, one of the national television channels in Turkey; this tweet was shared by Tepeli on 25.10.2022, accompanied by a short video from his own newscast, became one of the most hot topics of the day under the agenda of Twitter and was as follows: "Among the languages living in the world, English ranks first and Turkish ranks second. French is one of the dying languages. It is best not to talk about something without knowing it..."

**Keywords:** Twitter, French, Discourse Analysis, Language and Nationalism

## 1. Giriş

Günümüzde tüm dünyada yaygın olarak kullanılan ve kullanıcı sayısı her geçen gün artan *Facebook*, *Twitter* ve *Instagram* gibi sosyal ağlar; milliyet, kültür, sosyal statü, yaş ve cinsiyet ayırt etmeksizin insanların ilgi alanları çerçevesinde birbiriyle buluşarak etkileşim ve iletişim kurmalarını sağlayan ortak bir sosyalleşme mecrası halini almıştır. Her biri birbirinden farklı ya da ortak özelliklere sahip olabilen bu mecralar, kimi zaman kişilerin iletişim kurma ve ilgi alanları doğrultusunda paylaşımlarda bulunmaları amacıyla kullanılırken, kimi zaman da salt eğlence amaçlı kullanılmaktadır. Ayrıca, kimi kişiler için ise diğer kullanıcılar tarafından beğenilme, takdir edilme, kısa yoldan şöhret olma veya para kazanma gibi başka amaçlar için de kullanılabilen ortamlar olabilmektedir (Aksakallı, 2020).

Yukarıda sözü edilen sosyal medya mecralarından biri de Twitter’dır. Şahiner Yılmaz, Özer ve Gökçen (2022, s. 305)’ın, hızlı büyümesiyle birlikte günümüzde daha fazla kullanıcıya ulaşarak onların görüş ve fikirlerini çevrimiçi olarak paylaşmalarına imkân sağlayan bir platform olarak adlandırdığı Twitter’ı, Kirilenko ve Stepchenkova (2014, s. 171-172); insanların gündelik faaliyetleri hakkında kimi kısa paylaşımlar yaparak birbirleriyle iletişim halinde kalmalarını sağlayacak şekilde tasarlanmış en yaygın kullanılan mikrobloğlardan biri olarak tanımlamakla birlikte, yapısı (özelliği) gereği bu mecranın aynı zamanda toplumsal olaylar karşısında insanlara “neler oluyor” sorusunu sordurabilen ve bunun sonucunda oluşan kamuoyuna dair tepki ve görüşlerin de incelenmesi için uygun bir ortam sağlayan, bilgi alışverişinin köşe taşlarından biri sayılabilecek nitelikte geniş bir ağ olduğuna dikkat çekmektedir. Weng, Lim, He ve Leung (2010, s. 1121) ise bir sosyal medya biçimi olarak bu tür mikrobloğların, gerçek zamanlı ve kolay kullanımlı olmaları nedeniyle son yıllarda oldukça bilinir hale geldikleri ve çok sayıda kullanıcının ilgisini çektiklerini belirtmekle birlikte, buralarda yazılanların çok kısa olması ve içerik olarak da genellikle birtakım gündelik etkinlikleri yansıtması sebebiyle çoğunlukla ciddi kullanıcıları cezbetmediğine işaret etmektedir. Örneğin, kullanıcılar bir nevi günlük yaşamlarını belgelemek için etkin bir şekilde tweetler göndermesine rağmen bu tweetlerin büyük bir çoğunluğu diğer kullanıcılar tarafından hiçbir zaman okunmayabilirken hem gerçek dünyada hem de çevrimiçi dünyada meydana gelen bir takım ilginç olayları bildiren başka tweetler ilgi görüp okunabilmekte ve bu tür faaliyetler de adeta bir çeşit “yurttaş gazeteciliği” olarak görülmektedir.

Günümüzde sosyal ve kültürel yaşamdan iş hayatına, oradan eğitim alanına kadar gündelik hayatın artık neredeyse vazgeçilmez ve yadsınamaz bir parçası haline gelen söz

konusu ortamlar, Uluç ve Yarcı (2017, s. 89)'ın da vurguladığı gibi bir yandan insanların birbirleriyle ve çevreleriyle olan iletişim alışkanlıklarının değişmesine neden olurken, diğer yandan insanların duygu, düşünce (bakış açıları), davranış ve yaşam tarzlarına da etki ederek köklü değişim ve dönüşümlere yol açmaktadır. Bütün bu değişim ve dönüşümlerin yanı sıra, Çakır ve Topçu (2005, s. 95)'nin da dikkat çektiği gibi sosyal medya araçlarının gelişim ve kullanımının yaygınlaşmasına koşut olarak günlük yaşamda kullandığımız dil de bu ortamlara uyum sağlayarak değişim göstermektedir. Özellikle bu araçların kullanım hızıyla birlikte çoğu kez ifadeler (cümleler) ve sözcükler kısaltılmakta, duygu ve düşünceler “emoji” ve “gifler” aracılığıyla hızlı ve sınırlı bir şekilde ifade edilmekte ve yeni bir takım terim, kalıp ve klişe sözlerin kullanılması yoluyla da adeta bir tür sosyal medya jargonu oluşmaktadır. Böylelikle dilin yapısı ve estetiği bozulmakla birlikte, Bulut (2021, s. 21)'un da ifade ettiği gibi bu yeni sanal dünya ve burada yaşayan kişilerin kullandıkları farklı bir dil ya da dillerin olması ise adeta kaçınılmaz bir hal almaktadır.

Diğer yandan Önday (2017), bu yeni sayısal (dijital) ortam ve oluşumların kültürel alanda da kimi değişim ve dönüşümleri beraberinde getirdiğine işaret ederken (aktaran Mertol, Çetin ve Ergün, 2022, s. 603), Konuk (2019, s. 794) ise bu ortamlarda yapılan her türlü yazılı (metin), sözlü (ses kaydı) ve görsel (resim veya video) paylaşım ve mekân bildirimlerinin, insanların sosyo-kültürel davranış kalıplarını etkilediğini ve beraberinde de ister istemez kendi kültürünü taşıdığını ifade etmektedir. Böylelikle, sosyal medya ortamlarında yer alan söylemlerde varlığına işaret edilen bu kültürün milliyetçilik tonundan da söz edilebilir. Kasımoğlu (2013, s. 165), dilin insanlık tarihinde ilk olarak siyasi amaçlarla kullanımı için “modern zamanlar” olarak bilinen *Yeni Çağ* (1453-1789)'ı işaret etse de daha çok 1789 *Fransız Devrimi* sonrasında meydana gelen milliyetçilik akımlarına koşut olarak ortaya çıktığı bilinmektedir. Çünkü milliyetçilik düşüncesi/ ideolojisi ve onun öngördüğü uluslaşma sürecinde bir başka deyişle “ulus-devlet” biçimi, Küçük Durur (2011, s. 45)'un da ifade ettiği gibi “dil birliğine” özel bir önem atfedilmektedir. Bu bağlamda Aygül (2008)'ün de vurguladığı gibi; “dil sadece bir iletişim aracı değil, aynı zamanda yurttaş olmanın da en önemli göstergelerinden biridir” (s.1). Bununla birlikte, dil, Uzun (2018, s. 1302)'un da belirttiği gibi, ortak aidiyetlerin keşfedilmesi yoluyla yurttaşlarda ortak ulusal bir kimlik ve kültürün kazandırılması sürecinde başat bir öneme sahiptir.

Ancak Anderson (2017, s. 150-151), milliyetçiliği var eden şeyin özünde belli bir dilin kendisinin olmadığını, onu asıl var eden şeyin “yayın dili” olduğunu, dillerin en önemli özelliğinin ise bir tür “hayali cemaatler” üreterek, yerel ya da bölgesel ölçekte dayanışma grupları oluşturabilme kabiliyeti olduğunu belirterek dilin her daim ulusal bir niteliğinin olmadığına dikkat çekmektedir (aktaran Gürbüz, Akar ve Bilecen, 2021, s. 1108). Her ne kadar Anderson (2017)'in bu bağlamda bahsettiği “yayın dili”, ön-kapitalist (pre-kapitalist) olarak adlandırdığı 20. yy. başlarındaki kitap, gazete ve dergi gibi yazılı kitle iletişim araçları üzerinden gerçekleşse de Akınerdem (2007, s. 8-9)'in de altını çizdiği gibi ortak bir dil ve bakış açısı içeren bu tür yayınlar, hedef kitlelerine kendilerini bir “cemaat” olarak “hayal” etme imkânı vermekteydi. Günümüzde ise bu anlayış, Ay (2017, s. 942)'ın da belirttiği gibi sosyal medya araçlarının yaygın kullanımıyla birlikte farklı bir boyuta taşınmıştır. Artık geçmişte

olduğu gibi yüzlerce yıllık bir zaman dilimi içerisinde oluşan farklı medeniyet ve inanışlara dayalı cemaatler ve onların değişiminden değil, anlık ve kısa süreli gruplaşma ve cemaatleşmelerden söz etmek olası görünmektedir. Bütün bu gelişmelerin sonuçlarından biri olarak da özellikle günümüzde Twitter'ın, yeni adıyla X'in, girişte de işaret edildiği gibi tüm dünyada olduğu gibi ülkemizde de yaygın olarak kullanımıyla birlikte anlık ve kısa süreli kitlesel oluşumlar hızla artmaktadır.

## 2. Alanyazın İncelemesi

Kullanımının her geçen gün yaygınlaşmasıyla söz konusu platform, aynı zamanda kendi verisini üreterek araştırmacılar için her alanda kolay erişilebilir henüz yeni yeni keşfedilmekte olan devasa bir veri tabanına dönüşmektedir. Örneğin ülkemizdeki bilim insanlarının akademik çalışmalarının yer aldığı *Yükseköğretim Akademik Arama* (YÖKAKADEMİK) (<https://akademik.yok.gov.tr/AkademikArama/>) veri tabanı üzerindeki arama motoruna 15 Temmuz 2023 tarihi itibarıyla *Twitter* anahtar sözcüğü yazılarak basit bir tarama yapıldığında bütün bilim alanlarını içerecek şekilde; 840 makale, 61 kitap ve 358 teze ulaşılmaktadır. 840 makalenin platform üzerindeki 11 temel bilim alanına göre dağılımına göz gezdirildiğinde ise ağırlıklı bir bölümü ( $f=562$ )'ünün başta *sosyal-beşeri ve idari bilimler* temel alanında olmak üzere, 118'inin *mühendislik*, 58'inin *sağlık bilimleri*, 49'unun *eğitim bilimleri ve öğretmen yetiştirme*, 17'sinin *spor bilimleri*, 8'inin *mimarlık, planlama ve tasarım*, 5'inin *hukuk*, 4'ünün *fen bilimleri ve matematik*, 2'sinin *filoloji*, 2'sinin *ilahiyat*, 2'sinin *ziraat, orman ve su ürünleri* ve 1'inin ise *güzel sanatlar* temel alanlarında gerçekleştirildiği belirlenmiştir. Diğer yandan, Twitter konulu makalelerin geçtiğimiz son 5 yıl içerisindeki yıllara göre dağılımına bakıldığında da kesintisiz şekilde düzenli bir artış olduğu gözlenmektedir: 2018 yılında 75 olan makale sayısı 2019'da 85'e, 2020 yılında 110'a, 2021 yılında da neredeyse yarı yarıya bir artış göstererek 158'e ve 2022 yılında ise 165'e ulaşmıştır. Taramanın yapıldığı tarihlerde henüz 2023 yılının ikinci yarısının başlarında olmamıza rağmen platforma, farklı bilim alanlarında ulusal ve uluslararası dergilerde yayımlanmış 38 makalenin işlendiği görülmektedir. Bu çalışmaların yarıdan fazlası ( $f=22$ ) nicel desende yapılandırılmış olmakla birlikte söz konusu araştırmalar konuları bakımından değerlendirildiğinde ise genellikle atılan tweetlerin içerik ve söylem analizi yoluyla sistematik olarak değerlendirildiği anlaşılmaktadır. Örneğin; Mertoğlu (2023)'nun, Twitter örneği üzerinden Covid-19'a karşı bilinçlenmede sosyal medyanın rolünü; Kantar, Ersöz, İnce Yenilmez, Çetinkaya ve Sıvış (2023)'ın, kadın sporcuların Twitter ve haber kanallarındaki toplumsal cinsiyet analizini; Çelik (2023)'in, haber televizyonlarına ait Twitter hesaplarının etkinliğini; Sarman ve Tuncay (2023)'in, Facebook, Instagram, Twitter, Tik Tok, WhatsApp ve Telegram gibi sosyal medya platformları üzerinden Türkiye'deki ergenlerin yalnızlık ve öfke ile olan ilişkilerini; Erdem (2023)'in, Türk Anayasa Mahkemesi'nin sosyal medya kullanımına dair Twitter paylaşımlarının içerik analizini; benzer şekilde Kortunay (2023)'ın, Türkiye'deki üniversitelerin Twitter kullanımına dair içerik analizini; Yılmaz ve Polat (2023)'ın, Türkiye'de veganizm konusundaki tartışma alanının Twitter'da nasıl yapılandırıldığını; Hasgöl, Karataş, Pak Güre ve Duyan (2023)'ın, Twitter'da Metaverse'e ilişkin duygu ve gelecek beklentilerinin çözümlemesi yoluyla yeni dijital dünyanın inşasının Türkiye'de nasıl algılandığını ve son olarak Çılgın, Gökçen ve Gökşen (2023)'in de Türkiye'de,

özellikle sosyal medya kullanıcılarının Covid-19 aşılarna ilişkin tutum ve endişelerinin Twitter üzerinden makine öğrenmesi ile çözümlemesini gerçekleştirdikleri belirlenmiştir. Bütün bu veriler ışığında, Twitter'ın ülkemizde neredeyse bilim alanlarının tamamında farklı temalar çerçevesinde araştırma konusu edildiği ve söz konusu çalışmaların nicel olarak da her geçen yıl artış gösterdiği anlaşılmaktadır.

### 3. Çalışmanın Önemi ve Amacı

Alanyazın incelemesinde, Türkçe veya dünya dillerinin konumuna ilişkin yapılan tartışmalar üzerine, Twitter eksenli tartışmalar dâhil, söylem çözümlemesinin yapıldığı herhangi bir bilimsel çalışmaya rastlanmamıştır. Ayrıca, son yıllarda ülkemizde söylem çözümlemesine dayalı araştırmalarda çoğunlukla nicel yaklaşımların benimsendiği, nitel bakış açısıyla gerçekleştirilmiş çalışmaların ise sınırlı sayıda kaldığı göze çarpmaktadır. Bu sebeple, mevcut araştırma, insanların görüş ve düşüncelerini özgürce ifade ettikleri varsayılan Twitter ortamında “dil” aracılığıyla kimi zaman nasıl bir milliyetçi, siyasi ve ırkçı nefret söylemi geliştirebildiklerinin görülmesi açısından önem arz etmektedir.

Bu çalışmada, Twitter ortamında duyurulan bir haberin okunduğu anda kullanıcılarına neler düşündürdüğü, onların üzerinde nasıl duygusal bir etki yarattığı ve sonuçta bu durumun söz konusu habere dair yapılan yorumlara nasıl yansıdığı söylem çözümlemesi yoluyla incelenerek ortaya konması amaçlanmaktadır. İlgili habere gelince; dönemin AK Parti Grup Başkanvekili Mahir Ünal, 14-23 Ekim tarihleri arasında Kahramanmaraş'ta düzenlenen 8. Uluslararası Kitap ve Kültür Fuarı etkinlikleri kapsamında 22.10.2022 tarihinde *Yerelden Evrensele Şehir Ufku: Kahramanmaraş Örneği* başlıklı konferansta yaptığı konuşmada şu ifadeleri kullanır:

“Tarihteki en sert kültürel devrim Türkiye’de yaşanmıştır. Mesela Fransız Devrimi her şeyi yıkmıştır ama lügate yani dile dokunmamıştır. Yine en sert devrimlerden bir tanesi Mao’nun Çin’de yaptığı kültürel devrimdir ve o da dile dokunmamıştır. Ama maalesef bir kültür devrimi olarak Cumhuriyet bizim lügatimizi, alfabemizi, dilimizi, hâsılı bütün düşünmemizi yok etmiştir.” (Gerçek Gündem, 22 Ekim 2022).

Ünal’ın konuşmasının çeşitli televizyon kanallarında ve haber sitelerinde yayınlanmasının ardından Fox Televizyonu Ana Haber sunucusu Selçuk Tepeli, 25.10.2022 tarihinde kendi haber programında bu konuşmaya cevap niteliğinde bir açıklamada bulunur (Ek 1: Haberin Transkripsiyonu). Programın hemen ardından, saat 21:16 itibarıyla de kişisel Twitter hesabından haberdeki konuşmasını içeren kısa bir video kesiti eşliğinde şu tweeti paylaşır (Resim 1): *Dünyada yaşayan diller arasında İngilizce birinci, Türkçe ikinci sırada. Fransızca ise ölen diller arasında gösteriliyor. Bazı şeyleri ezbere konuşmamak lazım...* (<https://twitter.com/selcukktepeli/status/1584972142055424000>). Tepeli’nin tweetiyle sosyal medya ortamına aksettirilen bu haber, aynı tarihlerde Twitter’ın “gündem” başlığı altında da günün en çok tartışılan konuları arasında yerini alır.



Resim 1: Selçuk Tepeli'nin İlgili Habere Dair Tweepi

## 4. Yöntem

### 4.1. Araştırma Deseni

Yukarıda çalışmanın giriş bölümünde de belirtildiği üzere Twitter kullanıcıları, bu platform üzerinden duyurulan haber veya kişisel paylaşımlara görüş, düşünce ve yorumlarını ekleyebilmektedir. Böylelikle Dumanlı Kürkcü (2018, s. 60)'nün de işaret ettiği gibi geleneksel medyadaki tek yönlü iletişim biçimi yerini bu tür ortamlarda karşılıklı iletişim ve etkileşime bırakmaktadır. Bu yeni iletişim biçimi sayesinde de kullanıcılar, okuyucu, dinleyici ve aynı zamanda geleneksel medyanın aktardığı mesajları alan, onları başka insanlara aktaran ve yayan bir tür üretici, başka bir ifadeyle haberci haline gelmekte ve gündemi belirleyebilmektedir. Bu çalışmada da bir tweet aracılığıyla sosyal medya ortamına taşınan bir haberin, o gün ve ertesinde Twitter'ın "gündem" başlığı altında günün en çok tartışılan konuları arasında yer alması sebebiyle ilgili konuya değin yapılan tartışmaların, yani atılan tweetlerin söylem çözümlemesi yoluyla incelenmesi amaçlandığından çalışma, nitel araştırma yöntemlerinden olgubilim (fenomenolojik) desenine göre yapılandırılmıştır. Merriam (2018, s. 25)'a göre bu desende yürütülen çalışmalarda, *olgu* (fenomen)'nin bütün önyargılardan bağımsız olarak gerçekte olduğu gibi ortaya konması amaçlandığından katılımcılardan elde edilen bilgilerin çeşitlendirilmesi ve derinliklerinin artırılması gerekmektedir. Yıldırım ve Şimşek (2005) ise anlamını tam olarak kavrayamadığımız kimi olguları araştırmayı amaçlayan çalışmalar için olgubilimin uygun bir araştırma modeli oluşturduğunu vurgulamaktadır. Ayrıca Turan (2019, s. 69)'ın da belirttiği gibi söz konusu yaklaşımın temelinde, özellikle de veri toplama aşamasında araştırmacılar, çalışmaya konu olan olgu ya da olaylarla ilgisi olan kişilerin duygularını da çözümleme girişiminde bulunurlar.

## 4.2. Derlemin Oluşturulması ve Verilerin Çözümlemesi

Çalışmanın derlemi, Tepeli'nin ilgili haberi 25 Ekim 2022 günü saat 21:16'da bir tweet eşliğinde Twitter hesabından paylaşmasının ardından, bu konuya dair son tweetin atıldığı 28 Ekim 2022 günü saat 07:09'a kadar haberin altına yazılan 107 tweetin derlenmesi yoluyla oluşturulmuştur (Ek 2: QR Kod). Ardından, derlemi oluşturan tweetlerin her birinin, bir görüş, düşünce ya da algı içerdiği varsayılarak, ayrı birer "söylem" olarak değerlendirilmiş ve Herring (2004)'in "bilgisayar aracılı söylem çözümlemesi" yaklaşımıyla incelenmiştir. Araştırmacıya göre, söz konusu söylem çözümleme biçimi, bir teori ya da yöntemden daha çok bir yaklaşım olup, bu yaklaşımın altındaki teorik varsayımların da klasik söylem çözümlemesindeki varsayımların aynıdır. Dil odaklı içerik çözümlemesi olarak da kabul edilen bu çözümleme yaklaşımında, seçilen herhangi bir metin (söylem), içeriğindeki kimi dilsel olgulara bakılarak doğrudan nitel amaçlarla incelenebileceği gibi, bu olguların kodlanması, hesaplanması ve göreceli sıklıklarının elde edilmesi gibi nicel amaçlarla da değerlendirilebilmektedir (Herring, 2004, s. 340-341).

Çözümleme aşamasında ilk olarak derlemdeki tweetler, platform üzerindeki dizilişlerine göre 1'den 107'ye kadar önlerine T (Tweet) harfi eklenerek kodlanmış ve ardından her biri söylem olarak adlandırılmıştır. Bu süreçte tweetlerin yanı sıra, bu tweetlerin içerdikleri bağlantılar (linkler) da göz önünde bulundurularak, bağlantılar aracılığıyla erişilen sayfalardaki yorumlar da dikkate alınmıştır. Ardından, söylemler türlerine göre belli ana temalar altında gruplandırılarak frekansları bakımından en yüksekte en düşüğe doğru sıralanmıştır. Ancak genellikle her bir tweette (söylemde), her ne kadar belirlenen ana kategoriler çerçevesinde sadece tek bir düşünce, görüş ya da algı dile getirilmiş olsa da kimi zaman tek bir tweette birden fazla kategoriye dair görüş, düşünce ve algıya rastlanmıştır. Bu tweetlere dair kodlamalar ise alt temaların sunulduğu tablolarda kalın karakterlerle gösterilmiştir.

Son olarak, olgubilimsel desenli araştırmalarda Hall ve Lindzey (1985)'in belirttiği gibi çözümlemeler neticesinde ulaşılan bilgilerin geçerliliğinin sağlanması için kullanılan yaklaşımlardan birisi de "öznelerarası" geçerliliklerdir. Bu yaklaşıma göre; araştırma sonucunda elde edilen verilerin deneyimli araştırmacılar (fenomenologlar) tarafından bağımsız olarak değerlendirilerek sonuçları birbiriyle karşılaştırılmaktadır (aktaran Özdemir, 2010, s. 335). Bu çalışmada da tweetlerin çözümlemesi iki ayrı araştırmacı tarafından gerçekleştirilmiş olup elde edilen verilerin uyum yüzdesini belirlemek amacıyla Miles ve Huberman (1994, s. 64)'in  $Güvenirlilik = görüş\ birliği / görüş\ birliği + görüş\ ayrılığı \times 100$  formülü kullanılmıştır. Hesaplama neticesinde araştırmacılar arası uyum yüzdesi ise % 89 olarak belirlenmiştir.

## 5. Bulgular ve Yorum

Çözümleme neticesinde derlemdeki tweetlerin tamamı (f=107) 6 (altı) ana tema etrafında sınıflandırılmıştır. Aşağıda Tablo 1'de verilen temaların dağılımı incelendiğinde, söylemlerin büyük bir çoğunluğunu (%76,9) ilk üç sırada yer alan temanın oluşturduğu dikkat çekmektedir. Bu ana temalar içerisinde ilk sırada %30,8 ile haberin doğruluğunun sorgulandığı söylemler, ikinci sırada sunucunun kişiliğiyle ilişkilendiren söylemler (%24,6) ve üçüncü sırada ise milliyetçi söylemler (%21,5) gelmektedir. Söylemlerin geriye kalan yaklaşık ¼ (%23,1)'nü de

ilk etapta birbirine yakın oranlarla emoji ve GIF<sup>1</sup> ile desteklenen ve konuyla ilgisi olmayan söylemler oluştururken, en son sırada ise %5,4 oranı ile alaycı bir dilin kullanıldığı söylemler yer almaktadır.

**Tablo 1: Tweetlerin Genel Dağılımı**

Ana Temalar	<i>f</i>	%
Haberin doğruluğunun sorgulandığı söylemler	40	30,8
Sunucunun kişiliğiyle ilişkilendirilen söylemler	32	24,6
Milliyetçi söylemler	28	21,5
Emoji ve GIF ile desteklenen söylemler	12	9,2
Konu ile ilgisi olmayan söylemler	11	8,5
Alaycı bir dilin kullanıldığı söylemler	7	5,4
Toplam	130	100

**1. Haberin doğruluğunun sorgulandığı söylemler:** Bu ilk ana başlıktaki söylemler de kendi içerisinde; diğer diller ile karşılaştırılan söylemler, araştırmanın kaynağının sorgulandığı söylemler ve Fransızcanın durumuyla ilgili söylemler şeklinde 3 (üç) alt tema olarak ele alınmıştır (Tablo 2).

**Tablo 2: Haberin Doğruluğunun Sorgulandığı Söylemlere Dair alt Temalar**

Alt Temalar	Girdi Kodları	<i>f</i>
Diğer diller ile karşılaştırılan söylemler	T18-T19-T25-T27-T31-T45-T54- <b>T57-T60-T64</b> -T65-T72-T82-T85-T93-T95	16
Araştırmanın kaynağının sorgulandığı söylemler	T7-T13-T17- <b>T20-T22-T23</b> -T26-T28-T32- <b>T39</b> -T44-T75- <b>T78</b> -T86-T96-T104	16
Fransızcanın durumuyla ilgili söylemler: Fransızca gerçekten de ölmekte olan bir dil mi?	T40-T56-T61- <b>T64</b> -T66-T74-T80-T88	8

Yukarıda Tablo 2’de haberin doğruluğunun sorgulandığı söylemlerin yer aldığı ilk ana başlıkta aynı sıklıkla ( $f=16$ ) içerikte sunulan bilgilerin, bir başka ifadeyle dünyada yaşayan diller arasında İngilizcenin ilk, Türkçenin ikinci sırada bulunduğu, Fransızcanın ise ölen diller arasında olduğu bilgisinin diğer diller ile karşılaştırılma ve aynı zamanda araştırmanın kaynağının sorgulanması yoluyla irdelendiği görülmektedir. Bu bağlamda, ilk olarak birinci alt başlıktaki ilgili tweetleri yazarlar, haberde geçen Türkçenin yaşayan diller arasında ikinci sırada olduğu bilgisinin doğru olamayacağı yönündeki kanıtlarını güçlendirmek amacıyla başta Çince, İspanyolca, Almanca vb. diller olmak üzere diğer dünya dilleri ile karşılaştırarak haberin doğruluğunu sorgulamaktadır. Örneğin **T18** kodlu tweetteki söyleme bakıldığında, tweeti yazar kişinin haberin içeriğiyle ilgili araştırma yaparak ya da geçmiş bilgilerine dayanarak: *1,3*

<sup>1</sup> Türkçe, “Grafik Değiştirme Biçimi” anlamına gelen, İngilizce “Graphics Interchange Format” (GIF)’in kısaltması olup, bir sayısal (dijital) resim saklama biçimidir.



*milyardan fazla kişi Çince konuşuyor, ne ikincisinden bahsediyorsun.* [26.10.2022] şeklinde bir yorum yaptığı görülmektedir. Benzer şekilde Durul (2018)'un da belirttiği gibi Çince, yaklaşık 1,1 milyar kişiyle dünyanın en çok konuşulan dili olup aynı zamanda Birleşmiş Milletler'in (BM) kabul ettiği 6 resmi çalışma dilinden de biri durumundadır. BM'in diğer çalışma dilleri ise Arapça, Fransızca, İngilizce, İspanyolca ve Rusçadır. Bu veriler ışığında, söz konusu tweette yer alan bilgilerin bir araştırmaya dayandırılarak paylaşıldığı ve böylelikle haberin doğruluğunun Çince ile karşılaştırılarak sorgulandığı anlaşılmaktadır.

Araştırmanın kaynağını sorgulayan söylemlerin yer aldığı diğer bir alt tema incelendiğinde ise haberde bahsi geçen araştırmanın adı ve yapıldığı yerin sıklıkla sorgulandığı görülmektedir. Örneğin **T26 kodlu** tweette doğrudan araştırmanın kaynağına dair bilgi talep edilirken: *Araştırmaya bir link alabilir miyiz?* [26.10.2022], **T78** kodlu tweette de alaycı bir üslupla benzer şekilde yine araştırmanın kaynağının sorgulandığı göze çarpmaktadır: *Sağlam bir araştırma dediniz ama kaynak vermiyorsunuz. Nereden bilelim? Neye göre sağlam yani duvara attınız da dağılmadı mı?* [27.10.2022].

Son alt başlıkta da Fransızcanın durumuyla ilgili, yani Fransızcanın gerçekte ölmekte olan bir dil olup olmadığının sorgulandığı söylemler bulunmaktadır. **T56** kodlu tweet örneğinde: *Fransızca'yı ölen diller arasında göstermek de ezbercilik. Böyle bir şey olmadığı gibi ölen diller listesi bir süre sonra hiç kimsenin konuşmuyor olacağı tahmin edilen yerel dillerdir. Ulus-devletlerin resmi dilleri bu listelerde yok.* [27.10.2022] denilerek söz konusu bilginin gerçeği yansıtamayacağına vurgu yapılmaktadır. Uluslararası Frankofoni Örgütü (OIF)<sup>2</sup> tarafından 2022 yılında yayımlanan *Dünya'da Fransızca* başlıklı esere göre, dünya çapında 321 milyona yakın Frankofon (Fransızca konuşan kişi) bulunmakta ve Fransızca, dünya ölçeğinde en çok konuşulan diller arasında Çince, İspanyolca İngilizce ve Hintçeden sonra beşinci sıradadır (s. 15). Ayrıca, 2018 yılında *Europe 1* radyo istasyonunun Web sayfasında yayımlanan bir haberde de yine aynı örgütün 2014 yılı raporuna atfen 2060 yılında bu sayının 760 milyona ulaşacağı öngörülmektedir (Mathieu, 2018). Böylelikle OIF'in verilerinden hareketle ilgili tweet haberde dile getirilen Fransızcanın ölmekte olan bir dil olduğu varsayımının geçersiz olduğu düşünülmektedir.

**2. Sunucunun kişiliğiyle ilişkilendirilen söylemler:** İkinci ana tema altında ise tartışmalara neden olan söz konusu tweet haberi paylaşan Fox TV Ana Haber sunucusu Selçuk Tepeli'nin kişiliğine yönelik olumlu ve olumsuz söylemler bulunmaktadır (Tablo 3).

**Tablo 3: Sunucunun Kişiliğiyle İlişkilendirilen Söylemlere Dair Alt Temalar**

Alt Temalar	Girdi kodları	f
Olumlu söylemler	T1-T9-T10-T14-T21-T37-T38-T42-T47-T48-T53-T58-T62-T67-T77-T83-T90-T91-T105	19
Olumsuz söylemler	T24-T34-T39-T63-T69-T79-T81-T83-T84-T92-T94-T98-T100	13

<sup>2</sup> Organisation Internationale de la Francophonie (OIF)

Haberin içeriğinden hareketle doğrudan sunucunun kişiliğine yönelik üretilen söylemlerin yer aldığı bu ana başlıkta, çoğunluğu (%60) olumlu söylemler oluşturmaktadır. Bu türdeki söylemler, genellikle sunucuya karşı duyulan hayranlık, sevgi, sempati ve saygı gibi olumlu duyguları içermektedir. Örneğin **T21** kodlu tweetteki söylem dikkate alındığında, söylemde bulunan kişi, bir yandan sunucunun kişiliği, konuşma tarzı ve bilgi birikimine olan hayranlığını ifade ederken, diğer yandan kendisine “Selçuk Bey abi” diye hitap ederek ona olan samimiyetini de dile getirmektedir: *Selçuk Bey abi, sen şöyle 1 saat 1 konu hakkında konuşsan da bizde çıt çıkarmadan dinlesek, öyle şeyler öğreniriz ki* [25.10.2022].

Olumsuz söylemler içeren tweetlere bakıldığında ise bunların haberin içeriğinden bağımsız olarak doğrudan sunucunun kişiliğine yönelik hakaret, aşağılama ve küfür içeren tweetler olduğu görülmektedir. **T34** kodlu tweet: *Sen kimsin çapın ne ederin ne ekran soytarısı seni Devletin valisine laf söyleyen hadsiz. Zırtapoz seni...* [28.10.2022] örneğinde olduğu gibi, söz konusu tartışmaya dâhil olan tweet sahiplerinin sunucuya karşı besledikleri kişisel kin ve nefretlerini açıkça dile getirdikleri anlaşılmaktadır. “Sen kimsin çapın ne, ederin ne” söylemi, karşıdaki kişiye, “sen kimsin ki bunları söylüyorsun” anlamında bir küçümseme, aşağılama niyetiyle kullanılırken, “ekran soytarısı” benzetmesiyle de sunucunun kişiliği hedef alınarak hakarete bulunmaktadır. Ayrıca “Devletin valisine laf söyleyen hadsiz” sözleri ise sunucunun çok yakın bir tarihte, Zonguldak Valiliği'nin, Bartın'da yaşanan maden faciası sebebiyle Edip Akbayram'ın 29 Ekim 2022 tarihinde Cumhuriyet Bayramı kutlamaları kapsamında (Zonguldak) Ereğli'de vereceği konseri iptal etmesi üzerine tepki gösteren Tepeli'nin: “Bu ülkenin valisi olarak sen bir şey yaptın mı? Hiçbir şey yapmadın, konser iptal ediyorsun. Zonguldak Valisi kim ya?” söylemine atfen söylendiği anlaşılmaktadır. Son olarak, “Zırtapoz seni...” söyleminde geçen “zırtapoz” sözcüğü argo bir sıfat olup; “delişmen, zıppır, utanmaz, saygısız, hayta” anlamlarında kullanılmaktadır (TDK Türkçe Sözlük, 1998, s. 2512). Böylelikle bu tür sosyal medya mecralarında herhangi bir olay ya da durumla ilgili olumlu ya da olumsuz yorum yapılırken veya düşünce ifade edilirken içerikten daha çok söylemin kime ait olduğuyla ilgilenildiği açıkça görülmektedir.

**3. Milliyetçi söylemler:** Derlemdeki tweetlerin 1/5 (%21,5)'inden biraz fazlasını oluşturan bu ana başlıktaki söylemler de kendi içerisinde; Türkçenin üstünlüğünü öne süren, ilgili tweet haberi siyasetle bağdaştıran ve ırkçılıkla ilişkilendirilebilecek söylemler olmak üzere 3 (üç) alt başlıkta incelenmiştir (Tablo 4).

**Tablo 4: Milliyetçi Söylemlere Dair Alt Temalar**

Alt Temalar	Girdi Kodları	f
Türkçenin üstün olduğunu öne süren söylemler	T4-T35-T49-T50-T52-T55- <b>T57</b> -T59-T68-T70-T89-T97- <b>T99</b> -T103- <b>T106</b> -T107	16
İlgili tweet haberi siyasetle bağdaştıran söylemler	T2- <b>T14</b> -T29- <b>T34</b> - <b>T73</b> -T87- <b>T90</b> -T101	8
İrkçı söylemler	T30- <b>T71</b> - <b>T99</b> - <b>T106</b>	4

Türkçenin üstün olduğunu öne süren söylemlerin yer aldığı ilk alt temada, **T59** kodlu tweet örneğinde de görüldüğü gibi söylemlerde bir yandan Türkçe yüceltilirken, diğer yandan

ise Türkçeye karşı eleştirel yaklaşımlar sergileyenlere yönelik aşağılayıcı ve hakaret içeren ifadeler kullanılmaktadır: *Türkçeye söz söyleyen gafilidir, cahildir, kötü niyetlidir. Türkçe kadar üretken başka bir dil yoktur. O efendi hangi bilimsel ve felsefi eseri okumuş da Türkçenin yetmediğini görmüş? Ben binlerce eser okudum her konuda, Türkçe'nin aciz kaldığı bir noktacı bile görmedim* [27.10.2022]. Tweet sahibi öncelikle, “Türkçe kadar üretken başka bir dil yoktur” cümlesiyle mutlak bir yargıda bulunarak bir anlamda Türkçeyi dünya üzerindeki diğer tüm dillerle karşılaştırıp onun eşsiz bir dil olduğunu ifade etmektedir. “Ben binlerce eser okudum her konuda, Türkçe'nin aciz kaldığı bir noktacı bile görmedim” söylemiyle de kişisel bir deneyimini abartılı bir şekilde dillendirerek Türkçenin yetersiz bir dil olamayacağını, bilakis üstün bir dil olduğunu iddia etmektedir. Bununla birlikte, kendisi gibi düşünmeyenleri de “gafil, cahil ve kötü niyetli” olarak addetmektedir. Güneş (2016)'e göre Türkçe, ses, kelime ve dil yapısı yönüyle çeşitli zenginliklere sahip, sondan eklemeli bir dil olarak M.Ö 4000 yılına kadar uzanan eski ve köklü bir geçmişe sahiptir ve aynı zamanda bu tarihi süreç içerisinde dünyaya yayılarak çok sayıda dili de etkilemiş bulunmaktadır. Bu bağlamda, Güneş (2016)'in düşünceleri tweet sahibinin Türkçenin yüceltilmesine dair söylemlerini doğrulamaktadır. Ancak *Ethnologue*'un 2023 verilerine göre ise Türkçe dünyada en çok konuşulan diller arasında ilk sırada değil 17. sırada bulunmaktadır (<https://shifdelete.net/dunyada-en-cok-konusulan-diller-2023>).

Milliyetçi söylemlerin bir diğer alt teması ise ilgili tweet haberin siyasetle ilişkilendirilmesi yoluyla üretilen söylemlerden oluşmaktadır. Örneğin T87 kodlu tweete: *Valla kusura bakma o grup başkan vekilleri neyse sen de aynısın şu an gözümde, etimoloji konusunda şu konuşman en az onlar kadar cahil olduğunu gösteriyor* [26.10.2022] şeklinde bir söylemde bulunan tweet sahibinin, sunucunun siyasi olarak yakın olduğunu düşündüğü parti üzerinden haberin doğruluğunu yargıladığı anlaşılmaktadır. “Valla kusura bakma o grup başkan vekilleri neyse sen de aynısın şu an gözümde” söylemiyle sunucunun, habere konu olan konuşmayı gerçekleştiren başkanvekili ve onun ideolojisiyle aynı ekseninde olduğunu vurgulayarak haberi siyaset ile ilişkilendirmekte ve bu yolla aynı zamanda sunucunun kişiliğini de hedef almaktadır. “etimoloji konusunda şu konuşman en az onlar kadar cahil olduğunu gösteriyor” ifadesiyle de tartışılan konunun kökenbilim (etimoloji) ile ilgili olduğunu belirtip, böyle bir konuda sunucunun bilgisiz olduğu ön kabulüyle konuşmasını yadırgayarak kendisini cahil olmakla itham etmektedir. Gökgül ve Arslan (2021, s. 264), siyaset ve söylemin farklı alanlar olmalarına rağmen birbirlerini beslediklerini, siyasetin var olmak için söyleme ihtiyacı olduğunu, söylemin ise siyasetin amaç ve faaliyetlerini doğrudan şekillendirdiğini belirtmektedir. Böylelikle, ilgili tweet haberin tartışıldığı ortamda söylemde bulunanların da zaman zaman bu söylemlerini siyaset üzerinden kurguladıkları ya da siyaset ile bağdaştırdıkları görülmektedir.

Sayıda az olmakla (f=4) birlikte bu ana temanın son alt başlığında da ırkçı söylemler yer almaktadır. Çomu ve Binark (2012)'ın; ırkçılıktan beslenen, yabancı, göçmen ve çeşitli etnik grupları sosyal yaşamda kaygı ve korku gerekçesi olarak gösteren, hatta bir nevi düşmanlaştıran söylem türü (aktaran Şimşek ve Turgut, 2021, s. 148) olarak adlandırdığı bu alt başlıktaki söylemlerin, T71 kodlu: *Bence ülkeye aldıkları mülteciler Türkçede zorlanıyorlar diye bize Arapçayı getirmeye çalışıyor* [27.10.2022] örneğinde olduğu gibi ırkçı ve kendinden (Türk)

olmayı hor görme, küçümseme ve aşağılama gibi tutumlar içerdiği gözlenmektedir. Söz konusu söylemde öncelikle “Bence ülkeye aldıkları mülteciler” ifadesiyle Türkiye’nin son yıllardaki göç politikaları ve Suriye iç savaşı sonucunda ülkemize gelen Suriye (Arap) kökenli göçmenlere göndermede bulunulurken, “mülteciler Türkçede zorlanıyorlar” saptamasıyla da sözü edilen topluluk (kişiler) bir anlamda küçümsenmektedir. Son olarak, “bize Arapçayı getirmeye çalışıyor” sözleriyle ise Arap kültürünün Türk toplumuna dayatılmaya çalışıldığı iddia edilmektedir. Ayrıca tweet sahibinin, Arap kültürüne olan karşıtlık duygusunu da bir emoji aracılığıyla güçlendirdiği görülmektedir. Böylelikle Alikılıç, Gökali ve Alikılıç (2021, s. 515)’ın da işaret ettiği gibi Twitter’ın bir sosyal medya aracı olarak politik şiddet, nefret ve ırkçı söylemlerin açıkça dile getirilmesi ve yayılmasına zemin teşkil ettiği görülmektedir. Bütün bunların yanı sıra, milliyetçi söylemler ana teması altında yer alan alt başlıklardaki söylemlerin birbirleriyle ilintili oldukları ve kimi zaman neredeyse iç içe geçtikleri gözlenmektedir. Örneğin Türkçenin üstünlüğünü savunan söylemlerle ırkçı söylemlerin birbirine sıkı sıkıya bağlı olduğu ve benzer düşüncelere sahip kişiler tarafından seslendirildiği anlaşılmaktadır.

**4. Emoji veya GIF’lerle desteklenen söylemler:** Bulut (2021)’a göre emoji; sosyal medya ortamlarında yazılı iletişim süreçlerine jest, mimik gibi öğelerin dâhil edilememesi nedeniyle özellikle duygulara ilişkin anlatımları güçlendirerek iletişimin etkililiğini artırmak amacıyla kullanılan ikonlardır. Herkes için benzer anlamlar ifade eden bu görseller aynı zamanda uzun uzun anlatma gerekliliğini ortadan kaldırarak iletişimi her iki taraf için de kolaylaştırıp akıcı kılar. Benzer şekilde Güven (2019) de emoji, görsel olarak daha açık anlamlar içermesi ve iletilerin içeriğini daha basit bir yolla aktarmaları sebebiyle önemli birer gösterge olarak değerlendirmektedir. Yavuz (2020) ise Twitter’ın 280 karakterle sınırlı olması sebebiyle kullanıcılarını, kendilerini ifade ederken mecburen emoji kullanmaya yönlendirdiğine dikkat çekmektedir. Çözümleme sürecinde emoji ve GIF’lerin kullanıldığı tweetlerde genellikle ilgili söylemin desteklenmesi amacıyla kullanıldıkları görülürken, söylemin doğruluğunu sorgulayan ya da karşı çıkan tweetlerde herhangi bir emoji ya da GIF bulunmaması ise dikkat çekmektedir. Örneğin T9 kodlu [26.10.2022] tweette, tweet sahibi “alkış” emojisi aracılığıyla söz konusu haberi (Tablo 5) ve sunucuyu desteklediğini (Tablo 3) göstermektedir.

**Tablo 5: Emoji veya GIF’lerle Desteklenen Söylemler**

	Girdi Kodlar	f
Emoji veya GIF’lerle destekleyen söylemler	<b>T9-T16-T37-T41-T42-T46-T47-T58-T60-T67-T71-T73</b>	12

**5. Konuyla ilgisi olmayan söylemler:** Bu temadaki söylemler, derlemdeki söylemlerin yaklaşık %10’nu oluşturmakla birlikte çok sayıda beğeni aldıkları ve retweet edildikleri görülmektedir (Tablo 6). Bu tür tweetlerin, genellikle gündem olan tweetlerin altına kimi belli gruplardaki kişilerin seslerini duyurmak ya da gündem yaratmak amacıyla yazıldığı anlaşılmaktadır. Söz konusu tweetlerde işlenen konular da toplumdaki sorunlara göre zaman içerisinde değişiklik göstermektedir. T36 kodlu: *Öğretmenleri, polisevleri, orduvleri, üniversite sosyal tesisleri ve kamudaki bütün sosyal tesisler kadro talep ediyor lütfen*

*desteklerinizi bizden esirgemeyin* [26.10.2022] tweet örneğinde olduğu gibi söylemde bulunan kişinin kendi talebine destek aradığı gözlenmektedir. Bu tweet, 7 beğeni almış ve 2 kere de retweet edilmiştir. Erbaysal Filibeli ve Şener (2019, s. 508)'in de vurguladığı gibi bu tür bulgular, Twitter'ın bir "fikirler vitrini" olarak değerlendirilemeyeceğinin kanıtlarından biri olarak görülebilir.

**Tablo 6: Konuyla İlgili Olmayan Söylemler**

	Girdi Kodları	f
Konuyla ilgisi olmayan söylemler	T3- T5-T6-T8-T11- <b>T15</b> -T33-T36-T43- T51-T76	11

**6. Alaycı bir dilin kullanıldığı söylemler:** Sonuncu ana temayı ise alaycı bir dille yazılan tweetler oluşturmaktadır. Kılıç ve Özen (2020, s. 306), mizah yoluyla gerçekleştirilen alay etme ve aşağılama eylemini, dolayısıyla "söylemini" otoriteye karşı bir tür başkaldırı stratejisi olarak nitelendirmektedir. Örneğin **T102** kodlu tweetle sunucuya: *Vantrolog musun?* [27.10.2022] diye sorularak, bir başka ifadeyle seslenilerek alay edildiği görülmektedir. Latince *venter* (karın) ve *loquor* (konuşmak) sözcüklerinin birleşiminden türeyen, "vantrilok" olarak da bilinen bu sözcük, geleneksel kukla tiyatrosunda ses, sanki bir başkasından geliyormuş gibi ağzını kıpırdatmadan konuşan kukla oyuncularına /sanatçılara verilen bir isimdir. Bu kişilere aynı zamanda "karnından konuşanlar" da denmektedir (Kırklareli Üniversitesi Sürekli Eğitim Merkezi (KLUSEM): Vantrolog Eğitimi: <https://klusemlms.klu.edu.tr/urunler/vantrolog-egitimi>, Erişim tarihi:15 Kasım 2023) Böylelikle; "bunları sen söylemiyorsun, başka birileri sana söylüyor, sen başkalarının kuklası mısın?" imasında bulunularak sunucuyla alay edildiği anlaşılmaktadır.

**Tablo 7: Alaycı Bir Dilin Kullanıldığı Söylemler**

	Girdi Kodları	f
Alaycı bir dilin kullanıldığı söylemler	T12- <b>T15</b> - <b>T20</b> - <b>T22</b> - <b>T23</b> - <b>T78</b> -T102	7

## 6. Sonuç Yerine

Bir tweet haberinin ardından o habere yönelik atılan tweetlerdeki söylemlerin çözümlenmesine dayanan mevcut araştırma, ilgili sosyal medya platformu (X) açısından şu sonuçları ortaya koymaktadır: a. Bu tür platformlardaki paylaşımların genellikle bir grup kullanıcı tarafından, özellikle de haberin kaynağının doğruluğu yönünden sorgulayıcı bir yaklaşımla ele alındığı; b. Söz konusu paylaşımların kullanıcılar tarafından tamamen kişiselleştirilerek paylaşımı yapan kişiye yönelik etik değerleri hiçe sayarak yargılayıcı, itham edici, hakaretamiz ve aşağılayıcı bakış açısıyla ele alındığı ve c. Bu platformlarda haber yapanların da haberin kaynağının doğruluğuna dair taşıdıkları sorumluluğun, kullanıcıların habere yaklaşımlarında ne kadar belirleyici olduğu anlaşılmaktadır. Şöyle ki özellikle haber sunucusu Tepeli, haberin kaynağını sorgulayan tweetlerin yoğun olması sebebiyle bir sonraki gün, yani 26 Ekim 2023 Perşembe günü ana haber bülteninde yine bu konuya değinerek sözü edilen tweetlere cevap verir ve ardından saat 20:36'da bu haberin videosunu (Ek 2: Haberin transkripsiyonu) da tekrar bir tweet eşliğinde paylaşır: *Dünyada yaşayan diller arasında Türkçe ikinci sırada demiştim;*

*kaynaklarıyla açıklayayım...* (<https://twitter.com/selcukktepeli/status/1585325135871250433?s=20>) Ancak haberde atıfta bulunulan Lilly Huang’a ait makalenin *Newsweek International*’daki “Technology: Textese may be the death of English” başlıklı makale olduğu (<https://www.newsweek.com/technology-textese-may-be-death-english-87727>), adı geçen çalışmanın 2009 yılında değil de 01 Ağustos 2008 tarihinde yayımlandığı ve ayrıca makalede teknolojinin, yani sosyal medya platformlarında kullanılan anlık mesajlaşmalardaki dilin (İng. textese), İngilizceyi gitgide “öldürmekte” olduğu işlenirken, makalede hiçbir şekilde Türkçeden bahsedilmediği görülmektedir. Benzer şekilde ilk referans olarak verdiği David Crystal (2008)’ın *Texting: The great debate* adlı kitabında da spesifik olarak herhangi bir şekilde Türkçeden ya da Türkçenin yükselmekte olan bir dil olduğundan bahsedilmemektedir.

## KAYNAKÇA

- Akınerdem, Z. F. (Mayıs-Ağustos 2007). Türkiye’de medya ve milliyetçilik: Kurgu ve gerçeklik (Değerlendirme: Şeref Yiğit) *Bilim ve Sanat Vakfı (BSV) Bülten*, 18(64), 8-10. [https://www.bisav.org.tr/userfiles/yayinlar/GENEL\\_BULTEN\\_64.pdf](https://www.bisav.org.tr/userfiles/yayinlar/GENEL_BULTEN_64.pdf)
- Aksakallı, G. (2020, 20 Mayıs). Sosyal medya araçları ve olası riskleri. *Bilinçli İnternet Kullanımı* (Blog) <https://www.guvenliweb.org.tr/blog-detay/sosyal-medya-aracolari-ve-olasi-riskleri>
- Alikılıç, Ö., Gökaliç, E., & Alikılıç, İ. (2021). Nefret söylemi üzerinden ötekileştirme: Twitter’da mültecilere yönelik nefret tipolojisi analizi. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (36), 501-520. <https://doi.org/10.31123/akil.989074>
- Ay, A. (2017). Bir hayali cemaat olarak futbol taraftarının geleneksel ve yeni medya kullanımının karşılaştırılması. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 3(3), 933-944. <https://doi.org/10.24289/ijsser.312747>
- Aygül, H. H. (2008). *Türk modernleşme sürecinde dil olgusunun sosyolojik analizi* (Yüksek Lisans Tezi). Isparta: Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyoloji Anabilim Dalı.
- Bulut, S. (2021). Sosyal medya ve dil ilişkisi. A. Yıldırım (Ed.), *Sosyal Medyada Dil ve İletişim: Retorik, Söylem ve İkna* (ss. 15-28) İçinde. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Çakır, H. ve Topçu, H. (2005). Bir iletişim dili olarak İnternet. *Erciyes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 19(2), 71-96. <https://dergipark.org.tr/pub/erusosbilder/issue/25118/265210>
- Çelik, R. (2023). Haber televizyonlarının Twitter hesaplarının etkinliği: maxqda ile veri analizi. *Turkish Online Journal of Design Art and Communication*, 13(3), 777-791. <https://doi.org/10.7456/tojdac.1277429>
- Çılğın, C. , Gökçen, H. & Gökşen, Y. (2023). Twitter’da Covid-19 aşılara karşı kamu duyarlılığının çoğunluk oylama sınıflandırıcısı temelli makine öğrenmesi ile duygu analizi. *Gazi Üniversitesi Mühendislik Mimarlık Fakültesi Dergisi*, 38(2), 1093-1104. <https://doi.org/10.17341/gazimmfd.1030198>
- Dumanlı Kürkçü, D. (2018). Twitter’da kullanıcı etkileşimi: Almanya, Fransa ve Türkiye’de haber medyası. S. Gezin (Ed.), *Dijital çağda iletişim* (ss.49-63) içinde. Konya: Eğitim Yayınevi.
- Durul, T. (2018, 02 Kasım). “Ortak Çince' bilmeyen Çinliler anlaşıyor”. *Dünya- Anadolu Ajansı*. <https://www.aa.com.tr/tr/dunya/ortak-cince-bilmeyen-cinliler-anlasamiyor/1300727>
- Erbaysal Filibeli, T., & Şener, O. (2019). Manipüle edilmiş enformasyonel bir vitrin ve popülist bir enformasyon alanı olarak Twitter. *Moment Dergi*, 6(2), 492-515. <https://doi.org/10.17572/mj2019.2.492515>

- Erdem, A. Y. (2023). Türk Anayasa Mahkemesi'nin sosyal medya kullanımı: Twitter paylaşımlarının içerik analizi. *Dicle Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 13(25),76–97. <https://doi.org/10.53092/duibfd.1238959>
- Gerçek Gündem. (2022, 22 Ekim). "AKP'li Mahir Ünal, Cumhuriyet'i hedef aldı: Dilimizi yok etti". *Siyaset*. <https://www.gercekgundem.com/siyaset/361456/akpli-mahir-unal-cumhuriyeti-hedef-aldi-dilimizi-yok-etti>
- Gökgül, A. N., & Arslan, Ş. (2021). Sosyal medyada siyasi söylem: Siyasi liderlerin Twitter kullanımı. A. Yıldırım (Ed.), *Sosyal Medyada Dil ve İletişim: Retorik, Söylem ve İkna* (ss. 263-280) İçinde. İstanbul: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Güneş, F. (2016). Türkçenin öğretim üstünlükleri ve zenginlikleri. *Milli Eğitim Dergisi*, (210), 93-113. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/milliegitim/issue/36140/406014>
- Gürbüz, G., Akar, Z. & Bilecen, N. S. (2021). Medyada milliyetçilik bağlamında militarist söylem ve erkeklik temsili: Söz dizisinin incelenmesi. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 21(4),1105-1126. <http://dx.doi.org/10.18037/ausbd.1039513>
- Güven S. (2019). Siyasal İletişim Sürecinde Emojilerin Kullanımı. F. Şimşek İşleyen ve M. İşleyen (Ed.), *Emoji: Küresel İletişim Dili* (ss.185-206) İçinde. Konya: Literatürk Academia
- Hasgül, E., Karataş, M., Pak Güre, M. D., & Duyan, V. (2023). A perspective from Turkey on construction of the new digital world analysis of emotions and future expectations regarding Metaverse on Twitter. *Humanities and Social Sciences Communications*, 10 (Article number: 484). <https://doi.org/10.1057/s41599-023-01958-7>
- Herring, S. C. (2004). Computer-mediated discourse analysis: An approach to researching online behavior. In S. A. Barab, R. Kling & J. H. Gray (Eds.), *Designing for virtual communities in the service of learning* (pp. 338-376). New York: Cambridge University Press. <http://dx.doi.org/10.1017/cbo9780511805080.016>
- Kantar, G., Ersöz, G., İnce Yenilmez, M., Çetinkaya, D. & Sıvış, E. (2023). Kadın sporcuların Twitter ve haber kanallarındaki toplumsal cinsiyet analizi. *EKEV Akademi Dergisi*, (94), 77-93. <https://doi.org/10.17753/sosekev.1201470>
- Kasımoğlu, A. (2013). Milliyetçilik ve dil: Dil milliyetçiliğinin başarı ve başarısızlıkları. *Yalova Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(5), 161-173. <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/800961>
- Kılıç, G., & Özen, Y. (2020). Alay Etmenin Sosyolojik Yönü: Toplumsal Denetim, Damga ve Simgesel Şiddet Bağlamında Alay Etme. *Akdeniz Üniversitesi İnsani Bilimler Dergisi*, (10), 301-318.
- Kirilenko, A. P., & Stepchenkova, S. O. (2014). Public microblogging on climate change: One year of Twitter worldwide. *Global Environmental Change*, (26), 171-182. <https://doi.org/10.1016/j.gloenvcha.2014.02.008>
- Konuk, N. (2019). Sosyal medya kullanımının toplumsal etkileri. Z. Gölen ve H. Babacan (Ed.), *Sosyal, Beşeri ve İdari Bilimlerde Akademik Çalışmalar-2019/2* (ss. 793-817) İçinde. Cetine, Karadağ: Ivpe.
- Kortunay, N. (2023). Turkish universities' use of Twitter: A content analysis. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (56), 267–279. <https://doi.org/10.30794/pausbed.1198323>
- Küçük Durur, E. (2011). Milliyetçilik söylemi ve medya. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 15(2), 35-50. <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/32257>
- Mathieu, T. (2018, 20 mars). "Quelle place dans le monde pour la langue française en 2050 ?" *Accueil-Société- Europe 1*. <https://www.europe1.fr/societe/quelle-place-dans-le-monde-pour-la-langue-francaise-en-2050-3604640>
- Merriam, S. B. (2018). *Nitel araştırma desen, uygulama ve uygulama için bir rehber* (Çev. S. Turan). Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.

- Mertoğlu, S. (2023). Covid-19'a karşı bilinçlenmede sosyal medyanın rolü: Twitter örneği. *Elektronik Cumhuriyet İletişim Dergisi*, 3(2), 113–129. <https://doi.org/10.54089/ecider.1012328>
- Mertol, H., Çetin, Ş., & Ergün, Y. (2022). Dijitalleşme ve kültürel değişimde sosyal medyanın etkisi. K. Adilbekova, A. F. Özel, H. Türker, C. Coşan, F. İ. Şahin (Ed.), *Medya Okuryazarlık Forumu Dijital Dönüşüm Çağında Uluslararası Sosyal Bilimler Kongresi Bildirileri Kitabı* (ss. 601-607) İçinde. İstanbul: IKSAD Publications.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative data analysis: An expanded Sourcebook*. (2nd edition). Thousand Oaks, CA: Sage. <https://vivauniversity.files.wordpress.com/2013/11/milesandhuberman1994.pdf>
- Organisation Internationale de la Francophonie (OIF). (2022). *La Langue Française Dans Le Monde (2019-2022)*. Éditions Gallimard. [https://observatoire.francophonie.org/wp-content/uploads/2022/10/Rapport-La-langue-francaise-dans-le-monde\\_VF-2022.pdf](https://observatoire.francophonie.org/wp-content/uploads/2022/10/Rapport-La-langue-francaise-dans-le-monde_VF-2022.pdf)
- Özdemir, M. (2010). Nitel veri analizi: Sosyal bilimlerde yöntem bilim sorunsalı üzerine bir çalışma. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 11(1), 323-343. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/ogusbd/issue/10997/131612>
- Sarman, A., & Tuncay, S. (2023). The relationship of Facebook, Instagram, Twitter, TikTok and WhatsApp/Telegram with loneliness and anger of adolescents living in Turkey: A structural equality model. *Journal of Pediatric Nursing: Nursing Care of Children and Families*, (72), 16-25. <https://doi.org/10.1016/j.pedn.2023.03.017>
- Şahiner Yılmaz, Ş., Özer, İ., & Gökçen, H. (2022). Twitter platformundan elde edilen Türkçe saldırgan dil derlemi. *Mühendislik Bilimleri ve Araştırma Dergisi*, 4(2), 304-316. <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/2642921>
- Şimşek, S. S. & Turgut, R. (2021). Sosyal medya dilinde nefret söylemi ve savunma mekanizmaları dikotomisi. A. Yıldırım (Ed.), *Sosyal Medyada Dil ve İletişim: Retorik, Söylem ve İkna* (ss. 137-181) İçinde. İstanbul: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Turan, S. (Ed.) (2019). *Eğitimde araştırma yöntemleri* (1. Baskı). Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Türk Dil Kurumu (TDK). (1998). *Türkçe Sözlük* (9. Baskı). Ankara: Türk Tarih Kurumu Basımevi.
- Uluç, G., & Yarcı, A. (2017). Sosyal medya kültürü. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (52), 88-102. <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/304840>
- Uzun, G. (2018). Milli devletin oluşum sürecinde milli dilin önemi ve etkileri. *Social Sciences Studies Journal*, 4(16), 1297-1303. <http://dx.doi.org/10.26449/sss.520>
- Weng, J., Lim, E. P., He, Q., & Leung, C. W. K. (2010). What do people want in microblogs? Measuring interestingness of hashtags in Twitter. In G. I. Webb, B. Liu, C. Zhang, D. Gunopulos, and X. Wu (Eds.), *2010 IEEE International Conference on Data Mining (ICDM 2010) Proceedings* (pp. 1121-1126). Los Alamitos, California, Washington, Tokyo: CPS & IEEE Computer Society.
- Yavuz, V. (2020). Yeni medyada bir görsel iletişim modeli: Emojiler. *Yıldız Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 4(1), 22-34. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/ysbed/issue/54710/705829>.
- Yıldırım, A. & Şimşek, H. (2005). *Sosyal Bilimlerde nitel araştırma yöntemleri* (5. Baskı). Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Yılmaz, E., & Polat, E. Ç. (2023). #Vegan: Veganizm üzerine Twitter sosyal ağ analizi. *Moment Dergi*, 10(1), 48–82. <https://doi.org/10.17572/mj2023.1.4882>



### Ek 1: İlgili Tweet Haberdeki videonun Transkripsiyonu

[İktidarın grup başkan vekilleri Fransızca'yı filan örnek gösterip, onlar lüğatini değiştirmede filan diyor. Fakat ben de size sağlam bir araştırma söyleyeyim. Dünyada diller arasında hangisi yaşıyor, hangisi yaşamıyor? Bunlar arasında yapılan bir araştırma, İngilizce birinci sırada, Türkçe ikinci sırada, Fransa ve Fransızca ise ölen diller arasında gösteriliyor. Türkçeye, böyle pek çok yaşayan bir dil olduğu için yeni ifade katılıyor. Fakat Türkçede mesela "devlet", bazı anlamları Arapçadan geliyor. Arapçadan gelen anlamların tamamı; talih, mevki, zenginlik, varlıklı olma falan filan deniyor. Sonuç olarak, talih'in yaver gitmesiyle ulaşılan bir merteye. Türkçe bunu bir yoluna sokmuş, Arapça ayarını ne kadar bozmaya çalışsa da. Bunlar etimolojik kökenler. Bunlar, bunlar üstüne çalışma gerektiriyor. Öyle ezbere konuşmamak lazım.]

### Ek 2: Cevap Niteliğinde İkinci Tweet Haberdeki Videonun Transkripsiyonu

[Efendim şimdi ne dedim, cevabını bilmediğim soruyu sormam dedim. Efendim yazanlar var ben bilmem, bunlar bu memlekette bir trollük diye bir mesele var. Ben bilmem kim trol kim değil. Bir takım eleştiriler yapıyorlarsa ben ciddiye alırım saygı duyduğumdan öfkelenirim, Saygı duyduğum için öfkelenirim Bu memlekete bu memleketin insanlarının seçtiği herkese. Efendim Şimdi söylüyorum size; David Crystal, kitabının adı *Texting: The great debate*. "Mesajca büyük tartışmalar", kitap bu. Ayrıca Lilly Huang (2009), *Newsweek International*, bunları okuyun. Orada dil ve Türkçe denen şeyin, yani dil olarak Türkçenin nasıl İngilizceden sonra dünyada en çok yaşayan dil olduğunu, yabancı ifadelerin girmesinin ne kadar güzel olduğunu anlarsınız.]

### Ek 3: Derlem (Tweetler)




---

## EXPANDED SUMMARY

---

Today, as in the whole world, Twitter is one of the most common and frequently used social media tools in our country. This interactive environment, where users can instantly share and discuss their opinions and thoughts about current issues, especially related to the country and world agenda, has become a huge platform in a very short time. Discussions on this environment are through tweets on current topics and comments on these tweets or retweeting them by quoting. Such discussions are important in understanding the role of Twitter as a social media tool in setting the agenda and its place in the culture of social discussion.

Using discourse analysis, this study aims to reveal what a news posted on Twitter makes its users think, what emotional effect it creates on them, and how this is reflected in the comments made on the relevant news. Further, this research is also of particular importance in that it will potentially show how people can sometimes develop a nationalist, political and racist hate speech through "language" in the Twitter network, where people are supposed to express their opinions and thoughts freely.

To that end, drawing on critical discourse analysis approach, this study examines the 107 comments (tweets) made on a tweet of Selçuk Tepeli, who is the prime-time anchorman of Fox TV, one of the national television channels in Turkey; this tweet was shared by Tepeli on 25.10.2022, accompanied by a short video from his own newscast, became one of the most hot topics of the day under the agenda of Twitter and was as follows: "Among the languages living in the world, English ranks first and Turkish ranks second. French is one of the dying languages. It is best not to talk about something without knowing it..." Adopting a phenomenological design, one of qualitative research methods, this study examines each tweet (opinion/belief) in the corpus individually as a "discourse" and analyzes them through the "Web-based discourse analysis" developed by Herring (2004).

The analysis shows that all of the entries in the corpus (f=107) are categorized around a total of 6 (six) main themes (headings) as follows: a. Discourses questioning the accuracy of the discourse (f=40), b. Discourses relating it to the anchorman's personality (f=32), c. Nationalist discourses (f=28), d. Discourses containing an emoji or GIF (f=12), e. Irrelevant discourses (f=11), and f. Discourses using sarcastic language (f=7). Also, it yields that some of the discourses (tweets) are included in more than one of the above-mentioned main themes in relation to opinions, beliefs, and perceptions. Further, in the analysis section, the main headings were elaborated on and sorted into a number of sub-headings.

In conclusion, the analysis of the comments (tweets) under the relevant tweet reveals that it is possible to determine what users think and feel upon reading a specific news on Twitter as well as the perception such news creates based on their discourse. This study also demonstrates that people may perceive and take the same news in very different ways, and that different social, cultural, political, religious and economic reasons often underlie such diverse perceptions. A striking finding in the category of nationalist discourses is that some users humiliate or discriminate "those who are not like themselves" by marginalizing them for their religion, language, race and political views.