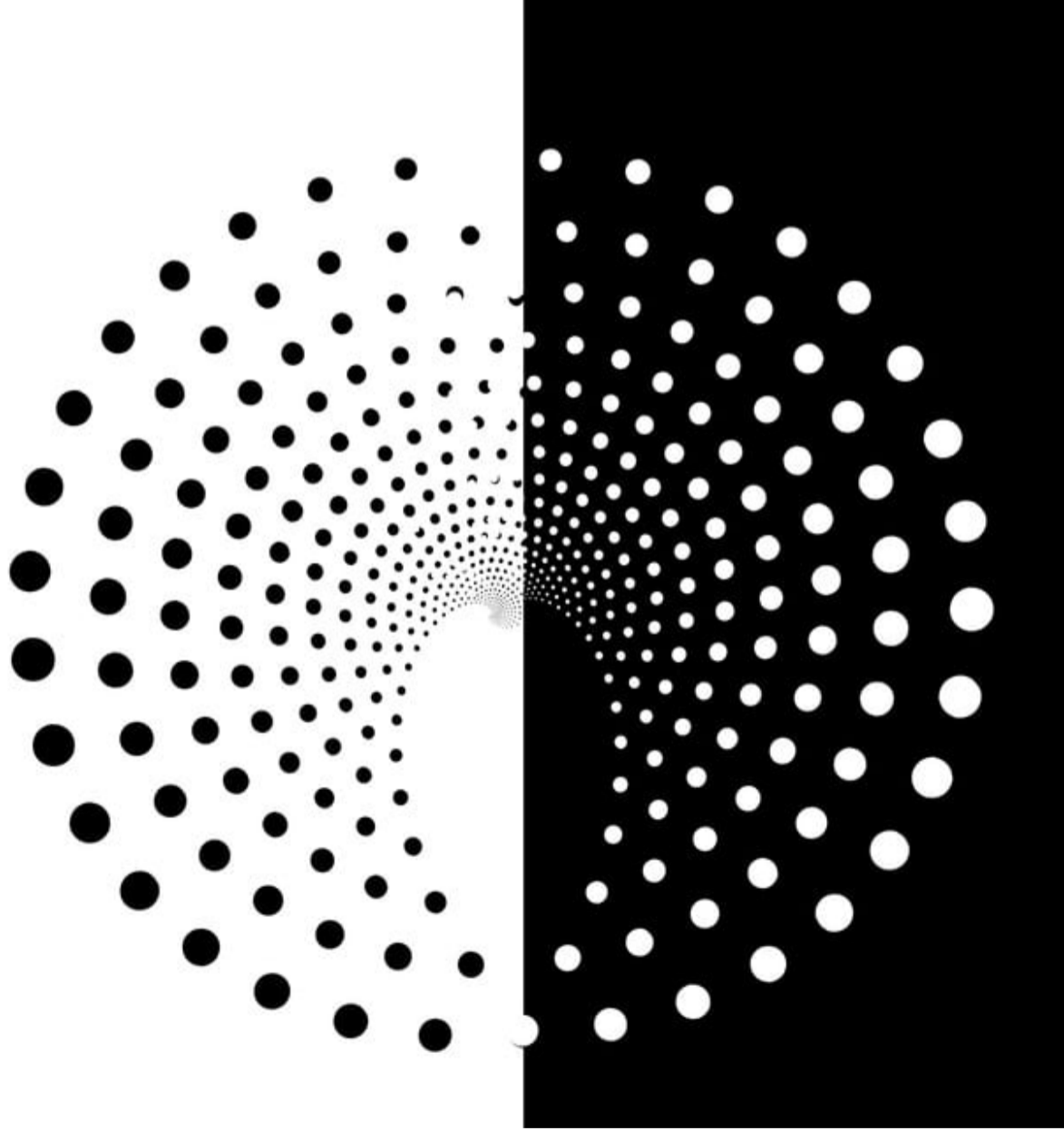


**IBAD**

**İletişim  
Bilimi  
Araştırmaları  
Dergisi**



ISSN: 2757-8496



**İletişim  
Bilimi  
Araştırmaları  
Dergisi**

**MAY 2022**

**Volume 2 – Issue 2**

**DOI: 10.7456/100202100**

**ISSN: 2757-8496**

**Editors**

Asist. Prof. Dr. Tamer BAYRAK

Prof. Dr. Deniz YENGİN

**[www.ibadergi.com](http://www.ibadergi.com)**

**ABOUT IBAD  
(ISSN: 2757-8496)**

**Focus and Scope**

Journal of Communication Science Researches aims to open up to the world under the guidance of science, reach the society it is in, and to publish scientific articles of the essence in accordance with international publishing principles in order to lead their changing and developing demands. Journal of Communication Science Research accepts articles in the field of social sciences. Journal of Communication Science Researches is a peer-reviewed periodical publication and has been published since 2021.

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

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

**INDEX**

Crossref / Asos Index

**Publisher**

Media Literacy Association, TURKEY

**Article Types**

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

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

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

**Peer Review Process**

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

**Publishing Period**

Journal of Communication Science Researches is published 3 times a year, January, May and September. Articles are not accepted for a certain number of journals. Authors can submit their article at any time. The articles whose evaluation process is completed are published taking into consideration the arrival date.

### **Open Access Policy**

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

### **Publication Charge**

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

### **Principles of Research and Publication Ethics**

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

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

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

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

d)Repetition: Presenting the same publication as separate publications without referring to the previous publications is considered within the scope of repetition of publications. The responsibility for the publication of the publications submitted for evaluation in another place or in the evaluation process belongs to the authors. The authors should refrain from repeating the original and original research and they should pay attention to submit their original and original research.

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

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

### **Ethics Committee Approval**

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

– Any researches carried out with qualitative or quantitative approaches that require data collection from participants using survey, interview, focus group work, observation, experiment, interview



techniques,

- Use of humans and animals (including material / data) for experimental or other scientific purposes,
- Clinical researches on humans,
- Researches on animals,
- Retrospective studies in accordance with the law of protection of personal data,

Also;

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

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

### **Plagiarism Policy**

All submitted articles must go through plagiarism check screening and are checked through iThenticate and / or Turnitin (Advanced Plagiarism Detection Software). Based on this report, articles with a plagiarism rate not exceeding at least 20% can be published. Articles with a plagiarism rate above this are definitely not published. Articles with a plagiarism rate below 20% may require updates depending on the referee opinions.

### **Copyright**

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

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

*What are my rights as author?*

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

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

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

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

### **Call For Papers**

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

### **Main Topics of IBAD**

Journalism and media studies

Visual communication design

Public relations

Cinema

Political Science  
Communication studies  
Social psychology  
Sociology  
Linguistics studies  
Communication sociology  
Communication systems  
Communication psychology  
Communication history  
Interpersonal communication  
Interpersonal communication  
Interpersonal communication  
Intercultural communication  
Political communication  
New communication technologies  
Applied communication  
Communication sciences  
Digital culture  
Communication studies  
Advertising  
Distance Learning  
Radio, television and cinema

**Publication Language of IBAD**

Turkish and English

**Article Submission**

Articles are accepted only through Dergipark.

**Contact**

Media Literacy Association, Turkey

İstanbul – Turkey

e-mail: [ibadergi@gmail.com](mailto:ibadergi@gmail.com)

**Journal of Communication Science Researches - IBAD**  
**ISSN: 2757-8496**

**EDITOR / PUBLISHER**

Assist. Prof. Dr. Tamer BAYRAK, Çanakkale Onsekiz Mart University, Turkey  
Prof. Dr. Deniz YENGİN, Çanakkale Onsekiz Mart University, Turkey

**EDITORIAL BOARD**

Prof. Dr. Hasan SAYGIN (İstanbul Aydın University) hasansaygin@aydin.edu.tr  
Prof. Dr. Cem Sefa SÜTÇÜ (Marmara University) cemsutcu@yahoo.com  
Prof. Dr. Erhan AKYAZI (Marmara University) eakyazi@marmara.edu.tr  
Prof. Dr. Güven Necati BÜYÜKBAYKAL (İstanbul University) guvenb@istanbul.edu.tr  
Prof. Dr. Nilüfer TİMİSİ NALÇAOĞLU (İstanbul University) ntimisi@istanbul.edu.tr  
Prof. Dr. Deniz YENGİN (Çanakkale Onsekiz Mart University) deniz.yengin@comu.edu.tr  
Prof. Dr. Okan ORMANLI (İstanbul Aydın University) okanormanli@aydin.edu.tr

**SCIENTIFIC COMMITTEE**

Prof.Dr. Aysel Aziz, İstanbul Yeni Yüzyıl University, Turkey, aysel.aziz@yeniyuzyil.edu.tr  
Prof.Dr. Atilla Girgin, İstanbul Aydın University, Turkey, atillagirgin@aydin.edu.tr  
Prof.Dr. Christine I. Ogan, University of Indiana, U.S.A. ogan@indiana.edu  
Prof.Dr. Donald L. Shaw, University of North Carolina, U.S.A.  
Prof.Dr. Douglas Kellner, UCLA University, U.S.A. kellner@ucla.edu  
Prof.Dr. Farouk Y. Seif, Antioch University, U.S.A.  
Prof.Dr. Filiz Balta Peltekoğlu, Marmara University, Turkey, filiz@marmara.edu.tr  
Prof.Dr. H.Hale Künüçen, Başkent University, Turkey, kunucen@baskent.edu.tr  
Prof.Dr. Haluk Gürgen, Bahçeşehir University, Turkey, haluk.gurgencomm.bau.edu.tr  
Prof.Dr. Hülya Yengin, İstanbul Aydın University, Turkey, hulyayengin@aydin.edu.tr  
Prof.Dr. Jean-Marie Klinkenberg, Liege University, Belgium  
Prof.Dr. Judith K. Litterst, St. Cloud State University, U.S.A.  
Prof.Dr. Lev Manovich, University of California, U.S.A. manovich.lev@gmail.com  
Prof.Dr. Lucie Bader Egloff, Zurich University, Switzerland  
Prof.Dr. Korkmaz Alemdar, Atılım University, Turkey  
Prof.Dr. Nazife Güngör, Üsküdar University, Turkey, nazifegungor@gmail.com  
Prof.Dr. Nurcay Türkoğlu, Arel University, Turkey, nurcayturkoglu@arel.edu.tr  
Prof.Dr. Nilüfer Timisi Nalçaoğlu, İstanbul University, Turkey  
Prof.Dr. Nilgün Tatal Cheviron, Galatasaray University, Turkey, ntatal@gsu.edu.tr  
Prof.Dr. Hasan Saygin, İstanbul Aydın University, Turkey, hasansaygin@aydin.edu.tr  
Prof.Dr. Maxwell E. McCombs, University of Texas, U.S.A. maxmccombs@utexas.edu  
Prof.Dr. Murat Özgen, İstanbul University, Turkey, mozgen@istanbul.edu.tr  
Prof.Dr. Mutlu Binark, Başkent University, Turkey, mbinark@gmail.com  
Prof.Dr. Özden Çankaya, İstanbul Aydın University, Turkey, ozdencankaya@aydin.edu.tr  
Prof.Dr. Selçuk Hünerli, İstanbul University, Turkey, shunerli@istanbul.edu.tr  
Prof.Dr. Suat Gezgin, İstanbul University, Turkey, gezgin@istanbul.edu.tr  
Prof.Dr. Sung-do Kim, Korea University, South Korea  
Prof.Dr. Ümit Atabek, Yaşar University, Turkey, umit.atabek@yasar.edu.tr  
Prof.Dr. Yasemin Giritli İnceoğlu, Galatasaray University, Turkey  
Prof.Dr. Cem Sütçü, Marmara University, Turkey, cemsutcu@yahoo.com  
Prof.Dr. Emel Karayel Bilbil, Marmara University, Turkey  
Prof.Dr. Ceyhan KANDEMİR, İstanbul Üniversitesi, Türkiye  
Prof.Dr. Erhan Akyazı, Marmara University, Turkey  
Prof.Dr. Güven Necati Büyükbaykal, İstanbul University, Turkey  
Prof.Dr. Nesrin Özden Dönmez, Marmara University, Turkey  
Prof.Dr. Işıl Zeybek, İstanbul Kültür University, Turkey, i.zeybek@iku.edu.tr  
Prof.Dr. Mehmet Üstünipek, İstanbul Kültür University, Turkey, m.ustunipek@iku.edu.tr  
Prof.Dr. Deniz Yengin, İstanbul Aydın University, Turkey, denizyengin@aydin.edu.tr  
Prof.Dr. Çiğdem Aytekin, Marmara University, Turkey, cigdem.aytekin@marmara.edu.tr  
Prof.Dr. Tolga Kara, Marmara University, Turkey, tolgakara@marmara.edu.tr

Prof.Dr. Okan Ormanlı, İstanbul Aydın University, Turkey, okanormanli@aydin.edu.tr  
Prof.Dr. İncilay Cangöz, Anadolu University, Turkey, icangoz@anadolu.edu.tr  
Prof.Dr. Banu Manav, İstanbul Ayyansaray University, Turkey, manav.banu@gmail.com

Assoc.Prof.Dr. Barış Atiker, Bahçeşehir University, Turkey, barisatiker@gmail.com  
Assoc.Prof.Dr. And Algül, İstanbul Aydın University, Turkey, andalgul@aydin.edu.tr  
Assoc.Prof.Dr. Nazan Haydari Pakkan, Bilgi University, Turkey nazan.haydari@bilgi.edu.tr  
Assoc.Prof.Dr. Ezgi Öykü Yıldız, İstanbul Kültür University, Turkey, e.yildiz@iku.edu.tr  
Assoc.Prof.Dr. Nuran Öze, Arkin Yaratıcı Sanatlar ve Tasarım University, Turkey, nuran.oze@arucad.edu.tr  
Assoc.Prof.Dr. Metin Uçar, Kastamonu University, Turkey, metinucar@kastamonu.edu.tr  
Assoc.Prof.Dr. Burhan Yılmaz, Düzce University, Turkey burhanyilmaz@duzce.edu.tr  
Assoc.Prof.Dr. Gül Yaşartürk, Akdeniz University, gulyasarturk@yahoo.com  
Assoc.Prof.Dr. Önder Yağmur, Atatürk University, Turkey, oyagmur@atauni.edu.tr  
Assoc.Prof.Dr. Arif Can Güngör, İstanbul Aydın University, Turkey, acangungor@aydin.edu.tr  
Assoc.Prof.Dr. Nilay Özsağ Uluçay, Muğla Sıtkı Koçman, Turkey, nozsavas@gmail.com  
Assoc.Prof.Dr. Dilek Tunali, Dokuz Eylül University, Turkey, tunali.dilek@gmail.com  
Assoc.Prof.Dr. Alım Selin Mutdoğan, Hacettepe, University, Turkey, smutdogan@gmail.com  
Assoc.Prof.Dr. Ceren Yegen, Mersin University, Turkey, cerenyegen@mersin.edu.tr  
Assoc.Prof.Dr. Selvihan Kılıç Ateş, Balıkesir University, Turkey, selvihan@balikesir.edu.tr  
Assoc.Prof.Dr. Pınar Aslan, Üsküdar University, Turkey, pinaslan@gmail.com  
Assoc.Prof.Dr. Şakir Eşitti, Çanakkale Onsekizmart University, sakiresitti@comu.edu.tr  
Assoc.Prof.Dr. Aypek Arslan, Ankara Hacı Bayram Veli University, asuman.aypek@hbv.edu.tr  
Assoc.Prof.Dr. Yeliz Kuşay, Marmara University, ykusay@marmara.edu.tr  
Assoc.Prof.Dr. Cemile Tokgöz, Marmara University, cemile.tokgoz@marmara.edu.tr  
Assoc.Prof.Dr. Erdem Öngün, Trakya University, erdemongun@trakya.edu.tr

Assist.Prof.Dr. Ayten Övür, İstanbul Aydın University, Turkey, aytenovur@aydin.edu.tr  
Assist.Prof.Dr. Berk Çaycı, İstanbul Ticaret University, Turkey, bcayci@ticaret.edu.tr  
Assist.Prof.Dr. Tamer Bayrak, İstanbul Aydın University, Turkey tbayrak@aydin.edu.tr  
Assist.Prof.Dr. Gökmen Karadağ, İstanbul Aydın University, Turkey gokmenkaradag@aydin.edu.tr  
Assist.Prof.Dr. Tuğçe Çevik, İstanbul Aydın University, Turkey tugcecevik@aydin.edu.tr  
Assist.Prof.Dr. Deniz Akbulut, İstanbul Aydın University, Turkey, denizakbulut@aydin.edu.tr  
Assist.Prof.Dr. Tuğba Renkçi Taştan, İstanbul Ayyansaray University, Turkey, tugbarenkcitastan@ayvansaray.edu.tr  
Assist.Prof.Dr. Ebru Dede, Maltepe University, Turkey, ebrudede@maltepe.edu.tr  
Assist.Prof.Dr. Hicran İlgin, Çanakkale Onsekiz Mart University, Turkey, hicranilgin@comu.edu.tr  
Assist.Prof.Dr. Eda Öz Çelikbaş, Karabük University, Turkey, ozedaoz@gmail.com  
Assist.Prof.Dr. Sarp Bağcan, İstanbul Gelişim University, Turkey, bagcansarp@gmail.com  
Assist.Prof.Dr. Ziya Nazım Perdahçı, Mimar Sinan University, Turkey, nz.perdahci@msgsu.edu.tr  
Assist.Prof.Dr. Aysen Oluk Ersümer, Akdeniz University, Turkey, aysenoluk@gmail.com  
Assist.Prof.Dr. Ayşegül Akaydın Aydın, İstanbul Aydın University, Turkey, aakaydinaydin@aydin.edu.tr  
Assist.Prof.Dr. Dilek Karaaziz Şener, Hacettepe University, Turkey, dsener@hacettepe.edu.tr  
Assist.Prof.Dr. İlke İltter Güven, Dokuz Eylül University, Turkey, ilke.ilter@deu.edu.tr  
Assist.Prof.Dr. Filiz Bilgin Ülken, Mersin University, Turkey, filizbilgin77@gmail.com  
Assist.Prof.Dr. Yelda Yanat Bağcı, Hasan Kalyoncu University, Turkey, yeldayanat@gmail.com  
Assist.Prof.Dr. Emel Demir Askeroğlu, Namık Kemal University, Turkey, edemir@nku.edu.tr  
Assist.Prof.Dr. Oylum Tunçelli, Kocaeli University, Turkey, oylum.tuncelli@hotmail.com  
Assist.Prof.Dr. Serpil Akdağlı, Afyon Kocatepe University, Turkey, serpil.akdagli@dpu.edu.tr  
Assist.Prof.Dr. Merve Çelik Varol, İstanbul University, Turkey, mervecelik20@gmail.com  
Assist.Prof.Dr. Serpil Akdağlı, Afyon Kocatepe University, Turkey, serpil.akdagli@dpu.edu.tr  
Assist.Prof.Dr. Asuman Kaya, Eskişehir Teknik University, Turkey, asumankaya@eskisehir.edu.tr  
Assist.Prof.Dr. Deniz Yeşim Taluğ, Hacettepe University, Turkey, deniz.talug@gmail.com  
Assist.Prof.Dr. Ahmet İlkey Ceyhan, İstanbul Kent University, Turkey, ilkayceyhan@gmail.com  
Assist.Prof.Dr. Hüda Sayın Yücel, Kırıkkale University, Turkey, hudasayn@gmail.com  
Assist.Prof.Dr. Gülay Asit, Girne Amerikan University, Turkey, gulayasit@gau.edu.tr

Assist.Prof.Dr. Betül Aytepe Serinsu, Nevşehir Hacı Bektaş Veli University, Turkey,  
betul.aytepe@gmail.com

Assist.Prof.Dr. Begüm Aylin Önder, İstanbul Aydın University, Turkey,  
begumaylinonder@aydin.edu.tr

Assist.Prof.Dr. Tuncay Çiçek, Gazi üniversitesi Eğitim Fakültesi, Turkey, alpago\_25@hotmail.com

Assist.Prof.Dr. Mehmet İlker Berkman, Bahçeşehir University, Turkey, miberkman@gmail.com

Assist.Prof.Dr. Gülsün Bozkurt, İstanbul Aydın University, Turkey, glsnbozkurt@gmail.com

Assist.Prof.Dr. Serdar Kuzey Yıldız, İstanbul Aydın University, Turkey, s.kuzeyyildiz@gmail.com

Lecturer İsmail Hakkı Polat, Kadir Has University, Turkey

**ÖNEMLİ:** Dergide yayınlanan görüşler ve sorumluluk yazarlara aittir. Yayınlanan eserlerde yer alan tüm içerik kaynak gösterilmeden kullanılamaz. *Bütün makaleler iThenticate* programı ile intihal yönüyle akademik anlamda kontrol edilmektedir.

**IMPORTANT:** All the opinions written in articles are under responsibilities of the authors. The published contents in the articles cannot be used without being cited. All the papers are controlled academically with the Turnitin program.

## Editörlerin Mesajı

Sevgili IBAD Okuyucuları,

Bu sayıda Cilt 2, Sayı 2 yayınlamamızı sizlerle paylaşmaktan mutluluk duyuyoruz.  
Dergimizin yayınlanan bu sayısında kabul edilen 6 yazarın 5 makalesi bulunmaktadır.

Sevgili okurlar, daha detaylı bilgi almak, öneri ve görüşleriniz paylaşmak için  
gönderimlerinizi lütfen aşağıdaki e-posta adresine iletin. Bizlere IBAD Sekreterliği  
ibadergi@gmail.com adresinden ulaşabilirsiniz.

İletişimde kalmak ve bir sonraki sayımızda buluşmak umudu ile.

### Editörler

Dr. Öğr. Üyesi Tamer BAYRAK  
Prof. Dr. Deniz YENGİN

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi  
İletişim Fakültesi  
17100-Çanakkale TÜRKİYE  
E-mail: ibadergi@gmail.com  
URL: www.ibadergi.com

### **From the Editors**

Greetings Dear readers of IBAD,

We are happy to announce to you that our Volume 2, Issue 2 has been published. There are 5 articles from 6 authors published in this current issue.

Dear readers, you can receive further information and send your recommendations and remarks, please contact IBAD Secretariat at the below address or e-mail us to [ibadergi@gmail.com](mailto:ibadergi@gmail.com).

Hope to stay in touch and meeting in our next Issue.

#### **Editörs**

Assist. Prof. Dr. Üyesi Tamer BAYRAK  
Prof. Dr. Deniz YENGİN

Çanakkale Onsekiz Mart University  
Faculty of Communication  
17100-Çanakkale TÜRKİYE  
E-mail: [ibadergi@gmail.com](mailto:ibadergi@gmail.com)  
URL: [www.ibadergi.com](http://www.ibadergi.com)

**TABLE OF CONTENTS**  
**May 2022 Volume 2 Issue 2**  
**(10.7456/100202100)**

**RESEARCH ARTICLES**

FURNITURE IN SCIENCE FICTION CINEMA IN THE 1960-1970's <i>Arzu ERÇETİN</i> <i>Tolga ERDEM</i>	64
SOCIAL MEDIA AND PRIVACY: "YOU" SERIES ANALYSIS <i>Feyza ÜNLÜ DALAYLI</i>	84
AGENDA SETTING AND ASTROTURF ACTIVITIES ON TWITTER: A STUDY ON MENTIONING TWEETS TO POLITICAL PARTY LEADERS IN TURKEY <i>Melih Cem KILIÇ</i>	98
EXAMINATION OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE JOURNALISM IN TERMS OF GATEKEEPING IN INTERNET JOURNALISM <i>Oğuz ŞAYİR</i>	117
THE REPRESENTATION OF THE SYRIAN IMMIGRANTS IN MAINSTREAM MEDIA <i>Zerif GEZİK</i>	135



**İÇİNDEKİLER**  
**Mayıs 2022 Cilt 2 Sayı 2**  
**(10.7456/100202100)**

**ARAŞTIRMA MAKALELERİ**

1960-1970'LERDE BİLİMKURGU SİNEMASINDA MOBİLYA <i>Arzu ERÇETİN</i> <i>Tolga ERDEM</i>	64
SOSYAL MEDYA VE MAHREMİYET: "YOU" DİZİSİ ÇÖZÜMLEMESİ <i>Feyza ÜNLÜ DALAYLI</i>	84
TWITTER'DA GÜNDEM BELİRLEME VE ASTROTURF FAALİYETLER: TÜRKİYE'DEKİ SİYASİ PARTİ LİDERLERİNİN ETİKETLENDİĞİ TWEETLER ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA <i>Melih Cem KILIÇ</i>	98
İNTERNET HABERCİLİĞİNDE YAPAY ZEKÂ GAZETECİLİĞİNİN EŞİK BEKÇİLİĞİ AÇISINDAN İNCELENMESİ <i>Oğuz ŞAYİR</i>	117
SURİYELİ GÖÇMENLERİN ANAAKIM MEDYADA TEMSİLİ <i>Zerif GEZİK</i>	135

**DOI Numbers of IBAD**  
**January 2022 Volume 2 Issue 1**  
**(10.7456/100202100)**

**RESEARCH ARTICLES**

- FURNITURE IN SCIENCE FICTION CINEMA IN THE 1960-1970's  
*Arzu ERÇETİN*  
*Tolga ERDEM* 10.7456/100202100/001
- SOCIAL MEDIA AND PRIVACY: "YOU" SERIES ANALYSIS  
*Feyza ÜNLÜ DALAYLI* 10.7456/100202100/002
- AGENDA SETTING AND ASTROTURF ACTIVITIES ON TWITTER: A STUDY  
ON MENTIONING TWEETS TO POLITICAL PARTY LEADERS IN TURKEY  
*Melih Cem KILIÇ* 10.7456/100202100/003
- EXAMINATION OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE JOURNALISM IN TERMS  
OF GATEKEEPING IN INTERNET JOURNALISM  
*Oğuz ŞAYİR* 10.7456/100202100/004
- THE REPRESENTATION OF THE SYRIAN IMMIGRANTS IN MAINSTREAM  
MEDIA  
*Zerif GEZİK* 10.7456/100202100/005

## 1960-1970'LERDE BİLİMKURGU SİNEMASINDA MOBİLYA

Arzu ERÇETİN  
İstanbul Kültür Üniversitesi, Türkiye  
a.eceoglu@iku.edu.tr  
<https://orcid.org/0000-0002-8381-0011>

Tolga ERDEM  
İstanbul Kültür Üniversitesi, Türkiye  
t.erdem@iku.edu.tr  
<https://orcid.org/0000-0003-3443-3181>

<i>Atf</i>	Erçetin, A. & Erdem, T. (2022). 1960-1970'lerde Bilimkurgu Sinemasında Mobilya. Journal of Communication Science Researchs, 2 (2), 64-83.
------------	---

### ÖZ

Sinema kendisine özgü olan belirli bir anlatım aracıdır. Ses ve görüntüler onun dilinin unsuru durumundadır. Bu unsurları besleyen öğelerden biri ise, tasarım kavramının çalışma alanlarından biri de mobilyadır. Tasarım disipliniyle iç içe olan sinema türünün başında bilimkurgu geldiği söylenebilir. Bu çalışmada sinema ve mekân ilişkisi, mobilya bağlamında Uzay temasının fenomen olduğu 1960-70 yıllarındaki bilimkurgu film ve dizileri üzerinden incelenmiştir. Çalışma kapsamında Star Trek dizisi ve Star Wars filmi ele alınarak, iletilerde kullanılan mobilya tasarımları incelenerek, 1960 ve 1970 'li yıllarda üretilen bilimkurgu türündeki film ve dizilerin mekânsal anlatımlara etkileri irdelenmiştir. Bu çalışmada amaç çok boyutlu bir disiplin olan tasarım kavramının sinemadan ürün ölçeğine kadar farklı boyutları bir bütün olarak nasıl aynı kurguda buluşturduğunu ortaya koymak ve gerçekleştirilecek olan benzeri çalışmalar açısından kaynak oluşturmaktır.

*Anahtar Kelimeler:* Sinema, Tasarım, Mekân, Mobilya.

## FURNITURE IN SCIENCE FICTION CINEMA IN THE 1960-1970's

### ABSTRACT

Cinema is a unique means of expression. Pictures and sounds are the elements of the language of cinema. One of the elements that support these elements is furniture, which is one of the working areas of the design concept. The cinema genre that is most intertwined with the design discipline is science fiction. In this research, the relationship between cinema and space is examined on the science fiction movies and series of 1960-70, when the theme of Space in the context of furniture was at its peak. Within the scope of the study, the effects of the furniture used on the spatial narratives in the science fiction movies and series in the 1960s and 1970s were examined by taking the Star Trek series and Star Wars movies into consideration. The aim of this study is to reveal how the concept of design, which is a multidimensional discipline, brings together different dimensions from cinema to product scale as a whole, and to create a resource for similar studies to be carried out.

*Keywords:* Cinema, Design, Space, Furniture.

## GİRİŞ

Günümüzde en genel anlamıyla sinema; Sinema insan yaşamını her türlü boyutu ile ele alan organik olarak tanımlanabilecek kurguların görsel bir anlatımı olarak ifade edilmektedir (Allmer, 2013). Bu anlatı, farklı edebiyatlarda insan ve yaşamın birçok yönünü ele almaktadır; İnsanlarla iletişim kurabileceğine ve gelecekte geçiş yapabileceğine inanılan her türlü nesne ve durumu kapsamaktadır (Bezci & Dündar Türkkan, 2017). Sinema birden fazla şeyi bir arada kurgulayarak bir bütün oluşturur ve her bir parça bir anlam içerir (İnce, 2007). Sinema geçmiştir, bugündür ve gelecektir. Her bir kurgu tek tek işlenirken hem gerçek hem de sanal olan mekanların, yaşanmışlıkların ve yaşananların hatta yaşanacak olanların mekanlar bütünü ile tasarlanmasıdır. Bir kurgu sanatıdır. Sinemada yaşanan her şeyin doğru kurgu ile izleyiciye aktarılabilmesi için mekân kurgusu bu noktada büyük önem taşımaktadır.

Aristo, mekânı 'nesnelerin birlikteliği' olarak ya da başka bir deyişle 'en geniş anlamından en darına kadar birbirini kapsayan tüm olguların birlikteliğinin bir başarısı' olarak görmektedir (Beşışık, 2013: 1). Aristo'nun mekân açıklaması sinemasal mekân kavramı açısından değerlendirildiğinde, günümüzde gerçekleştirilen çalışmaların oldukça kapsamlı olduğu söylenebilir. Özellikle işlendiği konu özelinde, mekânsal özellikler açısından incelendiğinde derin bir çalışma konusu bütünü olduğu görülmektedir. Bu bütünlük, ışık, kamera vb. teknik kısmının ötesinde atmosferi sağlayacak fiziksel nesnelerin varlığıdır. İzleyiciye hedeflenen etkiyi vermek adına kullanılan her obje ve donatının hatta renk ve tüm detayların konu ile uyumu bu noktada önem kazanmaktadır. Özellikle dönemsel ve kurgusal filmler özelinde bu çalışmalar daha büyük hassasiyetler gerektirmektedir. Çünkü arka plan biçiminde tanımlanmakta olan sahnede bulunan nesnelerin geneli gündelik hayatımızda bulunan nesnelerin geneli normal işlevlerinin dışında bir özelliğe sahip oldukları ve yapma dil sayesinde biçimsel özelliği ile birlikte belirli bir gösterge haline gelmektedir. Bu sorunun çözümü, nesnelerin ihtiyaçlara göre planlanması ve bunların atmosfere nasıl entegre edileceğidir. Gerçek nesneler bu bağlamda kullanılabilirliği için kurguya bağlı olarak evrende, şehirlerde, binalarda, mekanlarda ve hatta türlerde tasarlanıp kullanılabilirler. Belirli bir zamandaki bir olayla ilgili bir film, zamanın mimari özellikleri, araç, giyim ve saç modeli gibi birçok bilgiyi içeren bir gösterge / konsept tasarım nesnesine ihtiyaç duymaktadır (Bezci & Dündar Türkkan, 2017).

Bilim kurgu kavramının tanımına ise Yardım şu şekilde değinmiştir. "Bilimkurgu kavramını tanımlama ve sınırlarını belirleme çabaları, bazen keskin sınırlarla, bazen de sınırlamanın yanlış olduğu görüşüyle çeşitli tanımlara yol açmıştır. Tüm bu tanımların ışığında bilimkurguyu genel olarak bilime dayalı kurgusal bir hikâye olarak tanımlamak mümkündür. Tüm bu görüş farklılıklarının nedeni ve sınırların belirsizliği, bilimkurgu kavramının konu ve gelişim biçimi açısından zaman içinde sürekli değişmesine bağlanabilir" (Yardım, 2012).

"Jameson, bilim kurgunun en önemli potansiyelinin ölçülebilir dünyanın deneysel bir uyarlamasını oluşturmasındaki becerisi olduğunu söylemektedir." (Jameson, Akt., Küpeli-İğdeli, 2013). Bilim kurgu, bilimsel rasyonalizm, zamanın doğrusallığına ve tarihsel değişimin kaçınılmazlığına dayalı olarak bugün geleceğe yönelik kritik senaryolar yapıyor. Başka bir deyişle, bilim kurgu, şu andaki bazı şeylerin gelecekte dramatik bir şekilde değişeceği varsayımıyla esasen uzaylı bir deneysel sanattır. Bir bilim kurgu sanatçısı, çağının sosyal, ideolojik, etik ve bilimsel tartışmalarını başka bir zamana ve fiziksel ortama aktararak hipotetik bir şekilde ifade etmeye çalışır. (Özen, 2006). Bilimkurgu yalnızca geleceği temsil etmez, aynı zamanda tasarımı bütünleşmiş olduğundan yapıldığı dönemin analizinde kaynak görevi de görür. Bilimkurgu film ve dizileri, çekildikleri dönemin önemli gelişme ve olaylarını, tasarımsal eğilimleri de içerir.

1960'larda kendini gösteren özgürlük kavramı ve bu kavramın etkileri 1970'lerde de artarak devam etmiştir. (Lucie-Smith, 1995) 1960 ve 1970'li yıllara artan biçimsel öz bilinçliliğin damgasını vurduğunu belirtmiştir. 1960'ların sonlarından itibaren mobilya kültürel değişimlerin etkisi altına da girmiştir.

## **SİNEMA VE MEKÂN**

Mekân kavramı birçok disiplin tarafından ele alınmakta ve açıklanmaktadır. Yer, boşun, farklı unsurların organize edildiği alan, uzay parçası gibi birçok farklı terimle tanımlanmaya çalışılan bu kavram mimarlık mesleğinin doğuşunun temelini oluşturmaktadır. Bu temel insanlığın var oluşundan bu yana süre gelen bir gerçek ve olgudur. Her ne kadar sinema' nın tarihi mimarlık kadar eski olmasa da sinemanın var oluşunda mimarlık – mekân kavramının gerçeği inkâr edilemez. Çünkü sinemayı ilgi çekici kılan içerisinde geçtiği mekanlardır.

1900' lü yılların başında renkli ve sesli sinemanın ilk ürünlerinin film dünyasında yerini almaya başlaması ile birlikte, mekân kavramı açısından sinema giderek güçlenmeye başlamıştır. Sinema dünyasının tüm büyük film yapımcıları ve yönetmenleri, hikâye anlatımında mekânın önemini anlamış ve çalışmalarına uygun bir alan yaratmıştır. Aynı konuyu işleyen farklı senarist ve yönetmenler mekân kurgularını farklı yansıtarak izleyiciye farklı seyir keyifleri sunmuşlardır. Filmlerde mimari mekânların başarılı olması, mimarinin yeniliklere ve deneyimlere açık olması ile bağlantılı olmaktadır. (Ergin, 2007).

Sinemada mekân kurgusu oluşturulurken iki yöntem izlenir. Bunlardan birincisi var olan gerçek mekânların filmlerde kullanımı, ikincisi ise, kurgusal mekânların yaratılması şeklindedir (İnce, 2007). Gerçek yani mevcut mekân kullanımı özellikle büyük film şirketlerinin filmin gerçekçiliğini arttırmak amacı ile büyük şehirlerde kendilerine yerler seçerek bu alanları film stüdyosuna çevirmeleri neticesinde oluşmuştur. Bu tür filmlerde hem sinema yapıların tarihsel kimliklerini filmlerinde kullanır, hem de izleyiciler yapıların gerçek yapılış amaçlarını görme fırsatı bulurlar. Filmlerin çoğu bugün var olmayan yerleri kullandı. Daha önce var olan ancak bugüne kadar korunmayan mekân restore edilerek günümüz izleyicisine getiriliyor. Bu mekanlar o dönemde kitaplarda ve fotoğraflarda görüldüğü gibi kalmaz, ancak o dönemde mimarinin nasıl değerlendirildiği ve yorumlandığı hakkında bilgi verir. Bu yeniden modellenen siteler, çağdaş müzik, giyim ve mobilyaların yanı sıra mekânın kullanımı hakkında bilgi sağlar (Öztürk, 2012).

Kurgusal mekanlara ise sinemanın başlangıcından bu yana birçok örnek veren, farklı zaman dilimlerinin farklı kurgular yardımı ile anlatıldığı mekanlardır. Her bir film özelinde incelendiği zaman sinema için, mekanların bir deneysel laboratuvar niteliğinde olduğunu söylemek doğru olacaktır. Genel kurgu içerisinde yönetmen, gerçek hayatta yaşanılabilir mekanlar oluşturmaya çalışan bir tasarımcıdan daha özgürdür. Oluşturmaya çalıştığı kurgusal, kurmaca düzen tamamen düşsel bir gerçekliktir ve bu düzen ona sınırsız bir serbestlik kazandırmaktadır. Mekânın nasıl kullanıldığı en önemli unsurlardan biridir. Çünkü mekân, bazı hallerde hiçbir şey anlatılmadan da seyircinin görsel algısına doğrudan hitap eder ve anlatmak istediğini yansıtabilir (Öztürk, 2012).

Kurgusal mekân örneklerinin en tasvirilen olanlarını bilim kurgu filmlerinde görmek mümkündür. Bilim kurgu filmleri tamamı ile yönetmenin hayal gücünü yansıtan ses, ışık efektleri gibi özellikler ile de kurguları tamamlanan mekanlar ile oluşturulur. Endüstride ki gelişmeler ve sanayi devrimi ile aslında nitelik kazanmaya başlayan bilim kurgu filmlerinde 1950'li yıllar itibarı ile beton yapılar, dev robotlar, uzay gemileri büyük ses getirmiştir. Bu gelişmelerin ışığında mekânın sinemada farklı kullanım amaçlarını görmek mümkündür;

- Sinemada mekânın fon olarak kullanılması
- Mekânın tamamlayıcı eleman olarak değerlendirilmesi
- Mekânın asıl unsur olarak ele alınması

Kullanım amacı ne olursa olsun mekân kavramının sinema da vazgeçilmez bir unsur olduğunu görmekteyiz. Geri plana atılarak oyunun arkasında kalması veya filmin daha akılda kalınır olması için mekânın üzerine kurgulanmış olması mekânız bir sinema olamayacağı gerçeğini değiştirmemektedir.

## **BİLİM KURGU SİNEMASI VE MOBİLYA**

Bilim kurgu sinema tarihinin M.S. II. Yüzyılın ilk yarısında yaşanan Lukianos'a kadar ulaştığı bilinmektedir. Luciano, çalışmasında aya olan yolculuğunu anlatıyor. Luciano'dan yüzlerce yıl sonra,

1634'te ünlü gökbilimci Kepler, Somnium makalesinde iblisler ve şeytanlar tarafından sürülen bir araçla ayda yapılmış olan yolculuğu anlatmıştır. Somnium, Carl Sagan ve Isaac Asimov tarafından ilk bilimkurgu olarak tanımlanmıştır (URL-1). Bu gelişmeleri 1638 yılında Ay' da İnsan ve 1650 yılında Ay' da Gezi adlı eserler takip etmiştir. Yıllar içerisinde her ne kadar gelişim gösterse de Bilim Kurgu Sineması ile ilgili 1970 li yıllar itibari ile görselliği artan bir tür olduğunu söylemek doğru olacaktır.

Bu tanımlamalar ışığında ve tarihsel süreç incelendiği zaman bilim kurgu sineması ile ilgili, bilinen gerçekliğe aykırı, tamamen kurgusal ve bu kurgusalılık içerisinde alternatif olasılıkları eğlendirici ama anlaşılır bir dille ortaya koyan sinema türü olarak tanımlamak doğru olacaktır. Bilim kurgu sineması temaları örnekleri ile birlikte şöyle sıralanabilir:

- Geleceği işleyen,
- Buna karşılık alternatif zaman dilimleri ile örtüştüren,
- Bilinen tarih ve arkeolojik kayıtlarla çelişen geçmiş zaman kurgulamaları işleyen,
- Diğer dünyaları ve dünya dışı yaşamı ele alan,
- Nanoteknolojilerden faydalanan,
- Zaman yolculukları gibi konuları işleyen,
- Işık hızı üzerinde seyahatlerin kurgulandığı,
- Distopya – ütöpik toplum anlayışının anti tezi, kötü, hastalıklı, anormal toplumsal yapılar ve şehirler konularını incelemektedir.

1970'lerin başında ortaya çıkan enerji krizi, bu tarihe kadar oldukça yoğun şekilde tercih edilen malzemelerden biri olan plastiğin, petrol tabanlı hammaddeden oluşmasından dolayı maliyetinin artmasına sebep olduğundan, mobilya yapımında farklı malzeme arayışlarına gidilmeye başlanılmıştır. Sparke (1986: 82) yaşanmakta olan petrol krizinin ardından plastiğin yerini geleneksel olan ahşap sıradan ürünler almaya başlamıştır.

Bu değişim endüstriyel üretimin getirdiği çevre kirliliği gibi olumsuz etkiler ve popüler kültürün etkisiyle birleşerek 1960 yıllarında hâkim olan dünyanın yok olduğu, yaşamı uzaya taşıma fikri, 1970 yıllarında dünyayı kurtarma ve çevreye karşı duyarlı olma bilinciyle birleşerek çevre hareketine dönüşerek devam etmiştir. Crocket (1999: 251) İnsanlığın her zaman başka bir yerde farklı bir varoluş bulacağı inancından olduğundan söz edilmiştir.

1970'ler boyunca devam eden enerji krizi, mobilyacıların maliyeti arttıran öğelerden biri olan süslemelerden uzaklaşmasına neden olmuştur. Bu uzaklaşma yalın ve geometrik formların kullanılmasıyla rasyonalist bir anlayışı ortaya çıkarmıştır. Rasyonalizmin getirdiği anlayış ile oluşturulan mobilyalarda kullanılan yalın ve geometrik hatlar maliyeti azaltmıştır. Yine aynı kaygılardan dolayı farklı bir tasarım yaklaşımı olan high-tech mobilyalar 1970'li yıllarda popüler olmuştur. Yalın, modern ve fütüristik olan bu tasarımlar dönemdeki diğer tasarım anlayışlarından çok keskin hatlarla ayrılmıştır.

1960'ların geometrik, organik, uzay çağı çizgileri ve kapsül formlar ön plana çıkan karakteristik unsurlardandır. Amerika Birleşik Devletleri ile Sovyetler Birliği arasındaki uzay yarışı yoğunlaştı ve aya ilk iniş alanı açtı ve bilim kurguyu uzaya gönderdi (Bezci & Dündar Türkkan, 2017). 1970'ler ise Dünya'ya daha pozitif bakan yıllardı. Uzay ve bilimkurgu kavramlarının çok popüler olmasının etkisiyle, gelişen yüksek teknolojinin kullanılmasını öne çıkaran tasarımlar ortaya koyarken, bazıları da doğal malzemelerin peşinden gitmişlerdi. Ancak tasarım yaklaşımı ne olursa olsun deneysellik ortak kavramlarındandı. 1960 ve 70'li yılları sarmalayan uzay, dünya dışı yaşam, teknoloji gibi popüler olmuş olan olgular bilim kurgu sinemasını beslerken yukarıda bahsedilen öğeler içinde yer alan mekân ve mekâna bağlı olarak mobilya da enerji krizi sonucu ortaya çıkan yalın, fütüristik formlar ve malzemelerden oluşan yeni kimliği ile bu moda akımda yerini almıştı. Bilim kurgu film ve diziler mobilyanın şekillenmesindeki önemli etkenlerden biri olurken, diğer bir bakış açısıyla da döneme ait

mekân ve mobilya tasarımı da bilim kurguyu destekleyen etmenlerden olmuştur denilebilir. Sözü edilen karşılıklı besleme durumuna Gene Roddenberry'nin yarattığı 1966'da çıkan *Star Trek* serisi, Uzak gemisi kaptanı James T. Kirk ve mürettebatının bilinmeyen uzayı keşfetme serüvenleri (Öztürk, 2012) örnekler barındırır.

### **STAR TREK DİZİSİ'NİN İÇERDİĞİ MOBİLYALAR KAPSAMINDA İNCELENMESİ:**

1966 – 1969 yılları arasında çekilen dizi 23. yüzyılda Kaptan James T. Kirk'ün kumandasındaki yıldız gemisi U.S.S. Enterprise'in uzayın bilinmeyen bölgelerine yaptığı keşif uçuşlarını ve mürettebatın buralarda yaşadıkları maceraları anlatmaktaydı. Serideki tüm karakterler, özellikle Kirk, Spock, McCoy, Scotty ve Uhura, bilim kurgu tarihinde harika karakterler haline geldi. TRT'de yayınlanan kanallardan biri yayınlandığında Türk izleyiciler bilim kurgu ile ilk kez televizyonda tanışmış ve ülkemizde çok popüler olmuştur. Bu serinin aslen beş sezon sürmesi planlanmıştı, fakat o dönem muazzam popüler olmasına karşın yayınlayan tv kanalı yüksek yapım maliyetleri yüzünden üçüncü sezonun ardından beklenmedik bir kararla sona erdirilen dizi içerisinde döneminin mobilyalarına dair örnekler barındırmaktadır (Şenyapılı, 2002).



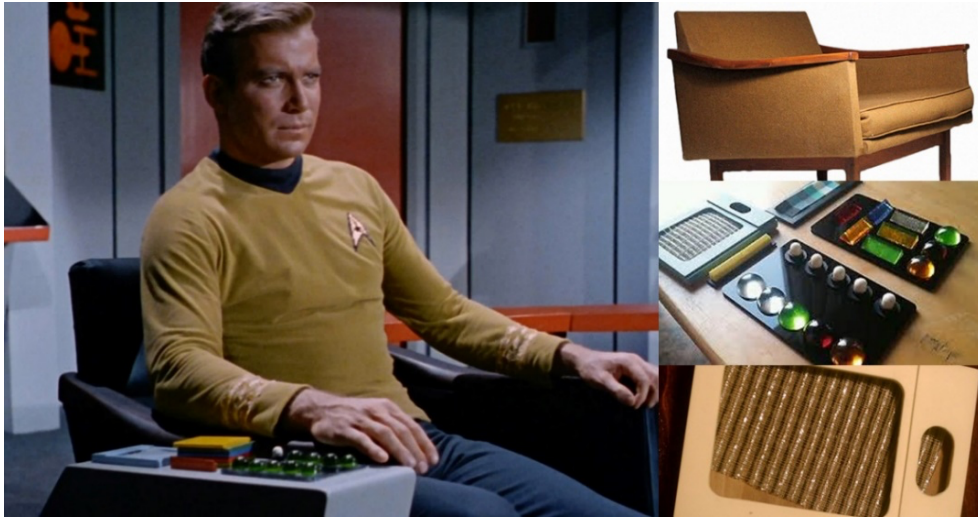
**Resim 1.** Star Trek (The Original Series) (1966-1969)  
**Kaynak:** URL-2

Arthur Umanoff'un Madison Furniture Industries için 1962 yılında tasarladığı no: 2405 isimli koltuğu, değiştirilmiş haliyle Orijinal Star Trek serisindeki Enterprise'in kaptan koltuğu olarak görülebilmektedir (Sakarya, 2001).



**Resim 2.** Arthur Umanoff, model no: 2405 (1962-1968)  
**Kaynak:** URL-3

Amerikalı tasarımcı Arthur Umanoff' un tasarlamış olduğu koltuk; 78 cm derinlik, 52 cm oturma derinliği, 85 cm genişlik, 69 cm oturma genişliği, 71 cm yükseklik, 42 cm oturma yüksekliğinde olup, ceviz ağacından yapılmıştır (Sakarya, 2001).



**Resim 3:** Arthur Umanoff, model no: 2405, Enterprise Kaptan Koltuğu  
**Kaynak:** URL-4





**Resim 4:** Eero Saarinen, Tulip Chair,  
**Kaynak:** URL-5

1956 yılında Eero Saarinen tarafından tasarlanan Lale sandalyesi desteğin tek bir çubuğa indirgenmesiyle vurgulanan, anında tanınan kupa şeklindeki çerçeve ile karakterizedir. Lale sandalye beyaz vernikli döküm alüminyumdan geniş bir tabandan ve koruyucu bir katmandan oluşur.



**Resim 5:** Eero Saarinen, Tulip Chair,  
**Kaynak:** URL-6



**Resim 6:** Maurice Burke - Arkana,  
**Kaynak:** URL-7

Eero Saarinen tarzı lale sandalyeler daha sonra Maurice Burke tarafından ele alınıp Model 116 olarak tasarlanmış Armana firması tarafından üretilmiştir. Burke fiberglas plastikten ve emaye kaplı alüminyumdan yapılmış kaide tabanlarından üretilmiştir”

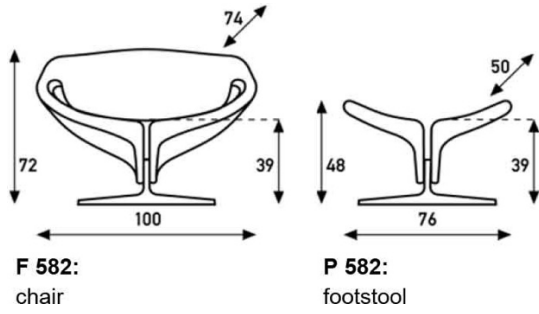


**Resim 7:** Pierre Paulin Model no: F582  
**Kaynak:** URL-8

F582 veya Şerit Sandalye, 1960'larda Pierre Paulin tarafından Artifort için tasarlandı ve 1968'de The Cloud Minders adlı bir bölümde Star Trek'te yer almıştır. Bu sandalye, 1960'larda ve 2017'de fütüristik tasarımı temsil etmiştir.



**Resim 8:** 'The Cloud Minders'  
**Kaynak:** URL-9



**Resim 9:** Pierre Paulin  
**Kaynak:** URL-10

Avustralya'nın Melbourne kentindeki Victoria Ulusal Galerisi koleksiyonunda yer almaktadır.



**Resim 10:** President Lounge Chair 265, Steen Ostergaard  
**Kaynak:** URL-11

President Lounge Chair 265, 1968'de Danimarkalı mobilya tasarımcısı Steen Ostergaard tarafından tasarlanmıştır. Orijinal olarak altı renkte üretilmiştir. Bu renkler kırmızı, beyaz, mavi, yeşil, kahverengi ve bej olarak karşımıza çıkmaktadır. Daha sonra döşemede birçok renk kullanılmıştır. Sandalye, içeride ve dışarıda kullanılabilir şekilde tasarlanmıştır.



**Resim 11:** President Şezlong 265  
**Kaynak:** URL-12



**Resim 12:** Don Chadwick - Chadwick modüler kanepesi  
**Kaynak:** URL-13

Boyutlar: Y 27 inç x G 27,5 inç x D 31 inç  
Oturma Yüksekliği: 15 inç (38,1 cm)

Dünyanın önde gelen ergonomi uzmanlarından biri olan Chadwick, 1964'te kendi muayenehanesini kurmadan önce mimar Victor Gruen için çalıştı. Don Chadwick ergonomik sandalye tasarımı alanında devrim yaratmak için modern malzemelerin, kalıplama işlemlerinin ve mekanizmaların kullanımına öncülük etti. 1994 yılında Chadwick, Herman Miller için dönüm noktası olan Aeron Koltuğunu tasarladı ve ulusal çapta dikkatleri üzerine çekmiştir. Her bağımsız bölüm, kumaşın rengini ve dokusunu mükemmel şekilde tamamlayan kalıplanmış, taraklı, dalgalı bir plastik polimer tabana tutturulmuştur.





**Resim 13:** Don Chadwick - DIS-Enterprise'da Spock'ın odaları  
**Kaynak:** URL-14



**Resim 14:** Vladimir Kagan 1968,  
**Kaynak:** URL-15

Chromcraft Sculpta Unicorn

Yükseklik: 37,5 inç (95,25 cm)

Genişlik: 22 inç (55,88 cm)

Derinlik: 27,5 inç (69,85 cm)

Koltuk Yüksekliği: 16,5 inç (41,91 cm)

Vladimir Kagan'ın 1968 damgalı fütüristik tasarımı, 1966 dolaylarında Chromcraft Corp tarafından üretilmiştir. 1968'de tekrarlanan Star Trek: The Original Series'in iki bölümünde yer almıştır.



**Resim 15:** Chromcraft Sculpta Unicorn  
**Kaynak:** URL-16



**Resim 16:** Charles Rennie Mackintosh  
**Kaynak:** URL-17

Charles Rennie Mackintosh'un Argyle sandalyesi, 1897'de Glasgow'un Buchanan Caddesi'ndeki Argyle Street Çay Odaları için tasarlanmıştır. Bu yüksek sırtlı sandalye, Charles Rennie Mackintosh'un en tanınmış tasarımlarından biridir. Sandalyelerin alışılmadık yüksekliği, masaların etrafında bir perde oluşturdukları anlamına geliyordu. Art-deco & Art Nouveau etkileri taşımaktadır.



**Resim 17:** Charles Rennie Mackintosh - Argyle Sandalye  
**Kaynak:** URL-18



**Resim 18:** Pierre Paulin- Artifort F300  
**Kaynak:** URL-19

Pierre Paulin, 1967'de Artifort (Hollanda) için F300 koltuğu tasarladı. Pierre Paulin'in F300 serisi, şekillendirilmiş bir poliüretan kabuktan oluşur. Ayaklar, onları korumak için şeffaf PVC kapaklara sahiptir. Bu sandalye, orijinal siyah yünlü kumaşla kaplanmış gevşek bir kakma kabuğuna sahiptir. Boyutlar 81 x 70 x 62 cm (uxdxh) Oturma yüksekliği: 39 cm



**Resim 19:** Pierre Paulin- Artifort F300 - Star Trek: The Search for Spock" TNG: "The Naked Now"  
**Kaynak:** URL-20



**Resim 20:** Charlotte Perriand –  
**Kaynak:** URL-21

Charlotte Perriand tarafından 1927'de Place Saint-Sulpice'deki Paris'teki dairesi için tasarlanan bu modern döner sandalye, zamanla çok yönlülük ve işlevsellik tavrıyla bir tasarım ikonu haline geldi. 4 veya 5 ayaklı olarak sunulan koltuk, döşemeli bir arkalığa ve deri veya kumaş döşemeli yumuşak yastıklı bir koltuk minderine sahiptir.



**Resim 21:** Cassina LC7 - TNG: "İlk Görev"  
**Kaynak:** URL-22



**Resim 22:** Peter Opsvik - HÅG Anova 2030  
**Kaynak:** URL-23

Anova 2030 1978'de Peter Opsvik tarafından tasarlanmıştır. Trek'te, bazıları aslında aynı koleksiyonun farklı modeller ve farklı sırtlıklarla ortaya çıkmıştır.



**Resim 23:** HÅG Anova 2030 sandalyeleri, Peter Opsvik. [Resim: Tadeo D'Oria'nın izniyle]  
**Kaynak:** URL-24



Star Trek'te yer alan sandalyeler bazen düğmeler ve ışıklarla geleceğe bakacak şekilde boyanmış ve değiştirilmiştir. Bunlar Enterprise-D'nin konferans odasında kullanmış olduğu sandalyelerdir. Üretici HAG'dır ve bu türü bulmak oldukça zordur.



**Resim 24:** Peter Opsvik - Sele oturaklı HÅG Capisco (1980)  
**Kaynak:** URL-25

Capisco 1980 yılında, dünyaca ünlü Peter Opsvik imzasını taşıyor. Opsvick, insanın anatomisini ve yapısını inceledi ve tüm sandalyeler ve tabureler gibi insan doğasından ilham aldı. Capisco'nun Opsvick'in hayatındaki konumu çok farklı. Capisco bugün tüm dünyada bilinen ve ergonomik koltuk/sandalye denildiğinde ilk akla gelen bir tasarım olma özelliğini taşıyor.



**Resim 25:** Peter Opsvik  
**Kaynak:** URL-26



**Resim 26:** Arthur Umanoff - Madison Sandalye  
**Kaynak:** URL-27

Arthur Umanoff tarafından Madison Mobilya Şirketi için tasarlanmıştır. Bu rahat sandalye, oyulmuş cevizden kolçaklı siyah vinil ile kaplanmıştır. Ağır hizmet tipi döner taban ve beş tekerlek üzerinde rulolar bulunur. Koltuk yüksekliği ayarlanabilir.  
Boyutlar: 24 " W, 25,25 " D, 37 " H; koltuk: 16 " H



**Resim 27:** Arthur Umanoff - Madison Sandalye  
**Kaynak:** URL-28



**Resim 27:** Svein Gusrud - HÅG Balans Aktiv  
**Kaynak:** URL-29

Svein Gusrud tarafından tasarlanılan model Denge Aktif junior. HÅG tarafından üretilmiştir. 1979 yılında tasarlanmıştır. Ayakta duran sandalye ayak ve kolçaklar ayarlanabilir boyun yastığı ile hafif eğimli bir arka plaka olarak yapılmıştır. Kökleri makine estetiğinde olan bir oturma aracıdır. Sandalyeler orijinal olarak iki farklı yükseklikte üretilmiş ve her ikisi de filmde yer almıştır.



**Resim 28:** Svein Gusrud - HÅG Balans Aktiv  
**Kaynak:** URL-30



**Resim 29:** Peter Opsvik - Stokke Globe Bahçesi  
**Kaynak:** URL-31

1,8 metre uzunluğundaki siyah sandalye, en çok Worf'un mahalleleriyle ilişkilendirilen, ancak diğer ortamlarda da bulunan on bir bölümde öne çıkar. Tasarım, 1985'ten Stokke, Norveç için "Bahçe Sandalyesi" olarak adlandırılan Peter Opsvik tarafından siyah deri minderler, ebonize bükülmüş ahşap destekler ve yün halı kaplı taban ile yapılmıştır. Peter Opsvik'in mobilya tasarımına en önemli katkısı, kullanıcıya otururken hareket etmeleri ve duruşlarını değiştirmeleri için ilham veren sandalyeler geliştirmesidir.



**Resim 30:** Peter Opsvik - Stokke Globe  
**Kaynak:** URL-32

## SONUÇ

İnsanın sahip olduğu birçok yetinin bütünsellik içerisinde hareket etmesini, tanımlanmasını ve ortaya konmasını sağlayan sinema; geçmişten günümüze birçok konuyu açık bir şekilde ortaya koymanın yanı sıra geleceği tasarlayan bir kurgu olarak karşımızda durmaktadır. Öyle ki bu kurguyu doğru oluşturabilmek için her yönetmen bir mekân tasarımcısı, her disiplin bir bütün, her mekân insanın zihnini kurcalayan ve farklı zihinsel etkiler oluşturmaya çalışan dinamikler şeklinde değerlendirilmektedir.

Bilim kurgu sineması, sinemanın tarihsel gelişimine baktığımız zaman farklı mekânsal ve donatısal özellikler taşıdığı için dikkat çekmektedir. Özellikle bu farklılıkların değerlendirilebileceği ilk örnek sayılabilecek nitelikte karşımıza çıkan Star Trek filminde insanın algılama, görme, düşünme gibi yetilerine hizmet eden mekân kurgusu görülmektedir. Mekân bir varoluştur ve derin anlamlar



taşımaktadır. Mekâna dahil edilen tüm objeler, donatılar, yatay ve dikey elemanlar vermek istenilen etki niteliğinde değerlendirilir. Mekânda ki hiçbir unsur ayrı ayrı düşünülemez ve değerlendirilemez. Geleceğin kurgulandığı Star Trek filminin, geleceğin mekanının ve donatılarının tasarımsal olarak seyirciye aktarılması açısından değerlendirildiği bu çalışmada film de kullanılan donatılar tasarımcıları ve tasarım hikayeleri, tasarım özellikleri ile değerlendirilmiştir. Taşıdıkları malzeme, form, doku, renk gibi özellikleri ile her bir donatının kendine özgü tasarımsal değerleri olduğu dikkati çekmektedir. Ayrıca taşıdıkları anlamsal, niteliksel ve renksel açıdan birbirini işaret eden unsurlar izleyicinin film boyunca dikkatinin dağılmaması adına da ince bir ustalıklarla değerlendirildiği gözlemlenmektedir.

#### **KAYNAKÇA**

- Allmer, A. (2013). Sinemekân-Sinemada Mimarlık, Varlık Yayınları A.Ş., İstanbul.
- Beşışık, G. (2013). Sinema ve Mimarlıkta Mekân Kurgusu ve Kavrayışı, Dokuz Eylül Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi.
- Bezci, İ. & DüNDAR-Türkkan, V. (2017). Teknoloji ve Mobilya İlişkisinin Bilim Kurgu Filmleri Üzerinden İncelenmesi. İleri Teknoloji Bilimleri Dergisi, 351-359. Retrieved From <https://Dergipark.Org.Tr/Tr/Pub/Duzceitbd/Issue/33124/363750>.
- Ergin, S. (2007). Mimarlık Anabilim Dalı Mimarlık ve Sinema Etkileşiminin Sinemasal Mekâna Etkileri ve Nuri Bilge Ceylan Sinemasından Bir Örnek: “Uzak”.
- İnce, E., T. (2007). Mimarlık ve Sinema İlişkisinin Sokak Mekânı Üzerinden İncelenmesi.
- Küpelî-İğdeli, B. (2013). Mimarlık ve Bilim Kurgu Sineması İlişkisinin Ev Kavramı Üzerinden İrdelenmesi, Gazi Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Ankara.
- Smith, E. L. (1995). Art Today, Singapore, Phaidon.
- Özen, G. (2006). Bilim-Kurgu ve Etki Alanı Üzerinden Geleceğin Yapay Çevrelerinin Değerlendirilmesi, İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi.
- Öztürk, B. (2012). Sinemada Mekân Tasarımının İncelenmesi: Bilim Kurgu Sineması Örneği, Yüksek Lisans Tezi
- Şenyapılı, Ö. (2002). Sinema ve Tasarım, Boyut Yayın Grubu, İstanbul
- Sakarya, E. (2001). Bilim Kurgu Filmlerinde Kent ve İç Mekân Olgusunun Zaman İçindeki Değişimi: Metropolis 2001: A Space Odyssey, Blade Runner ve Minority Report Örnekleri
- Yardım, S. (2012). Bilim Kurgu Filmlerinde Mekân ve Öğelerinin Biçimlenişleriyle Gelecek Algısının Oluşturulması Üzerine Bir Araştırma. Hacettepe Üniversitesi. Yüksek Lisans Tezi.

#### **ELEKTRONİK KAYNAKLAR**

- URL-1 [http://tr.wikipedia.org/wiki/Bilim\\_kurgu](http://tr.wikipedia.org/wiki/Bilim_kurgu), 2012 (Erişim Tarihi:13.02.2020)
- URL-2 <http://www.paslanmazkalem.com/star-trek-bilim-kurgu-efsanesinin-tarihcesi> (Erişim Tarihi:13.02.2020)
- URL-3 [madison-chair.ex-astris-scientia.org](http://madison-chair.ex-astris-scientia.org) (Erişim Tarihi: 18.02.2020)
- URL-4 [madison-chair.ex-astris-scientia.org](http://madison-chair.ex-astris-scientia.org) (Erişim Tarihi: 18.02.2020)
- URL-5 <https://filmandfurniture.com/product/tulip-chair/> (Erişim Tarihi: 20.04.2021)
- [https://www.1stdibs.com/furniture/seating/lounge-chairs/arthur-umanoff-pair-of-lounge-chairs-madison-furniture/id\\_f\\_1790742/](https://www.1stdibs.com/furniture/seating/lounge-chairs/arthur-umanoff-pair-of-lounge-chairs-madison-furniture/id_f_1790742/)
- URL-6 <https://www.yourprops.com/Star-Trek-TOS-Burke-Chair-replica-set-dressing-pieces-Star-Trek-The-Original-Series-YP811427.html> (Erişim Tarihi: 20.04.2021)
- URL-7 <https://filmandfurniture.com/product/tulip-chair/> (Erişim Tarihi: 20.04.2021)

- URL-8 <https://filmandfurniture.com/product/pierre-paulin-ribbon-f582-chair-in-blade-runner/> (Erişim Tarihi: 20.04.2021)
- URL-9 <https://www.cygnus-x1.net/links/lcars/epsd-TOS3-21.php> (Erişim Tarihi: 20.04.2021)
- URL-10 [https://www.artifort.com/collection/model/detail/armchairs\\_ribbon](https://www.artifort.com/collection/model/detail/armchairs_ribbon) (Erişim Tarihi: 20.04.2021)
- URL-11 <https://filmandfurniture.com/2019/07/outstanding-spaceship-interiors-in-film-chosen-by-design-and-film-experts-to-mark-the-moon-landing-anniversary/> (Erişim Tarihi: 22.04.2021)
- URL-12 <https://www.ex-astris-scientia.org/database/chairs-trek.htm> (Erişim Tarihi: 22.04.2021)
- URL-13 <https://www.furnishmevintage.com/don-chadwick-herman-miller-sofa/> (Erişim Tarihi: 22.04.2021)
- URL-14 <https://www.ex-astris-scientia.org/database/chairs-trek.htm> (Erişim Tarihi: 22.04.2021)
- URL-15 [https://www.1stdibs.com/furniture/seating/dining-room-chairs/pair-of-star-trek-sculpta-swivel-chairs-chromcraft/id-f\\_20098262/](https://www.1stdibs.com/furniture/seating/dining-room-chairs/pair-of-star-trek-sculpta-swivel-chairs-chromcraft/id-f_20098262/) (Erişim Tarihi: 22.04.2021)
- URL-16 <https://www.ex-astris-scientia.org/database/chairs-trek.htm> (Erişim Tarihi: 22.04.2021)
- URL-17 <https://filmandfurniture.com/2014/09/blade-runner-design-whiskey-glasses/> (Erişim Tarihi: 22.04.2021)
- URL-18 [https://www.tumbrol.com/tag/Charles%20Rennie%20Mackintosh\\_](https://www.tumbrol.com/tag/Charles%20Rennie%20Mackintosh_) (Erişim Tarihi: 22.04.2021)
- URL-19 <https://www.pamono.eu/f300-chair-by-pierre-paulin-for-artifort-1960s> (Erişim Tarihi: 22.04.2021)
- URL-20 <https://www.ex-astris-scientia.org/database/chairs-trek.htm> (Erişim Tarihi: 22.04.2021)
- URL-21 <https://www.cassina.com/it/en/products/product-page.lc7.html> (Erişim Tarihi: 22.04.2021)
- URL-22 <https://www.ex-astris-scientia.org/database/chairs/chairs-thefirstduty.jpg> (Erişim Tarihi: 22.04.2021)
- URL-23 <https://www.ex-astris-scientia.org/database/chairs-trek.htm> (Erişim Tarihi: 22.04.2021)
- URL-24 <https://www.workdesign.com/2021/04/industry-news-check-out-the-real-chairs-behind-star/> (Erişim Tarihi: 22.04.2021)
- URL-25 <https://www.tenexoffice.com/index.php/tr/calisma-koltuklari/hag-capisco> (Erişim Tarihi: 22.04.2021)
- URL-26 <https://www.ex-astris-scientia.org/database/chairs-trek.htm> (Erişim Tarihi: 22.04.2021)
- URL-27 <https://www.midcenturymaddist.com/shop/mid-century-arthur-umanoff-swivel-office-chair/> (Erişim Tarihi: 22.04.2021)
- URL-28 <https://www.ex-astris-scientia.org/database/chairs-trek.htm> (Erişim Tarihi: 22.04.2021)
- URL-29 <https://www.matslinder.no/2016/01/04/svein-gusrud/> (Erişim Tarihi: 22.04.2021)
- URL-30 <https://www.ex-astris-scientia.org/database/chairs/chairs-4-startrekii.jpg> (Erişim Tarihi: 22.04.2021)
- URL-31 <https://www.yourprops.com/Season-4-Episode-2-Family-original-movie-prop-Star-Trek-The-Next-Generation-YP820412.html> (Erişim Tarihi: 22.04.2021)
- URL-32 <https://www.ex-astris-scientia.org/database/chairs-trek.htm> (Erişim Tarihi: 22.04.2021)

## SOSYAL MEDYA VE MAHREMİYET: “YOU” DİZİSİ ÇÖZÜMLEMESİ

Feyza ÜNLÜ DALAYLI  
feyzaunlu@windowlive.com  
<https://orcid.org/0000-0003-2193-8236>

<i>Atf</i>	Ünlü-Dalaylı, F. (2022). Sosyal Medya ve Mahremiyet: “You” Dizisi Çözümlemesi. Journal of Communication Science Researches, 2 (2), 84-97.
------------	---

### ÖZ

Genel olarak bütün insanlık tarihi süresince iktidar ve egemen olan her güç, pek çok yöntem kullanarak kitlelere yönelik gözetim ve kontrol tekniklerini geliştirip kullanmışlardır. Diğer yandan, bilhassa son 20 senede, sosyal medya ortamlarının da gelişmesiyle beraber gözetim şekilde değiştirmiştir. Küreselleşme ve bilgi toplumu vaatlerinin de etkisiyle dünyaya yayılan yeni medya yüzünden her yer süperpanoptikon alanlarına dönüşmüştür. Çevrimiçi ortamlar bugün artık toplumların gerçek mekânlarının yerini almış durumdadır. Bu araştırmada Panoptikon kavramı yerine Süperpanoptikon kavramının kullanılmasının sebebi de Panoptikonun artık bugünün gözetim yapı ve tekniklerini ifade etmede yetersiz kalmasıdır. Bu nedenle gözetimin sosyal medya ortamlarındaki bu yeni durumunu ifade edip artık gözetimin çok daha kapsamlı bir hale geldiğini vurgulamak için süperpanoptikon kavramı kullanılmıştır. Bu araştırma, günümüzde artık mahremiyeti tehdit edecek düzeye gelmiş olan sosyal medyanın panoptikondan süperpanoptikon ve sinoptikona dönüşmüş olan gözetim sisteminin günümüz toplumsal yapılarına olan etkisini ortaya çıkarmayı amaçlamaktadır. Bu bağlamda “You” dizisi içerik analizi yöntemiyle yorumlanmaya çalışılmıştır.

*Anahtar Kelimeler:* Panoptikon, Süperpanoptikon, Sinoptikon, Mahremiyet, Gözetim.

## SOCIAL MEDIA AND PRIVACY: “YOU” SERIES ANALYSIS

### ABSTRACT

In general, throughout the history of humanity, every power and sovereign power has developed and used surveillance and control techniques for the masses using many methods. On the other hand, especially in the last 20 years, with the development of social media environments has changed the way of surveillance. With the influence of globalization and the promises of the information society, new media spread all over the world and everywhere has turned into superpanoptic fields. Online environments are now replacing the actual spaces of communities. The reason why the concept of Superpanopticon is used instead of Panopticon in this research is that Panopticon is no longer able to express today's surveillance structures and techniques. For this reason, the concept of superpanopticon has been used to express this new situation of surveillance in social media environments and to emphasize that surveillance has become much more comprehensive. This study aims to reveal the impact of social media, which has now become a threat to privacy, from the panopticon to superpanopticon and synopticon on the social structures of today. In this context, “You” series is tried to be interpreted by content analysis method.

*Keywords:* Panopticon, Superpanopticon, Synopticon, Privacy, Surveillance.

## GİRİŞ

Tarihsel sürece bakıldığında görme eylemi geçirdiği ideolojik dönüşümle beraber, hizmet amacından çıkararak tahakküm hedefine doğru bir evrim geçirmeye başlamıştır. Bu süreç içerisinde fenomenlerin bir toplumsal denetim halini alması gözetim kavramını bilimsel olarak incelenebilir bir hale getirmiştir. Platon kelime kökü olarak “görme” manasına gelen “idea” yı doktrininin ismi yapmış ve idea vasıtasıyla ulaşılan gerçekliğin ana noktasına da görmeyi oturtmuştur (Gökberk, 1974: 68). Platon’un ilk olarak ortaya atmış olduğu görmenin rolü Marx, Weber, Giddens, Foucault, Habermas, Chomsky, Baudrillard gibi yakın dönemin ilk olarak anılan düşünürlerinin de ilgisini çekmiştir. Aydınlanma sonrası dönemde de görmenin gücü vurgulanarak (Castells 2005; Habermas 2004; Baudrillard, 2014; Althusser, 2003; Foucault, 2000; Bauman, 2014), gerçekliğin sadece görülen ile oluşturulduğu ve oluşturulan yeni gerçekliğin de yalnızca fenomenler aracılığıyla açıklandığı bir dünya profili ortaya konmaktadır. Ortaya çıkan bu durumun sebebinin çok daha net bir şekilde açıklanabilmesi için gözetim kavramının özünde var olan görme eylemi ile ilgili detayın açıklanması gerekmektedir. Görme eylemi, görülen ile ilgili bir bilgi sağlamasına karşın (Baudrillard, 2014) algılar ile gerçek üzerinde var olan hâkimiyeti bahsedilenden çok daha fazladır (Small ve Vorgan, 2009). Nörolojik bakımdan görme eyleminin işlem merkezine olan etkisi rasyonel prosesleri belirleme ile ilgili temel rolü oynamakta (Eagleman, 2013) ve görmenin gücü yalnız olarak bile farklı doğrular ortaya koyabilmektedir (Hızır, 1981: 247). Buna karşılık, görme eylemini bugünün koşullarında gözetim haline getirip onu tartışılır yapan şey ise, görmenin yazı ve yazma işlevlerini kazanmış olmasıdır (Baldini, 2000: 28). Görülenin kaydedilmesi, zihnin ve sözlerin somutlaştırılması, pek çok zaman ve mekân içerisinde gösterilebilmesi için depolanması görmeyi gözetim haline çevirmiştir (Li ve diğ., 2009). Gözetim kavramı etimolojik olarak Fransızca’ da ki surveiller kelimesinden türemiş olup İngilizce ’de de surveillance şeklini almış olan kavram belli insan davranışlarını incelemek şeklinde de yorumlanabilmektedir.

John Berger (2006: 8) gözetim ile ilgili literatürü eleştirmiş, gözetimin yalnızca gözetlenenler üzerine olan etkisine odaklanmanın oldukça yetersiz bir yaklaşım olduğunu ortaya koymuştur. O’nun bakış açısından duruma bakıldığında dikkat edilmesi gereken başka dikkate değer etki ve tehlikeler olduğu gözlemlenmektedir. Gözetimin tehlikeli ve gizli olan etkisi ise kapalı iletişim alanlarında oluşturulan gözetim yapısının, gözetken, gözetlenen ve gerçeği aynı anda dönüştürebilme özelliğine sahip olmasıdır (Etzioni, 1999).

Gözetim sisteminde, gözetken diğer bir deyişle iktidar kendisini gözetlenenden ve gerçeklikten ayrı tutarak kapalı bir iletişim sistemi tasarlamaktadır. Bugünün dijital sistemleri sayesinde oluşturulan kapalı ve izole olan ortamlar sayesinde elde edilen bilgiler farklı verilerle ilişki kurmadığı için, gözetleyen tarafın düşünceleri, bildikleri ve inandıkları oldukça hızlı olarak değiştiğinden gözetlenen üzerinde psikolojik bir baskı unsuru oluşturmaktadır (Toprak ve ark., 2009). Ortaya çıkan bu etki tepki durumunda, gözetim vasıtasıyla ortaya çıkan bulguların da gerçeği değil, ya bir “simülasyon” u ya da bir “idea” yı yansıttığı açıkça söylenebilecektir. Karşı tarafı görmenin, bilmenin ve yaşamı ile ilgili kayıt yapabilmenin meşru sayıldığı bir evrende, enformasyon, iktidarın boyunduruğunda olduğu için, bu durumun iktidara tehlikeli güçle sağladığı da inkâr edilemez bir olgu olarak ortaya çıkmaktadır.

Bu çalışma kapsamında da gözetim kavramı sosyal medya özelinde ele alınacaktır. You dizisi özelinde sosyal medya ile ortaya çıkan gözetim kavramı ayrıntılı bir şekilde irdelenecek olup, sosyal medyanın günümüz toplumlarında bir panoptikon görevi görüp görmediği de çalışma kapsamında sorgulanacaktır. Bu bağlamda çalışmada panoptikon, gözetim toplumu, sosyal medya gibi temel kavramlar ele alınarak, konunun daha iyi bir şekilde anlaşılması hedeflenmektedir. Çalışmada You dizisinin bölümlerindeki gözetim toplumu ve panoptikona dair bulgular içerik analizi yöntemi kullanılarak analiz edilmiştir.

## PANOPTİKON NEDİR?

1786 senesinde ilk defa Beyaz Rusya’nın güneyinde yer alan Mogilev bölgesindeki Krichev malikânesinde ilk panoptikon tasarlanmıştır. Panoptikonu ilk ortaya koyan kişi Jeremy Bentham’ın kardeşi olan Samuel Bentham olarak alan yazına geçmiştir. Buna karşılık panoptikon denildiğinde



Jeremy Bentham'ın bilinmesi, sonrasında onu bir gözetim evi şeklinde tasarlayıp Middlesex'te yapılacak hapisane için uyarlamış olmasından kaynaklanmaktadır (Dobson ve Fisher, 2007: 308).

Panoptikonda temel hedef ilk olarak çalışma yaşamının düzenlenmesiyle ilgilidir. Bu doğrultuda, işçilere yönelik gözetim ve denetimin oluşturulabilmesi iktidarın ilk olarak önem verdiği konular arasına girmekle birlikte, gelişen teknolojilerle birlikte hem gözetim şekilleri gelişmiş hem de gözetim kavramı iş hayatının en aktif parçası haline almıştır (Çoban, 2008: 111). Buradan da anlaşılacağı üzere panoptikonun ilk ortaya çıkışı aslında üretimin yeniden üretiminin (reproduction) gerçekleştirilmesiyle ilişkilidir. Panoptikonun buradaki temel hedefi tek tipleştirmektir. Çünkü panoptikon her şeyden daha önce çeşitlilik ve farklılığa yönelik bir silah olarak görülmektedir (Bauman, 2014: 60).

Diğer yandan Jeremy Bentham tarafından dönüştürülen panoptikon modeli daha ayrıntılı bir şekilde açıklanacak olursa ilk olarak Bentham'ın kardeşinin icat ettiği modelin hapisaneler başlangıçta olmak kaydıyla ıslah evleri, okullar, hastaneler, tımarhaneler ve fabrikalar için uyarlanabileceğini ifade ettiğini ortaya koymak önemlidir. Bilhassa hapisanelere indirgelediği modelde Bentham'ın amaçları şu şekildedir;

- Dairesel şekilde tasarlanmış bir bina,
- Binanın çeperlerine konumlandırılan ve yan yana olan mahkûmların odaları,
- Birbirinden ayrılmış şekilde olan bu odalar sayesinde mahkûmların birbiriyle iletişim kurmaları ve birbirlerini görmeleri engellenmiştir.
- Odaların tamamına hâkim bir konumda yer alan gözetmenin odası binanın tam merkezinde bulunmaktadır.
- Dışarıdan bakıldığında hücrelerin ayrıntılı olarak görülebilecek bir dizaynı ve genişliği bulunmaktadır.
- Her bir hücrede bulunan pencereler hem hücreleri aydınlatmakta hem de gözetmenin alanına dek ulaşacak bir ışık koridoru oluşturarak gözetmenin de hücreyi gözetlemesine imkân vermektedir.
- Hücrelerde bulunan demir parmaklıklar sayesinde hem gözetmen mahkûmları rahatça gözetleyebilmekte hem de hücrelerden kaçış imkânsız hale gelmektedir.
- Mahkûmların gözetleme kulesinde birisinin olup olmadığını görebilmesi de hem ışık açısı hem de mimari plan gereği mümkün olmamaktadır (Bentham, 2008: 14).

## **PANOPTİKON, SÜPERPANOPTİKON VE GÖZETİM TOPLUMU**

Gözetim ile ilgili araştırmalar modern toplumsal sürecin örgütlenme aşamalarına kadar giderken, gözetim çalışmalarındaki en önemli adım 11 Eylül 2001 tarihinde atılmıştır. Amerika Birleşik Devletleri'nde ortaya çıkan terör saldırılarının gerçekleşmesinden sonra pek çok değişim olmakla birlikte, gözetim ile ilgili araştırmalarda da artış olmuştur. Hızlı bir şekilde Amerika'da çıkartılmış olan anti-terör yasasının sonrasında gözetim toplumu çok daha radikal bir biçimde uygulamaya girmiş olup bu durum yalnızca ABD ile sınırlı kalmayarak ilk olarak Batı toplumlarına orada da tüm dünyaya yayılmıştır. Güvenliklerini sağlamak ve varlıklarını sürdürebilmek adı altında tüm devletler toplumsal gözetimi artırmakla birlikte günümüzde artık herkes izlenir hale gelmiştir. 2001 yılında başlamış olan bu süreç ile gözetim toplumunun temelleri tüm dünyada atılmış ve bireylerin pek çok hakkı da ortadan kaldırılmıştır (Lyon, 2013: 74-75).

Çoğunlukla ulusun ya da ekonomik sistemleri güvenliği söylemleriyle başlayan, halkın ve sistemin egemenliğini garanti ya da himaye altına alma ile devam eden ve sonunda toplulukların sosyal denetimiyle sonuçlanan gözetim yalnızca bilimsel değil edebiyat ve sanat alanlarında da çeşitli açılardan irdelenmiş ve eleştirilmiştir. Michel Foucault'a göre (2012) kapitalizm, sistem içindeki verimli üretime karşı yaratılabilecek direnç veya direnişin mevcut düzeni yıkmaya olasıya karşı, her bireyin somut ve kesin olarak gözetilmesi gerekliliğini savunmaktadır. Benzer biçimde Anthony Giddens ise (2008: 24) gözetimi, doğrudan izlenme yoluyla toplanan şifrelenmiş bilgi birikiminin sosyal davranışların tasarımı

ve otokontrolünü sağlayan bir araç olarak görmektedir. Bu çalışmalarda öne çıkan temel olgu, gözetimin sürdürülebilir olmadığı ve yarattığı sosyal psikolojik yıkım ile kaos ve kriz ihtimallerini arttırdığıdır.

Gözetim alanında dikkate değer çalışmalar yapan akademisyen David Lyon ise gözetim ile ilgili olarak kimlikler üzerinde durmaktadır. Kimlikler bireylerin yaşadıkları ülkeye olan aidiyetini gösteren belgelerin başında kabul edilmektedir. Fakat bugün artık geleneksel kimlikler dünyadaki ülkelerin çoğunda değiştirilmeye başlanmıştır. Çünkü devletler kimlikleri elektronik ortamlara kaydetmek suretiyle tüm vatandaşların bu elektronik kimlikleri kullanmasını zorunlu hale getirme yönünde hızlı adımlar atmışlardır. Bu işlemin gerçekleştirilmesinde Amerika ve Kanada öncü ülkeler olsa da Türkiye’de de 2020 itibarıyla elektronik kimlik kartı olmayan hiç kimse kalmayacaktır. Bu durum ile elektronik kimlik kartları gözetimi ve bunun üzerinden veri toplamayı da çok daha karmaşık bir süreç haline getirmektedir. Bireylerin giriş çıkış yaptığı her devlet kurumu, kan bağışları, en son hangi doktora niçin gidildiği, en son nereye gidip ne yaptığı hatta hangi karayolunu ne zaman kullandığına kadar bireylerin mahremiyetlerini tehdit edecek bir düzeyde çipli kimlik kartları gözetleme olanağı vermektedir (Lyon, 2012).

Genel olarak bakıldığında modern toplumlardaki güvenlik kaygısı ve gözetimin ileri düzeyde ön planda tutulmasının nedenlerini Foucault çok iyi bir şekilde özetlemektedir. Magazine Litteraire için vermiş olduğu bir röportajda Foucault, günümüz iktidar yapılarına göre, gözetleme olgusunun cezalandırma yönteminden çok daha verimli ve etkili olduğundan bahsetmektedir. Sonrasında, on sekizinci ve on dokuzuncu yüzyıllarda üretilen yeni iktidar şeklinin günümüz gözetleme yanlısı iktidarın temelini oluşturduğunu da Foucault sözlerine eklemiştir (Foucault, 2012: 22). Çünkü artık günümüz toplumları disiplin toplumları değil denetim toplumlarıdır. Modern iktidarların hepsi gözetlemeyi cezalandırmadan daha önemli görmektedir. Çünkü artık cezalar caydırıcı olma niteliğini yitirmiş durumdadır. Gözetleme durumuysa toplum üzerinde ciddi bir baskı oluşturmak suretiyle iktidara toplumsal düzenin çok daha rahat bir şekilde sağlandığını düşündürmektedir.

Rusya, Çin, Almanya ve Fransa gibi ülkeler resmî kurumlarında Microsoft yazılımlı bilgisayarların kullanımı yasaklanmış durumdadırlar. Bu durumun nedeni ise Amerika, İngiltere ve İsrail’in sahip olduğu Promis ve Echolon programları aracılığıyla Microsoft işletim sistemi olan bilgisayarların çok rahat bir şekilde takip edilebilir ve veri analizi yapılabilir durumda oluşudur (Düzel, 2006). Wikileaks’in dünyaya gösterdiği en önemli şeylerden biri de gözetim teknolojisinin aynı zamanda bir endüstri haline gelmiş olduğudur. Wikileaks belgelerinin ortaya çıkarmış olduğu kadarıyla dünyanın Çek Cumhuriyeti, Almanya, Fransa, İtalya, Macaristan, Polonya, Birleşik Krallık, Hollanda ve Danimarka olmak üzere 9 ülkesinde 17 şirket gözetim teknolojisi üretilip, satılmaktadır. (Çakır, 2015: 272). Gözetim teknolojilerinin üretilip satılması bile artık ticari bir alan olarak varlığını devam ettirmektedir.

Genel olarak internet çağında bakıldığında dünyadaki herkesin tüm aktivitelerinin pek çok kurum tarafından çeşitli gerekçelerle takip edilerek arşivlendiği ortaya çıkmaktadır. Bu durum temelde panoptikonun sinoptikon haline dönmüş şeklini yansıtmaktadır. Bugün internet mecralarındaki gözetim o kadar tehlikeli seviyelere ulaşmıştır ki, kullanıcının mecralardan sildiği veriler bile aslında kayıtlı kalmaktadır. Örneğin Amerika’da 11 Eylül saldırılarından sonra çıkarılan terör karşıtı yasalar kapsamında, e-maillerin 1 sene boyunca saklı kalması zorunlu hale getirilmiş olup uygulama günümüzde de hala devam etmektedir. Fakat bu gözetim süreçleri yalnızca ABD ile kısıtlı olmayıp dünyanın her yerinde internet iletişim araçları ve sosyal medya aracılığıyla sürdürülmektedir (Düzel, 2006).

Diğer yandan panoptikon kavramının yanı sıra çalışma kapsamında önemli olan bir diğer kavram da esasen Mark Poster tarafından ilk olarak ortaya atılan Süperpanoptikon kavramıdır. Poster’dan sonra pek çok kişinin kullandığı kavram David Lyon tarafından geliştirilmiştir. Süperpanoptikon kuramı Mark Poster tarafından şu şekilde açıklanmaktadır; “Yeni medya sayesinde, denetim toplumu disiplin altına alıcı denetimle özdeş hale getirilen mekânsal kuşatmalardan ayrılmakla birlikte bunu önemli bir açıdan gerçekleştirmektedir. Denetim toplumunda kişi aktif ve istekli olarak veri birikimi sürecini gerçekleştirmektedir. Örneğin; birey bir satın alma işlemini gerçekleştirirken kendisine söylendiği anda

hemen kredi kartını cebinden çıkarır, müşteri memnuniyeti anketlerini doldurur, en son çıkan teknolojik ürünleri hevesli bir şekilde bekler ve çıkar çıkmaz onu satın alıp kullanmaya başlamaktadır. Bu sayede bireyin en küçük hareketi bile devletler ile kapitalist güçler tarafından izlenir hale gelmektedir (Poster, 2012: 549).

Süperpanoptikon en yalın haliyle panoptikon modelinin elektronik hale gelmesidir. Günümüzde çok fazla kullanılan sokaklardaki kapalı devre televizyon sistemleri, cep telefonları, internetin bizzat kendisi, elektronik kimlik kartları, kredi kartları vb. süperpanoptikonu oluşturan nesnelere sayılabilecektir. Bugün artık birey sadece kapalı bir mekânda değil, her yerde gözetim altındadır. Dünya kapalı devre bir sistem ile çevrelenmiş hale getirilmiş ve birey için kaçış alanları mümkün olduğunca kısıtlanmıştır (Lyon, 2006: 233 – 234). Ayrıca, süperpanoptikonun panoptikondan bir farkı da yalnızca azınlığın çoğunluğu değil, çoğunluğun da azınlığı gözetlediği bir sistem olmasıdır. Bunun en iyi örneği; bir bilgisayar kullanıcısının sosyal medya hesabı kullanımı ile bilgilerini dışarı açarak gözetlenen bir nesne konumuna düşmesinin ardından aynı kullanıcının iş yerinden bir arkadaşının sosyal medya sayfasını açarak paylaşımlarına bakması suretiyle gözetlendiği esnada gözetleme işlevini de yerine getiriyor oluşudur. Bu esnada panoptikonun tek yönlü yapısı kırılmaktadır. Bu duruma karşılık Zygmunt Bauman ise, oldukça fazla miktarda veri toplama gücüne sahip olan süperpanoptikonun panoptikondan önemli bir farkının depoya veri sağlayan gözetim altındakilerin gözetimin birincil unsurunu oluşturarak bu işi gönüllü olarak devam ettirmesinden bahsetmektedir (Bauman, 2014: 60).

### **Bir Süperpanoptikon ve Sinoptikon Aracı Olarak Sosyal Medya**

Gözetim probleminin sosyal medya ile olan ilişkisinden bahsedilmeden önce sosyal medyayı tanımlamak yerinde olacaktır. Dünyada Web 2.0 sistemlerinin geliştirilmesiyle birlikte büyük bir internet devrimi yaşanmıştır. Bu devrimin en önemli alanının iletişim teknolojileri olduğunu söylemek abartı olmayacaktır. Çünkü bu gelişmeyle beraber internet ortamındaki etkileşim artmış olup internet sahip olduğundan çok daha interaktif bir boyuta evrilmiştir. Bu sayede internet kullanıcıları ağ hizmetinden faydalanmak suretiyle birbirleriyle etkileşim kurmaya başlamışlardır. Kurulan bu etkileşimin gerçekleştiği kanallara ise sosyal medya araçları denmektedir. Bu bağlamda Twitter, Facebook, YouTube, Instagram, Tik Tok, Forsquare, Swarm vb. araçların hepsi sosyal medya kapsamında ele alınmaktadır.

Yeni medya araçları protokol ve sistem olarak çok kalabalık bir kitleyi, dijital bir rıza çerçevesinde izlenebilir hale getirmiştir, burada asıl önemli olan gözetleme işleminin özgürlük ve mutluluk vaatleri kapsamında meşru hale getirilmiş olmasıdır (Manovich, 2001). Lyotard'a göre (1990: 12) yeni medyayla yeniden yaratılan bilgi toplumunda bilgi, yalnızca fonksiyonel bir meta değil, iktidarın, sermayenin ve üretimin temel gücü olmuştur.

Yeni medya araçlarını gözetim ile ilgili olarak ön plana çıkararak ve yeni mücadele tekniklerini gündeme getiren özellikler, yeni medyanın sisteminde yer almaktadır. Geleneksel medya ile yeni medyayı birbirinden ayıran en dikkate değer ayrıntılar, izleyicilerinin davranışlarını algılayabilmesi, bulut sistemlerde bilgilerini depolanmasının gerçekleştirilmesi, eşitleme işlemi yaparak eş anlamlı analiz yapabilmesi şeklinde sıralanmaktadır (Yanık, 2017: 791). Diğer yandan, sahip olduğu bu yeteneklerin yanı sıra programlanabilir bir medya olan yeni medyadaki veri sistemlerinin yavaş yavaş internet mecrasındaki daha büyük veri sistemleriyle bütünleşmeye başladığı düşünüldüğünde yeni medyanın yapabilecekleri ve gözetim sahası da sınırsız bir hal alacaktır.

Bugün artık her şey metalaşmış ve içeriği dönüşmüş durumda olduğu için bireylerin yaşamı da meta haline gelmiştir. Bu şekilde bir ortamda gözetimin hiçbir zaman olmadığı kadar etkili olacağı da oldukça açık bir gerçeklik olarak görünmektedir. Günümüzde artık pek çok kişi tarafından Descartes'in ünlü cümlesi "Düşünüyorum Öyleyse Varım" anlayışının "Görülüyorum Öyleyse Varım" cümlesine evrildiği ifade edilmektedir. Durum genel olarak insanlığın varlığını etkisi altına alacak kadar derin ve kabullenilmiş olduğundan gözetimle mücadele etmek de oldukça zor bir hale gelmiştir. Çünkü yeni

medya öncesinde varlık göstermiş olan klasik gözetimde iktidar tek başına bir gözetim ve baskı unsuru oluştururken bugün artık kamuoyunun bizzat kendisi gözetimi gerçekleştiren taraf olmaktadır.

Sosyal medya araçlarının bireyi ve onun hayatını bir profil aracılığıyla meta haline getirebilme gücü hiç şüphe yok ki bilginin yayılımında matbaa gibi bir dönüm noktası ve tarihe geçecek bir gelişme olarak ortaya çıkmıştır. Sosyal medya araçları diğer medyaların ötesinde sadece fikirlerin, araştırmaların ve birikimlerin paylaşıldığı bir mecra değil, bireyin yaşamının hatta bireyin kendisinin içerik halini aldığı bir yer olarak konumlandırılmıştır (Yanık, 2016). Bu haliyle sosyal medya hayali söylemler ışığında bireyler için sansürsüz bir medya, mutlak egemenlik ve demokratik iletişim gibi hayallere ulaşılacak bir araç olarak görünmektedir. Fakat aslında bu mecralarda görünür olmak bir tuzaktır (Foucault, 2005: 251). Çünkü kullanıcılar her ne kadar ilk bakıldığında bir iletişim öznesi gibi görülse de aslında ayrıntılı bir biçimde durum irdelendiğinde, bir bilgi ve pazarlama sisteminin nesnesi olarak sistemde konumlandırılmışlardır.

Süperpanoptikon çerçevesinde sosyal medya bir mekân olarak düşünülebilecektir. De Certeau'nun da ifade ettiği gibi örneğin bir sokağı üzerinden geçenler bir mekân haline getirmektedirler (De Certeau, 2009: 217). Bu durumda sosyal medyada oluşan mekân kullanıcılar, onu icat edenler ya da gözetmenler tarafından mı yaratılmıştır sorunsalı oldukça dikkate değerdir. Çünkü devamlı olarak bir mekânı oluşturanların onun yaratıcıları ya da sahipleri olduğu ifade edilmektedir. Bu sorunsalın cevabı Walter Benjamin'in cümleleriyle en yerine şekilde açıklanacaktır;

“Dinleyici hikâyeyi dinlerken kendini ne kadar unutursa, dinledikleri hafızasında o kadar yer eder. Kendini anlatanın ritmine kaptırdığında hikâyeleri öyle can kulağıyla dinler ki, kendini hiç zorlamadan onları yeniden anlatırken buluverir” (Benjamin, 2012: 84).

Sosyal medya ortamlarındaki gözetim ele alınırken, yalnızca güvenlik ve ticari kaygı gibi amaçlarla gerçekleştirilen gözetimden bahsetmek çalışma kapsamında yetersiz olacaktır. Çünkü gözetlenenlerin gözetlediği bir mecra olan sosyal medya araçları çok boyutlu bir şekilde ele alınmalıdır. Bu bağlamda yaşanan pek çok somut örnek bulunmaktadır. Bu örneklerden biri 2015 senesinde Periscope aracılığıyla iki evli çiftin swinger (eş değiştirme) partilerini canlı olarak yayınlamış olmalarıdır. Normal şartlarda çok gizli ve mahrem olan bu aktivite paylaşıncı, oldukça ilgi görmüş ve paylaşan kişinin takipçi sayısı bir anda iki katına çıkmıştır (Radikal, 2015). Görüldüğü üzere bireyler kendilerinin gözetlenmesine izin vermekte ve sonuç olarak takipçileri arttığı için durumdan memnuniyet bile duymaktadırlar. Bireyler özne olduklarını düşündükleri için sosyal medya ortamlarında kendileri sunmakta ve önemli zannetmektedirler. Buna karşılık aslında bu kişiler özne değil nesne haline almışlardır. Bilhassa kendi bedenini herhangi bir şekilde teşhir eden bireyler John Berger'in de ifade ettiği gibi nesneleşmişlerdir (Berger, 2014: 51).

Diğer yandan sosyal medya süperpanoptikon kavramı çerçevesinde ele alındığında ilk olarak bir popüler kültür terimi olan “stalker” diğer bir deyişle izleyici ya da tacizci kavramını açıklamak gerekmektedir. “Stalker” olan kişiler zamanlarını bir kişinin ya da pek çok kişinin sosyal medya hesaplarını gözetlemek ve kontrol etmeye harcamaktadırlar (Baban, 2012: 76 – 77). Burada sosyal medyanın süperpanoptikon işlevi görmesinin nedeni, gözetimi keyif alınan ve gönüllü bir şekilde gerçekleştirilmesidir. Bunun yanı sıra, kimse birbirinin ne yaptığını bilmediği için, bugün “stalker” ların gözetlenmesine ve tacizine maruz kalan bir kişi yarın bir başka kişiyi taciz edip gözetleyebilmektedir.

Bu durumun yanı sıra gözetleme işlemlerini yalnızca bireyler değil resmî kurumlar da güvenlik politikaları ve ticari kaygılar kapsamında gerçekleştirmektedir. Bu bağlamda 1986 senesinde Amerika'da kabul edilen kanunla işverenlerin çalışanlarını elektronik ortamda gözetlemesi yasal hale getirilmiştir (Özarlan, 2008: 142). Hatta bugün işe alım esnasında bireylerin sosyal medya hesapları incelenmekte olup, bu durumun daha meşru görünmesi için de LinkedIn isimli bir sosyal medya mecrası da oluşturulmuştur.

Gözetimin bir diğer çeşidi de sosyal medya aracılığıyla reklam şirketleri tarafından pazarlama amaçlı gerçekleştirilmektedir. Tüketim endeksli bu gözetimin gerçekleştirilmesini olanaklı hale getiren ise

cookies (çerezler) adı verilen araçlardır. Bu araçlar bireylerin internet ortamındaki her hareketini kaydederek, bilgisayarların sabit disklerinde saklı tutmaktadırlar. Düzenli olarak bu cookies denilen araçlar saklı tutulan kişisel verileri tıklanan siteler aracılığıyla Phorm gibi aslında legal olmayan şirketlere satarak, bireylerin karşısına ilgilendikleri ya da arama motorlarında aradıkları her şeyin reklam haline gelmiş ürünler şeklinde geri dönmesini sağlamaktadırlar (Lyon, 2006: 88).

Ayrıca, yaratılan bir içerik, paylaşıldığı zamanın şartları ile değerlendirilmeyerek her an kişinin karşısına çıkarak olumsuz sonuçlara sebep olabilecektir. Bunun da ötesinde, sosyal medya ortamı aracılığıyla aslında sisteme hizmet eden bireyin sürekli gözetlenmesi bireyi kendisi olmaktan alıkoyarak otoriteye uyumlu olmaya da zorlamaktadır. Ortaya çıkan bu durum kişileri oto-sansür ya da oto-kontrol uygulamaya iteceği için çoğu zaman psikolojik sorunlara da neden olabilmektedir. Birey kendisini psikolojik çöküntüye uğrattığı halde, sosyal medyayı hızını kesmeden kullanıyorsa, bu mecrayı süperpanoptikon çerçevesinde düşünmek çok daha olmaktadır.

Diğer yandan sosyal medya mecralarının çalışma kapsamında sinoptikon kavramı aracılığıyla değerlendirilmesi de oldukça önemlidir. Bu bağlamda panoptikon, bireyleri zorla gözetleyen bir sistem olmasına karşın sinoptikon da bu şekilde bir baskı yoktur, bireyler bu aşamada artık gözetlenmeyi kendileri istemekte ve daha fazla izlenmeye yönelik davranışlar sergilemektedirler (Bauman, 2014: 62). Bireyler sosyal medya aracılığıyla kendilerini seyirlik bir nesne konumuna getirdikleri halde, öznenin kendileri olduklarını düşünmektedirler. Gönüllü olarak bireyler kendi bedenlerini ve yaşamlarını bu mecralarda teşhir etmektedirler. Bu nedenle, gözetimin sosyal medya vasıtasıyla bir bakıma meşru hale gelmeye başladığından da söz etmek önemlidir. Çünkü bireyler kişisel bilgilerini hiçbir zorlama olmaksızın bilgilerinin depolandığını pek çok şirkete satıldığını bile bile dünyayla paylaşmaktadırlar. Sevgilinizle gittiğiniz sinemada yapmış olduğunuz check-in, en sevdiğiniz kitapları Facebook'ta beğenmeniz, Instagram üzerinden şu an bulunduğunuz yerden canlı yayın yapıyor olmanız; hepsi sizi daha rahat ulaşılabilir nesnelere haline getirmektedir. Aslında görünenin aksine web ve internet mecraları herkes için değildir ve kuvvetle muhtemel hiçbir zaman da evrensel olarak kullanıma açık olmayacaktır. Arz cephesi, erişimi olanların dahi bir tek kendi çizdiği çerçeve içerisinde seçim yapmasına izin vermektedir; onları kendi sundukları sayısız paket arasından seçim yapmak suretiyle zaman ve paralarını harcamaya davet etmektedir (Bauman, 2014: 63). Rıza üretimi işte bu şekilde oluşmakta ve devam etmektedir. Bauman tarafından da ifade edildiği gibi bireyler önlerine konulan çoklu seçenekler arasından seçim yapmaktadırlar ve bu şekilde özgür iradeleriyle hareket ettiklerini düşünerek kendilerini mutlu, özgür ve demokratik bir ülke ve sistemin parçası olarak görmektedirler.

## **MAHREMİYET VE SOSYAL MEDYA**

Oluştukları yapı itibarıyla sosyal medya araçları kullanıcılara her şeye açık bir ortam sunmaktadır. Bu mecralarda kullanıcılar, devamlı olarak interaktif olduklarından buraları rahat ve özgür alanlar olarak düşünmektedirler. Bu bağlamda, kullanıcılar sosyal medyada hayatlarıyla ilgili bütün bireysel bilgileri, fikirleri, ev adreslerinin fiziki konumlarını, çocuklarının, eşlerinin fotoğraflarını, bireysel mücadelelerini, desteklerini ve daha akla gelmeyecek pek çok ayrıntıyı samimi bir şekilde en yakınlarıyla paylaşıyor gibi paylaşmaktadırlar. Bütün bu verilerin nasıl saklanıp kullanıldığı ile ilgili yeterince bilgi sahibi olmayan kullanıcılar, paylaştıkları bu bilgiler yüzünden her türlü tehlikeye açık hale geldiklerinin çoğunlukla farkında bile değildirler. Çünkü bireyler bu kadar ayrıntıyı daha fazla beğeni almak, takipçi sayısına erişmek, retweet sağlamak, fenomen olmak vb. için bu mecralarda paylaşmaktadırlar. Bu nedenle her kullanıcı bir başkası hakkında gereğinden fazla bilgiye sahip olabilmektedir. Zaten teknoloji ve enformasyon toplumu her bireyin hayatını görünür hale getirerek, çevresinde olup biten her şeyden haberdar etme iddiasına sahiptir.

Konuyla ilgili olarak da bireylerin sosyal medya mecralarındaki mahremiyeti bir olgu olarak ortaya çıkmaktadır. Mahremiyet kavramı dünden bugüne pek çok platformda tartışılmalı bir konu olmuştur. Özellikle kitle iletişim araçlarının çeşitlenmesi sonucu sosyal medya ortamlarının oluşması ve yaygınlaşması mahremiyet olgusuna yüklenen anlamın yeniden değerlendirilmesini gerekli kılmıştır. İnsanlığın en temel duygularından biri olan merak yeni teknolojilerle birlikte ifşa aracı haline

gelmektedir. Kullanıcıların kendilerine ait mahrem ve kişisel bilgileri gönüllü olarak paylaştıkları sanal ortamlarda kurulan iletişim, ahlaki ve sosyal sorumluluk, sosyal dayanışma, duygudaşlık vb. değerleri zedeleyebilmektedir.

Sosyal medya ortamlarında kişiler zaman içerisinde gözetimin gönüllü parçaları haline gelerek, gözetlenmekten haz duymaya başlamışlardır. “Görmek ve görünmek” üzerine varlığını sürdüren sosyal ağlar, mahremiyetin kamusal hale gelmesi fikrini gün geçtikçe derinleştirmiştir. Sosyal medya, kullanıcılarına gerçek hayatlarında olmak istedikleri fakat sahip olamadıkları kişilikleri ve görüntüleri oluşturma olanağı sunmaktadır. Çekilen selfielerin arkasında görülen ünlü markalar, ünlü mağazalardan alınan ve gösterilen metalar, yemek yenilen ve bir şeyler içilen “trend” (ünlü) mekân, kafe ve restoranlar, “in” (popüler) olduğu için gezilen kentler, bir bakıma sıradan bireylerin gerçekte sıradan olmadıklarını kanıtlama çabası şeklinde ortaya çıkmaktadır.

Kendi teşhir etme ve gösterme isteğinin bir başkasını gözetleme (stalklama, röntgenleme) isteğiyle birleşmesi de izlemeyi ve görülmeyi meşru hale getirmek suretiyle beraberinde pek çok tehlikeyi de getirmiştir. Bu aşamada toplumda yaşayan kişilerin neredeyse hepsi, bir bakıma gözetimin gönüllü köleleri haline gelmişlerdir.

Facebook’un kurucusu Mark Zuckerberg, 2010 senesinin başlarında kendisi ile yapılan bir söyleşide, sıradan insanların kendileriyle ilgili giderek daha fazla mahrem bilgiyi paylaşmaya hevesli olduklarını yani bu alandaki sosyal normların da zamanla evrim geçirdiğini söylemiştir (The Daily Telegraph, 2010). Ayrıca Zuckerberg, Facebook’ta ki güvenlik kurallarının değişiminin de mevcut sosyal normları ifade etmek için kendilerini yenilemelerinin bir sonucu olarak ifade etmiştir. Pek çok kişi, takip ettiği ya da değer verdiği kişilerden etkilenmek suretiyle, mahrem alanlarını zamanla gönüllü olarak daraltma yolunu seçmiştir (Uyanık, 2009). MYK Medya şirketinin kurucusu Serdar Kuzuloğlu BBC ile yapmış olduğu bir röportajda durumu şu şekilde ifade etmiştir; “Aslında biz yerini yurdunu bile bilmediğimiz yerlerde, kendimize ait çok önemli bilgileri gönüllü olarak devrettiğimiz bir çağı yaşıyoruz. Ve bunu kitlesel olarak yaptığımız için bizi rahatsız da etmiyor. Diyoruz ki ”Tamam ben şu kızla birlikte olduğumu yazdım. Ama işte Ahmet de yazmış, Ali de yazmış Kitleselliğin rahatlığı var. Ama bir yandan da kara bir gölge gibi peşimizden yürüdüğünü de bilmekte fayda var.”

Bireyler kişisel yaşamlarını sosyal medya ortamında oldukça saydam tutmakla birlikte, pek çok sebepten dolayı gittikleri yerleri, ne yaptıklarını, ruh hallerini vb. ayrıntılı bir şekilde paylaşmaya çalışmaktadırlar. Devamlı güncellenen durumlar, paylaşılan fotoğraf ve videolar, beğeniler ve yorumlarla sosyal medya ortamında ortaya çıkan aslında Erving Goffman’ın (2009) günlük yaşamda “benliğin sunumu” şeklinde ifade ettiği durumdan bir bakıma “benliğin reklamı” şekline dönüşmektedir. Çünkü artık bir sosyal medya profili bireylerin aynı zamanda sanal ağlardaki mekânı olarak görülmektedir. Bir sosyal medya aracını artık ev olarak düşünmek çok da abartı olmayacaktır. Fischer ve Hubner tarafından da ifade edildiği gibi örneğin Facebook’ta yer alan duvar artık kişilerin evlerinin misafirlere açılan salonları gibi görünmektedir. Çünkü ancak “evimize aldığımız” (sosyal ağlarda arkadaşımızı olan) kişiler duvarımıza bir şeyler yazabilmekte ya da paylaşabilmektedir.

Günümüz toplumlarında ortaya çıkan bu durumu kültür eleştirmeni Hal Niedzviecki, “dikizleme kültürü” şeklinde açıklamaktadır. Niedzviecki’ye göre, bu kültür, “insanlığı kaybetmiş olan insanlık” için ortaya atılmış bir çözüm yoludur. Çünkü birey kendini görünür ve izlenir hale getirdiğinde ve diğer kişilerin görünür olan bireylerle ilgili yorum yapması sağlandığında, bir bakıma kişi kendini birey bilincine ulaşmış gibi hissetmektedir. Kişi dikizlenerek ne kadar özel ve ne kadar farklı olduğunu başkalarına göstermeyi istemektedir (Niedzviecki, 2010: 38).

Diğer yandan, herkesin her an her yerde paylaşmış olduğu, devamlı olarak benliklerin reklam edildiği günümüz toplumlarında kişiler artık gözetlenmekten değil de göz önünde bulunmaktan korkmaktadır. Çünkü gözden uzak olmak aslında bütün ortamlardan da uzak olmak anlamına gelmektedir. Neredeyse bütün haberleşmelerin, davet ve buluşmaların gün geçtikçe sosyal ağlar aracılığıyla planlandığı göz önünde bulundurulduğunda, ağlarda olmayanlar bütün sosyal yaşamdan

dışlanma gerçeğiyle karşı karşıya kalmaktadır. Hem sosyal anlamda hem de paylaşma anlamında dışlanma korkusu yaşayan kişilere ağlarda var olmaktan başka seçenek bırakılmamaktadır. Pek çok kişi günümüzde yalnızca arkadaşlarıyla iletişimde kalıp olup bitenlerden uzak kalmamak için sosyal mecralarda kalmaya kendisini mecbur hissetmektedir. Bu nedenle kişiler artık isteyerek ya da istemeyerek de olsa, artık kendilerini bu mecralarda var etmek, ellerinde olanları paylaşmak, ağ aracılığıyla iletişim kurmak ve sistemin dışında kalmamak üzere koşullanmışlardır (Erdem: 2010: 61).

## YÖNTEM VE BULGULAR

Bu çalışmada “You” dizisi içerik analiz yöntemiyle ayrıntılı bir şekilde analiz edilmiştir.

Berelson, “iletişimin yazılı/açık içeriğinin nesnel, sistematik ve nicel tanımlarını yapan bir araştırma tekniği” (Tavşancıl-Aslan, 2001: 17), Holsti ve Stone ise içerik analizini “bir metinde özelleştirilmiş karakteristiklerin nesnel ve dizgeli olarak kimlikleştirilmesinden çıkarımlarda bulunma” olarak tanımlamışlardır (Aziz, 1994: 119).

Berger'e göre içerik analizi “örnekleme yoluyla alınan bir iletişim biçiminde (komedi, haber programı, durum komedisi, soap opera...) herhangi bir ögenin (şiddet, kadın gibi) miktarını ölçmeye dayanan bir araştırma yöntemidir” (Yumlu, 1994: 75). George Gerbner de içerik analizinin amacını şu şekilde ifade etmiştir: “Herhangi bir içerik analizinin amacı görünürde açık olmayan bir şey hakkında olanaklı, görünür çıkarımlar yapmaktır” (Güngör ve Binark, 1993: 126). İçerik analizi, sosyal gerçeği, yani varolan durumu varolduğu şekli ile açığa çıkarmayı sağlamaktadır (Tavşancıl-Aslan, 2001: 21).

Bu bağlamda “You” dizisi evren olarak alınmış olup, örnekleme araştırmanın amacı kapsamında “Gelişigüzel” şekilde belirlenmiştir. Dizideki karakterler, seçilen sahneler, cümleler, göstergeler ayrıntılı bir şekilde analiz edilmiştir.

## İçerik Analizi

### “You” Dizisi Genel Konusu

Temel konu olarak dizi de bir kitapçının sahibi olan Joe Goldberg (Penn Badgley) ile modern sosyetenin bir parçası, yüksek lisans öğrencisi, üniversitede asistan ve yazar olan Guinevere Beck’in (Elizabeth Lail) tanışması anlatılmaktadır. Genel olarak bakıldığında dizinin ana karakteri olan kadın ve erkek birbirlerine oldukça zıt görünmektedir. Bir yanda geleneklerine bağlı, günlük yaşamın moda olan her hareketinden uzak bir erkek, diğer yanda cep telefonu olmadan ve sosyal medya mecralarında görünmeden yaşayamayan bir kadın durmaktadır.

Joe, Beck’e ilk görüşte âşık olmuş gibi davranmaktadır. Beck’ten başka hiçbir şey düşünmeyen Joe, ona sahip olmak için akıl almaz davranışlar sergilemektedir. Normalde hiçbir şekilde sosyal medya araçlarını kullanmayan Joe, Beck’i elde etmek için bu araçları ve teknolojiyi kullanarak onu her yerde takip etmektedir. Joe’nun bu davranışları Beck’in yakın arkadaşı Peach’i şüphelendirse de o da Joe’ya engel olamamış ve Joe Beck’in stalkerı olmaktan çıkıp onun erkek arkadaşı olmayı başarmıştır. Fakat Joe takıntılı davranışlarından hiçbir zaman vazgeçmeyince, dizi bir romantizm hikayesinden gerilim hikayesine dönüşmüştür.

Dizide eski ve yeni anlayışların çarpışması romantizmin yanı sıra saplantı ve takıntıya dönüşmektedir. İlk olarak bu saplantı, Beck ile tanışan Joe’nun onu uzaktan takip etmesiyle diğer bir deyişle stalklamasıyla başlamaktadır. Sonunda Beck ile bir ilişki yaşamaya başladığında bile, hala onu takip etme, e-postalarını ve sosyal medya mesajlarını kırma zorunluluğunu hisseden bir erkek olarak Joe dizide rol almaktadır. Buna karşılık dizi 10 bölümden oluşmakla birlikte dizinin ilk bölümlerini izleyenler, dizinin yaratıcıları Greg Berlanti ve Sera Gamble’in kurguları sayesinde –özellikle aynı apartmanda oturduğu polis olan sevgilisinden sürekli eziyet gören kadın komşusunun küçük oğlu Paco’ya olan yardımsever davranışlarıyla- Joe oldukça kibar, yakışıklı ve iyi biri gibi görünmektedir. Joe karakteri aslında günümüzdeki pek çok kişiyi temsil etmektedir. Çünkü o, günümüz teknoloji dünyasında, insanların çok daha zor anlaşıldığı bu dönemde adeta kuzu postundaki bir kurt gibi davranışlar sergilemektedir.

You dizisi Caroline Kepnes'in 2015 yılında yazmış olduğu Hidden Bodies romanından diziyeye aktarılmıştır.

Genel olarak öncelikle Joe karakterine bakıldığında günümüzde bu tarz kişilerin gittikçe arttığı ister istemez düşünülecektir. Çünkü aslında bir katil olduğu halde Joe o yüzünü gizleyerek, Beck'e gerçek bir centilmen olarak kendini göstermeyi başarmıştır. Özellikle de sosyal medya araçlarını kullanmadığı için Beck'in Joe'yu araştırması mümkün olmamıştır. Dizinin genelinde bireyler birbirleriyle ilgili bütün bilgilere sosyal medya araçları sayesinde ulaşmaktadırlar. Normal şartlarda sosyal medyayı hiçbir şekilde kullanmayan Joe bile Beck'i elde etmek için bu araçlardan yardım almaktadır. Genel bir analiz yapıldığında sosyal medya kullanmayıp kendisini gizleyen bireylerin "katil, sapık, psikolojik hasta vb." olma ihtimali çok daha yüksek görünmektedir. Çünkü sosyal medya ortamında bireylerin şeffaf olduğu ve ev adreslerine kadar her şeyi açıkça paylaştıkları dizide lanse edilmiştir. Bu durumda dizi izleyicilere "sosyal medya hesabı olmayan kişilere dikkat edin" mesajı da göndermektedir.

Diğer yandan dizi günümüzün modern dünyasındaki hayatların hem gerçeklikte hem de sosyal ağların sanal dünyasında nasıl yaşandığını da oldukça doğru bir şekilde yansıtmaktadır. Kişi aslında çevrimiçi olmadığı sürece toplumda var oluşunu günümüzde artık sürdürmekte zorlanmaktadır. Buna karşılık, Joe'nun ilk bölümlerde Beck'in erkek arkadaşı olan Benji'yi (Lou Taylor Pucci) öldürdükten sonra onun telefonunu alıp onun adına sosyal medya hesaplarından paylaşımlar yapmasıyla gerçekte var olmayan kişilerin bile çevrimiçi olabileceği dizide vurgulanmıştır. Çevrimiçi olduğu için, bireylerin yaşamlarına devam ettikleri düşünülmekte ve onlar bu nedenle merak edilmemektedir. Bu ise durumun ne kadar tehlikeli olduğunun bir göstergesidir. Çünkü artık bireylerin yaşam belirtileri sosyal medya hesapları aracılığıyla kontrol edilmektedir. Joe dizide Benji adına arkadaşlarına sosyal medyadan mesajlar gönderdiği, bir yerlere gitmiş gibi paylaşımlar yaptığı için (montaj ve gerçek olmayan fotoğraflarla) Benji'nin çevresini onun yaşadığına ikna etmeyi başarmıştır. Bu durumda bir bakıma, bir kişinin telefon mülkiyetinin, o kişinin mülkiyetine yol açtığına apaçık bir göstergesi niteliğindedir. Çok küçük bir cihaz yaşamları kontrol etmek için adeta bir giriş kapısı oluşturmaktadır. Bu nedenle sosyal medya ortamlarında bireylerin gizliliği sürekli olarak risk altında ve istilaya açık durumdadır. Daha da kötüsü, dizideki bütün karakterlerin birbirilerine yapmış olduğu gibi, birini tanımak için artık herkes sosyal medya araçlarındaki paylaşımları incelemektedir bu da aslında bu ortamlarda olan herkesi bir tür stalker haline getirmektedir.

Joe ile birlikte olmaya başlayan Beck, hem ona ayak uydurmak hem de çok vakit aldığı düşünceleriyle dizinin 3. bölümünde sosyal medya hesaplarını kapatma kararı almıştır. Fakat sosyal medya olmadan yaşamına devam etmek ona çok zor gelmiştir. Arkadaşlarının etkinliklerinden haber alamamış, kendisini çok yalnız hissetmiş hatta sürekli bunları düşündüğü için vakti varken bile yapması gerekenleri konsantrasyonu eksik olduğu için gereğince yapamamıştır. Bu olaydan anlaşılması gereken, aslında sosyal medya araçlarının pek çok açıdan insanlığa zarar verdiği apaçık ortadayken hatta kullanıcılar bile bu durumun farkındayken, bireylerin bir nevi bağımlılık ve oradaki sosyal yaşamlarından kopamamaları gerekçeleriyle sosyal medyadan uzaklaşmadıklarıdır.

Diğer yandan dizide Beck ve onun üç arkadaşı da oldukça önemli toplumsal temsilleri oluşturmaktadır. Arkadaşların biri Peach Salinger (Shay Mitchell) isimli zengin ve hiçbir iş yapmayan ama Beck'e âşık olan bir kadın, diğeri sosyal medya fenomeni Annika Atwater (Kathryn Gallagher) ve son olarak da yine zengin ve paraya ihtiyacı olmayan Lynn Lieser (Nicole Kang) dizide görünmektedir. Bu kişilerin yaşamları paraya ihtiyacı olan ve sıkıntılı bir yaşamı olan Beck için adeta bir örnek niteliğindedir. Çünkü o da onlar gibi olmak için onlar gibi davranmaktadır. Bu nedenle Beck'in sosyal medyada yaşamlarını sürdüren arkadaşlarından kopmadığı gibi dönem dönem sosyal medyadan kopmaları da hep sosyal medya araçlarına yeniden dönmesiyle sonuçlanmaktadır. Ayrıca bu kadınların yaşamı dizide bireylerin yaşamlarının artık ne kadar yüzeysel ve kendine dönük olduğunun da bir göstergesi niteliğindedir. Çünkü sosyal medya ortamlarında sürekli mutlu ve birlikte gittikleri yerlerde pozlar verseler de gerçekte sürekli kavga eden ve birbirlerini aşağılayan davranış şekilleri ön plana çıkarılmıştır.



Dizide bir diğer dikkati çeken ve üzerinde durulması gereken sahne ise, Joe'nun Beck'i takip ederken ve cinayetlerini gerçekleştirirken, hiç zorlanmamasıdır. Hatta Joe kılık bile değiştirmemiştir. Yalnızca göstermelik olarak başına bir şapka takmıştır. Bu şekilde Beck'in evine gizlice girdiği halde hiçbir şekilde yakalanmamıştır. Çünkü günümüzün cep telefonlarına ve sosyal medya ortamlarına gömülü olan dünyasında, artık bireyler birbirlerini fark etmemektedir. Çünkü herkes artık araba kullanırken, yürürken, bir yerlerde otururken, yemek yerken cep telefonları aracılığıyla sosyal medya hesaplarında vakit geçirmektedir. Fiziksel yaşam artık hiç kimse için yeterince önemli değildir. Bu nedenle bireyler artık yürürken bile çevrelerine bakmamaktadır. Bu durum da bir bakıma tehlikeleri toplumlar için çok daha açık hale getirmektedir.

Dizide kullanılan ve dikkat çekici olan bir metafor ise Joe'nun kitapçı dükkanının mahzen kısmında değerli ve tarihi eser olan kitapların korunması için kullanılan "Dev cam bir kutu" (glass box) dur. Joe değer verdiği her şeyi burada saklamaktadır. Beck'i korumak için Benji'yi bile bu kutuya kilitleyerek burada öldürmüştür. Burası dış dünyadan uzak bir yer olarak tasarlanmıştır. Joe dizinin en sonunda Beck'i bile buraya kilitlemektedir. Joe gizlice yapmış olduğu her şeyi Joe bu kısımda gerçekleştirmektedir. Bir bakıma bu kapısı kilitli "Cam kutu" sosyal medya araçları olmaksızın bireylerin hissettiği kapanı metaforik olarak anlatılmaktadır. Çünkü dış dünya artık sosyal medya araçlarından bağımsız bir şekilde düşünülememektedir. Fakat bu cam kutuda olan bitenden hiç kimsenin hiçbir şekilde haberi olmadığı için aslında sosyal medya olmaksızın bireylerin dünyasının bu şekle dönüşeceği gösterilmektedir. Ayrıca bu durum asıl özgürlük ve mutluluk sağlayıcısının sosyal medya araçlarının olduğu dünya olduğu düşüncesini de destekler nitelikte görünmektedir.

Ayrıca, aynı zamanda Joe kurbanlarının –Beck- de dâhil olmak üzere cep telefonlarını ele geçirerek, onların geçmişte yapmış oldukları yanlış, hatalı (örneğin Benji'nin çok uyuşturucu aldığı esnada birini öldürdüğü video) davranışlarına ait olan kanıtları onlara şantaj yapmak için kullanmaktadır. Diğer yandan Beck'in telefonunu gizlice çalmasını ardından Beck yeni bir telefon aldığı anda bile, sosyal medya hesapları her iki telefonda da açık kaldığı için (bu da ciddi bir güvenlik problemidir) Joe, Beck'in her adımını onunla aynı şekilde takip edebilmektedir. Bu durumda bir kişi diğerini gözetlediğinde onun hayatını mahvedecek hatta hayatını sonlandıracak verilere bile erişebilecektir. Burada aslında Joe toplumun stalkerlık yaparak ve gözetleyerek nasıl berbat bir hale getirildiğini temsil ederken Beck'de çevrimiçi yaşamın, kendi hayatına zarar verdiğini fark etmeden halinden memnun mutlu bir şekilde sosyal medya kullanan günümüz sıradan insanını temsil etmektedir. Bu durum tıpkı George Orwell'in 1984 romanında yaratmış olduğu Büyük Birader (Big Brother) karakterine benzemektedir. Fakat günümüzde artık herkes Büyük Biraderdir, çünkü herkes birbirini izlemektedir.

Bütün bunların yanı sıra dizi boyunca Joe, sosyal medya aracılığıyla (bütün sosyal medya araçlarının ismi dizide geçmektedir) kolaylıkla Beck'in evini, okulunu, arkadaşlarını, ailesini, neyi sevip neyi sevmediğini ve özetle hakkındaki bütün ayrıntıları kolaylıkla öğrendiği için Beck'e kendisini sevdirmesi hiç de zor olmamıştır. Çünkü Beck'in âşık olacağı profili önceden ortaya çıkarmıştır. Aslında Joe bu profili oluştururken hem sosyal medyayı kullanmış hem de sosyal medyaya karşı çıkmıştır. Çünkü Beck'in Joe'ya âşık olmasının en büyük nedeni varlıklı üç arkadaşıyla sosyal medya ortamlarından paylaşacakları sahte yaşamı yaşamak dışında gerçek anlamda mutlu olmamasıdır.

Bireylerin yaşamları ile ilgili bütün ayrıntıların sosyal medya hesapları aracılığıyla bütün dünyanın eline geçmesi tam bir sinoptikon örneğidir. Bireyler gönüllü olarak bunları dünyayla paylaşmakta ve yaptıklarının olumsuz ya da kötü sonuçlar doğurabileceğini akıllarına bile gelmemektedir.

Bu dizi aslında genel olarak bireylerin günümüz toplumlarında mahremiyetlerinin ne kadar kolay bir şekilde işgal edildiğini de ortaya koymaktadır. Sosyal medya araçlarını kullanarak birilerinin hayatlarına girmenin günümüzde ne kadar basit olduğu da dizi de ifade edilmiştir.

Joe bir bakıma Beck'e sosyal medya dışında gerçek hayatın da olduğunu hatırlatarak onun aşkını kazanmaktadır. Çünkü insanlık sosyal medya yaşamına dalarak gerçek yaşamı unuttuğu için biri gelip bunu hatırlattığında karmaşa yaşamaktadırlar. Bunun yanı sıra, Joe aslında pek çok kötülüğü bünyesinde

taşısa da bilginin güç olduğunun farkındadır. Normalde yalnızca kitaplara bağlı gerçek bir yaşamı varken, çevrimiçi yaşamdan uzak dururken, Beck’i aşık etmek ve çevresindekileri alt etmek için sosyal medyayı kullanmaktadır. Bu da Joe’nun karşı olduğu halde kendi amacına ulaşmak için sosyal medyayı kullandığını göstermektedir. Günümüzde pek çok kişi de bu şekilde kolaylıkla davranarak sosyal medyayı kendi çıkarıları doğrultusunda kullanabilmektedir.

You dizisi bütün gerçekleri oldukça yalın ve basit bir dille anlatmaktadır. Bu da distopyan bir hikâye olmadığı için bu olayların günümüzde pek çok toplumda yaşandığının adeta bir kanıtı niteliğindedir. Çünkü genel olarak dizide Beck hiçbir şekilde kendisini güvenceye almadığı için (örneğin evinin kapısı, camları sürekli açıktır, perdesi yoktur, camın önünde yatağı vardır ve orada kimseyi umursamadan üstünü değiştirmektedir, telefonunu kaybettikten sonra hiç bulmak için çaba harcamamıştır, sosyal medya hesaplarının diğer telefonunda açık kalabileceği aklına bile gelmemiştir vb.) sanki Joe haklı olmasa bile, Joe’nun bir cümlesinde olduğu gibi “Beck sen gözetlenmek istiyorsun, bu nedenle hiç önlem almamışsın” düşüncesi akıllara gelebilmektedir. Joe dizinin sonunda kendisine sapık, psikopat vb. ithamlarda bulunan Beck’e bile “Bana bunları söyleyemezsin, çünkü beni bu hale bu toplum getirdi. Zaten herkes birbirini gözetleyip takip etmiyor mu?” gibi cevaplar vermiştir.

Sonuç olarak, dizi izleyenlere sosyal medya araçları ve stalkerlık sonucunda ortaya çıkan takıntının karanlık taraflarına yönelik bir bakış açısı vermektedir. Bu durumda sosyal medya araçları sayesinde birine zarar vermenin, onun hakkında bilgi toplamanın ne kadar kolay olduğunu göstermektedir. Sosyal medya araçlarının herkes tarafından gözetleme aracı olarak kullanıldığı ve bunun da oldukça normal gösterilmesi sonuç olarak aslında pek çok kişiye zarar vermektedir.

## SONUÇ

Günümüz toplumları Michel Foucault’ın fikrine göre artık gösteri değil gözetim toplumu olarak anılmaktadır. İktidarların da etkileriyle oluşturulmuş panoptikonlar artık her yerdedir. Hatta artık bireylerin hapsedildiği hücreler yerlerini gönüllü esirlere bırakmıştır. Bentham tarafından formüle edilen Panoptik sistem her ne kadar kendi döneminde fiziksel olarak yapılmamış olsa da günümüzde sosyal medya mecralarının da etkisiyle panoptikon sinoptikona evrilmiş olarak yaşanmakta ve gözlenmektedir (Foucault, 2017). Kişiler sosyal medyada öznel verilerini hiçbir güvenlik sorgulamasında bulunmadan diğer kullanıcılarla paylaşmak suretiyle panoptik hapishane modelini gönüllü bir şekilde kurmuşlardır. Günümüzde yeni teknolojilerle birlikte artık yalnızca panoptikon değil süperpanoptikon ve sinoptikondan da bahsetmek çalışma kapsamında önemlidir.

Bu bağlamda sosyal medyanın gözetim ve mahremiyet açısından toplumdaki yerinin daha iyi anlaşılabilmesi açısından “You” dizisi çalışma kapsamında içerik analizi yöntemiyle çözümlenmiştir. Bu çalışmanın amacı günümüzde artık mahremiyeti tehdit edecek düzeye gelmiş olan sosyal medyanın panoptikondan süperpanoptikon ve sinoptikona dönüşmüş olan gözetim sisteminin bugünkü toplumsal yapılarına olan etkisini ortaya çıkarmaktır. Bu çalışmanın örneklemini oluşturan You dizisinin bölümleri sosyal medya ve mahremiyet çerçevesinde çözümlenmiştir.

Genel olarak elde edilen bulgular sonucunda You dizisinin sosyal medya araçları sonrasında karşı karşıya kaldığı gözetim ve mahremiyet ihlali gibi tehlikeleri basit ve yalın örneklerle ortaya koyduğunu söylemek mümkündür. Dizide sosyal medyayı aktif olarak kullanan bir kadın ve geleneksel düşünceyi temsil eden ve bu tarz dijital araçlara uzak bir erkek temsili olarak gösterilmiştir. Ancak sosyal medya araçlarında herhangi bir hesabı olmamasına rağmen bu kişi (Joe) aradığı her şeyi yine bu araçlar sayesinde bulmaktadır. Bütün bunların yanı sıra dizide sosyal araçları kullanmayan kişilerin daha tehlikeli görüldüğü de dikkati çekmektedir. Çünkü onlara göre bu ağlardaki kişiler şeffaf, rahat ve saklayacak bir şeyi olmayan kişilerdir. Tersine bir kişinin sosyal medya hesabı yoksa onun gizli ve tehlikeli olma ihtimali daha yüksektir.

Bu dizinin çözümlenmesinden de anlaşılacağı üzere, sosyal medya artık gönüllü olarak gözetimin gerçekleştiği bir süperpanoptikon ve sinoptikondur. Bu ortamlarda oluşturulan çevrimiçi kişilikler artık bireylerin yaşam kanıtı olarak görülmekte, fiziksel olarak varlık yerine sosyal medya varlığı dikkate

alınmaktadır. Diğer yandan “stalk” (izlemek, takip etmek), bu ortamların ayrılmaz bir parçası haline gelmiş olup, önceden mahremiyet kapsamında gizlenen her şey bugün tüm dünyayla rahat bir şekilde paylaşılmaktadır.

Bugün artık sosyal medya ortamlarında var olmak isteyen bireylerin kendilerini gözetlenmekten koruması imkânsızdır. Her ne kadar gizlilik kuralları kapsamında sosyal medya aracı olan şirketler kullanıcılarına bazı imkânlar sunmuş olsalar da bunların hepsi geçicisi çözümlerdir ve hiçbir kesinlik taşımamaktadır. Bu durumda yapılması gereken en önemli şey belki de bireylerin neyin içinde oldukları ile ilgili üst düzeyde bilinç sahibi olması yönündedir. Özellikle kontrolün kendisinde olduğunu zanneden birey bu çevrimiçi dünyada hiçbir kontrole sahip olmadığını ayırdına varmalıdır.

Sonuç olarak, endüstri toplumunun kendince belirli amaçlar çerçevesinde üretmiş olduğu teknolojilerin hiçbiri tek bir amaç için üretilmemiştir. Her ne kadar birey teknolojinin kendisine hizmet amacıyla var olduğunu düşünse ve beklese bile zaman içerisinde ekonomik, siyasi ve ideolojik düşünceler bu teknolojileri bireyler üzerinde hâkimiyet kurmak için üretmektedirler. Bu bağlamda yeni medya okuryazarlığının toplumların bilinçlenmesi için kültürel bir değer haline getirilmesi dikkate alınması gereken bir sosyal sorumluluktur. Çünkü gözetimin etkilerinden korunmak ve mahremiyeti korumak gün geçtikçe bireysel çabalardan çok daha fazlasını gerektirmektedir. Oluşturulmak istenen ve dünyadaki herkesin tek bir bağlantı yoluyla kontrol edilmesi projesini kapsayan hiper medya dönemi tam anlamıyla gerçekleştiğinde dünyadaki herkesin tam anlamıyla gözetim altında olacak ve mahremiyet olgusu tamamen ortadan kalkacaktır. Bu nedenle bu alanlardaki bütün gelişmeler yakından takip edilmeli ve toplum bilinçlendirilmelidir. Özellikle hukuki anlamda bireyler haklarının geliştirilmesi için mücadele alanları yaratmalıdır. Çünkü bu şekilde devam ettiği müddetçe, en önemli insan hakları ihlalinin, bu mecraların sağladığı imkânlar ve meşru hale getirdikleri düzen ile ortaya çıkan yaşamın ve bilginin sahipliği üzerine olacağı uzak bir ihtimal olarak görünmemektedir.

#### **KAYNAKÇA**

Althusser, L. (2003). *İdeoloji ve Devletin İdeolojik Aygıtları*, İstanbul, İthaki Yayınları.

Baban, E. (2012). “McLuhan ve Baudrillard’ın Penceresinden Sosyal Medyanın Etkisi: İfadenin Esareti Gözetlenen Toplum ve Kayıp Kimlik Sendromu”, Tolga Kara ve Ebru Özgen (ed.), *Sosyal Medya / Akademi*, İstanbul: Beta Yayınları, s. 57-79.

Baldini, M. (2000). *İletişim Tarihi*, İstanbul: Avcıol Basımevi.

Baudrillard, J. (2014). *Simülakrlar ve Simülasyon*, Ankara: Doğu-Batı Yayınları.

Bauman, Z. (2014). *Küreselleşme*, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Bentham, J. (2008). *Panoptikon Gözün İktidarı*, İstanbul: Su Yayınları.

Benjamin, W. (2012). *Son Bakışta Aşk*, İstanbul: Metis Yayınları.

Berger, J. (2006). *Görme Biçimleri*, İstanbul: Metis Yayınları

Castells, M. (2005). *Ağ Toplumunun Yükselişi*, İstanbul: Bilgi Üniversitesi Yayınları.

Çakır, M. (2015). *İnternette Gösteri ve Gözetim*, Ankara: Ütopya Yayınları.

Çoban, B. (2008). “Gözün İktidarı Üzerine,” Barış Çoban ve Zeynep Özarslan (ed.), *Panoptikon Gözün İktidarı*, İstanbul: Su Yayınları, s. 19-44.

De Certeau, M. (2009). *Gündelik Hayatın Keşfi-1*, Ankara: Dost Yayınları.

Dobson, J. & Fisher, P. (2007). “The Panopticon’s Changing Geography”, *The Geographical Review*, 73 (3): 307-323.

Eagleman, D. (2013). *Incongnito: Beynin Gizli Hayatı*, İstanbul: Domingo Yayınları.

Erdem, E. (2010). “Elektronik Medya ve Yeni Bir Medya Olarak Sosyal Ağlar”, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.

Etzioni, A. (1999). The Limits of Privacy, USA: Basic Books.

Fischer-Hübner, S. (1998). “Privacy and Security at Risk in the Global Information Society”, Information, Communication & Society, 1 (4): 420-441.

Foucault, M. (2000). Büyük Kapatılma, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Foucault, M. (2005). Hapishanenin Doğuşu, Ankara: İmge Yayınevi.

Foucault, M. (2012). İktidarın Gözü, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Giddens, A. (2008). Ulus Devlet ve Şiddet, İstanbul: Kalkedon Yayınları.

Gökberk, M. (1974). Felsefe Tarihi, Ankara: Bilgi Yayınevi.

Hızır, N. (1981). Felsefe Yazıları, İstanbul: Çağdaş Yayınları.

Stan, Li & Tistarelli, Massimo, (2009). “Biometrics at a Distance: Issues, Challenges, and Prospects”, Stan Z. Li (ed.), Handbook of Remote Biometrics içinde, Massimo Tistarelli and Rama Chellappa, New York: Springer, s 30-57.

Lyon, D. (2013). Gözetim Çalışmaları, İstanbul: Kalkedon Yayınları.

Lyon, D. (2006). Günlük Hayatı Kontrol Etmek Gözetlenen Toplum, İstanbul: Kalkedon Yayınları.

Lyotard, J. F. (1990). Postmodern Durum, İstanbul: Ara Yayıncılık.

Manovich, L. (2001). The Language of New Media, Cambridge: The MIT Press.

Niedzwiecki, H. (2010). Dikizleme günlüğü, İstanbul: Ayrıntı Yayınları

Özarslan, Z. (2008). Gözün İktidarı: Elektronik Gözetim Sistemleri, İstanbul: Su Yayınları.

Poster, M. (2012). Foucault, Deleuze ve Yeni Medya, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

Small, G. & Vorgan G. (2009). Modern Beynin Evrimi, İstanbul: Omega Yayınevi.

Toprak, A., Yıldırım, A., Aygül, E. & Binark, M. (2009). Toplumsal Paylaşım Ağı Facebook: “Görülüyorum Öyleyse Varım!”, İstanbul: Kalkedon Yayınları.

Yanık, A. (2016). “Yeni Medya Nedir Ne Değildir?” Journal of International Social Research, 9 (45): 898-910.

Yanık, A. (2017). “Bir Süperpanoptikon Olarak Yeni Medya: Yeni Medya Işığında Gözetimin Eleştirisi”, Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi, 5 (2): 785-800.

## **ELEKTRONİK KAYNAKLAR**

Düzel, N. (1 Mayıs 2006). Artık Hepimiz Her An İzleniyoruz, Uğur Dolgun ile söyleşi. Erişim Tarihi: 24.11.2020, <http://www.radikal.com.tr/haber.php?haberno=186027>.

Uyanık, F. (2009). “Serdar Kuzuloğlu: 'Sıradan insanlar, internette sıradan olmadıklarını anlatıyor’”, [http://www.bbc.co.uk/turkce/ozeldosyalar/2010/03/100306\\_superguc\\_kuzuloglu.shtml](http://www.bbc.co.uk/turkce/ozeldosyalar/2010/03/100306_superguc_kuzuloglu.shtml) Erişim Tarihi: 09.06.2021.

Radikal. (2015). “Eş değiştirme partisi Periscope'ta canlı yayınlandı”, <http://www.radikal.com.tr/turkiye/es-degistirme-partisini-periscopeda-canli-yayinladi-1494765/> Erişim Tarihi: 05.06.2021.

The Daily Telegraph. (2010). “Facebook's Mark Zuckerberg says privacy is no longer a'social norm' . The Daily Telegraph”, <http://www.telegraph.co.uk/technology/facebook/6966628/Facebooks-Mark-Zuckerberg-says-privacy-is-no-longer-asocial-norm.html> Erişim Tarihi: 11.07.2021.

## TWITTER'DA GÜNDEM BELİRLEME VE ASTROTURF FAALİYETLER: TÜRKİYE'DEKİ SİYASİ PARTİ LİDERLERİNİN ETİKETLENDİĞİ TWEETLER ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Melih Cem Kılıç  
Marmara Üniversitesi, Türkiye  
mcem@marun.edu.tr  
<https://orcid.org/0000-0001-5908-0728>

<i>Atf</i>	Kılıç, M. (2021). Twitter'da Suni Gündem ve Astroturf Faaliyetler: Türkiye'deki Siyasi Parti Liderlerinin Etiketlendiği Tweetler Üzerine Bir Araştırma. Journal of Communication Science Researches, 2 (2), 98-116.
------------	---

### ÖZ

İletişim ve bilişim araştırmalarında “astroturf”, çeşitli kişi ve grupların fikir ve kararlarını etkilemek için yapay bir halk desteği oluşturmak anlamına gelmektedir. Kavram adını, İngilizce taban hareketi anlamına gelen “grassroot” kelimesine gönderme yapacak şekilde bir yapay çim üreticisi olan AstroTurf markasından almaktadır. Bu araştırmada da Türkiye’de faaliyet gösteren beş siyasi partinin genel başkanından en az birisini etiketleyerek paylaşılmış olan tweetler üzerine bir araştırma gerçekleştirilmiştir. Bu amaçla toplam 226,420 tweet araştırmaya dahil edilmiş, paylaşım dakikası, diğer tweetlerle benzerliği ve farklı kullanıcılar tarafından paylaşılma kriterlerine bakılarak özgün ve mükerrer olan tweetler olmak üzere iki farklı veri seti oluşturulmuştur. Yapılan çalışma neticesinde tweetlerin %62’sinin farklı kullanıcılar tarafından aynı dakikada ve başka bir tweetle en az %90 benzerliğe sahip olduğu, böylece astroturf faaliyetlerle ilişkili olabileceği sonucuna varılmıştır. Her iki veri setindeki söylemin ne şekilde değişiklik veya benzerlik gösterdiğine de araştırmada yer verilmiş, bu amaçla temel makine öğrenmesi tekniklerinden birisi olan kümeleme analizi yapılarak veri setlerinin konu modelleri çıkartılmıştır. Bu anlamda hem iktidar hem de muhalefet partilerinin genel başkanlarına yönelik paylaşılmış olan tweetlerdeki baskın söylemin değiştiği ve her iki grubun da astroturf faaliyetlerinin hedefinde olduğu araştırmaya yansımıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Dijital Kamusal Alan, Hakikat-Ötesi, Gündem Belirleme, Astroturf, Bot, Botnet.

## AGENDA SETTING AND ASTROTURF ACTIVITIES ON TWITTER: A STUDY ON MENTIONING TWEETS TO POLITICAL PARTY LEADERS IN TURKEY

### ABSTRACT

In communication and informatics research, "astroturf" means creating artificial public support to influence the opinions and decisions of various individuals and groups. The concept takes its name from the AstroTurf brand, which is an artificial grass manufacturer, referring to the English word "grassroots". This research was carried out on tweets shared that mentioned at least one of the leaders of the five major political parties operating in Turkey. For this purpose, a total of 226,420 tweets were included in the research, and two different data sets, original and duplicate tweets, were created by criteria of sharing minutes, similarity with other tweets, and if they were sent by different users. As a result of the study, it was concluded that 62% of the tweets have at least 90% similarity to at least one other tweet posted at the same minute by a different user. Suggesting that they may be related to astroturf activities. The research also includes how the discourse in both data sets differs or resembles, and for this purpose,

clustering analysis, which is one of the basic machine learning techniques, was performed to reveal their topic clusters. In this sense, it is reflected in the research that the dominant discourse in the tweets shared mentioning the leaders of both ruling and opposition parties has changed and that both groups are the targets of astroturf activities.

**Keywords:** *Digital Public Space, Post-truth, Agenda Setting, Astroturf, Bot, Botnet.*

## GİRİŞ

Sosyal medya, Web 1.0 teknolojisinin semantik yapıyla bütünleşmesi sonucu ortaya çıkan Web 2.0 (Bayrak ve Yengin, 2020: 34) ile hayatımıza girmiş, endüstrileşmenin tarihine göre oldukça yeni kabul edilebilecek televizyon ve radyo gibi teknolojilerin dahi “geleneksel” olarak tanımlanmasına yol açmıştır. Bir Web 2.0 teknolojisi olan sosyal medyayı anlamlandırmamız için birçok teorisyen ile birlikte Habermas’ın kamusal alan üzerine oluşturduğu fikirler önemlidir. Habermas, tüm vatandaşların katılımına açık olan ve kamuoyuna yakın bir şeyi ortaya koyma potansiyeli olan toplumsal yaşantının gerçekleştiği tüm alanları, kamusal alan olarak tanımlamıştır (1964). Şehir meydanlarından kafelere, okullara, gazetelere ve günümüzün dijital ortamlarına kadar birçok alanı kapsayan bu iyi tanımlanmış bölgede gerçekleşen her bir diyalog, toplumsallığı kelime kelime büyütmektedir. Birçok farklı düzlemde karşımıza çıkan kamusal alanlar, etkinlikleri açısından da birbirleri ile eşdeğer değillerdir. Fuchs (2021), ideal bir kamusal alan tipinin eleştirel yaklaşımın ve eleştirel kamusal tartışmanın organize edildiği bir müzakere alanı olduğunu belirtmiştir. Bu yönüyle kamusal alan, politik iletişime alan açmakta ve sosyal bir canlı olan insan varoluşunda önemli bir yer tutmaktadır.

Habermas, gazetenin icadını diğer kitle iletişim araçlarına da uyarlanabilecek bir şekilde kamusal alan tartışmalarının merkezinde konumlandırmaktadır. Çünkü kitle iletişimini sağlayan medya sistemleri, toplumsal iletişimin organize olduğu en önemli yapılar olarak modern toplumda yerini almıştır. Bu süreç, gazetenin toplumsal haberlerin derlendiği bir mecra olarak ortaya çıkıp zamanla düşünce ve fikirlerin dağıtımını sağlayan bir işlevi kazanması ile başlamıştır. Habermas, bu dönüşümü anlatırken Fransa’da gerçekleşen 1789 ihtilali ve 1848 devrimini ve bu toplumsal süreçlerin olgunlaşmasını sağlayan gazeteler etrafındaki örgütlenmiş grupları örnek olarak göstermektedir. Dünya nüfusunun %58’inin Türkiye’nin ise %80<sup>1</sup>’inin düzenli kullanıcısı olduğu ve kitle iletişiminin önemli bir mecrasına dönüşmüş olan sosyal medyalar da kamusal alanın dışında tutulamaz. Bu yönüyle Web 2.0 teknolojileri ile oluşturulmuş ve sosyal etkileşime olanak tanıyan ortamları kavramsallaştırmak için birçok araştırmacı, “dijital kamusal alan” terimini kullanmaktadır.

Schafer, bu alanının, çoğu araştırmacı tarafından müzakereci teori çizgisinde tasavvur edildiğini ve bu görüşe göre, etkilenenler ve ilgilenenler tarafından ortak konuların tartışıldığı, iletişimsel bir alan olduğunu belirtmiştir (2016). Fuchs ise dijital kamusal alanı, dijital enformasyon ve iletişim teknolojilerinin aracılığı ile düşünce ve tutumların yayımlandığı bir iletişim mecrası olarak belirtmiş ancak ticarileşmenin getirdiği tekelleşme ve gözetimin onu sömürgeleştirilmiş bir feodal alana dönüştürmekte olduğunu da eklemiştir (2021). Sosyal medyalar vasıtasıyla gerçekleştirilen psikografik manipülasyon teknikleri ve dezenformasyon kampanyalarına da bakıldığında Fuchs’un ifade ettiği bu feodal düzenin ne şekilde kurulduğunun ipuçlarına ulaşmak mümkün olmaktadır.

Bugün dijital kamusal alanda, demokrasileri tehdit eden hakikat-ötesi (post-truth) bir dönemin başladığı, birçok araştırmacı tarafından tartışılrsa da milyonlara kesintisiz bir hızla iletişim imkânı sağlayan bu coğrafya, ilk başlarda özgür ve herkese açık bir müzakere alanı olarak sıkça betimlenmiştir. 2010’ların başlarına tekabül eden bu tarihlerde Doğu, Arap Baharı gibi kitlesel eylemlere ve diktatörlerin düşüşlerine tanık olurken Batıda ise Barrack Obama, François Hollande ve Alexis Çipras gibi mevcut düzene muhalif liderler yükselmiştir. İngiltere Başbakanı David Cameron, kazandığı 2010 seçimleri sonrasında yapmış olduğu bir konuşmasında (2010); gönüllülük ve sosyal eylem üzerine kurulu yeni bir toplumun doğduğunu ve politik gücün yerel gruplara dağıtılması gerektiğini belirtmiş, bu yeni topluma da “Big Society” adını vermiştir. Demokrasinin tüm dünyaya kısa sürede hakim olacağı düşüncesi

<sup>1</sup> We Are Social, Digital 2022 Global Overview Report: The Essential Guide to the World's Connected Behaviours, 2022

öylesine güçlenmiştir ki Cameron'ın "...elitlerden sokaktaki kadın ve erkeklere bugüne kadarki en büyük ve en dramatik güç dağılımı..." olarak tanımladığı big society, 2010 yılında Oxford English Dictionary tarafından yılın kelimesi bile seçilmiştir (Wainwright, 2010).

Ancak dijital kamusal alan, iletişim boyutunda sınırlarla birlikte dezenformasyon ve bilgi kirliliğinin de önündeki engelleri ortadan kaldırmıştır. Günümüzde ortalama bir internet kullanıcısı; ilgi alanları, iş deneyimi, sosyal çevresi ve fotoğrafları gibi şahsi bilgilerini internette herkesin erişimine açık bir şekilde paylaşmakta veya isterse bu bilgi ve fotoğrafları gizleyerek anonim kalabilmekte hatta sahte bilgi ve fotoğraflarla gerçeklikten farklı kimlikler oluşturabilmektedir. Her iki durumda da birey, dünyanın herhangi bir yerinden internete bağlı olan binlerce farklı kullanıcıyla aynı anda etkileşime girebilme gücüne sahiptir. Dünyanın her yerinden gerçek, anonim ve sahte kimlikli kullanıcıların doldurduğu dijital kamusal alan, birçok farklı amaçla programlanan bot yazılımların da denkleme dahil olmasıyla bir hayli karmaşık hale gelmektedir.

Dünyanın her yerinden internet kullanıcılarına ait bilgilerin ortaya saçılmasının bir sonucu olarak, dijital kimlik hırsızlığı ve siber şantaj gibi suçlar ortaya çıkmıştır. Kişisel verilerin korunmasına yönelik en kapsamlı yasal düzenleme olan *General Data Protection Regulation (GDPR)*, ülkemizdeki ismiyle *Kişisel Verilerin Korunması Kanunu (KVKK)*, Avrupa Parlamentosunda 28 ülke tarafından ancak 2016 yılında imzalanabilmiştir. Web 2.0 teknolojilerinin önemli bir kısmına ev sahipliği yapan Amerika Birleşik Devletleri (ABD)'nde ise böyle bir düzenleme 2022 yılında henüz mevcut değildir. Bireyi ve toplumu koruyacak olan yasal düzenlemeler, görüldüğü gibi bu yeni kamusal alanın hızına yetişmekte zorlanmaktadır.

Maalesef birey ve toplum üzerindeki tehlike, yalnızca ortaya çıkan yeni suçlarla da sınırlı kalmamaktadır. İnternetin doğru bilgiye ulaşmak amacıyla ilk bakılan yer olması ve toplumumuzdaki dijital okuryazarlık eğitiminin medya teknolojilerindeki hıza ayak uyduramaması, demokratik toplumları manipülasyona hiç olmadığı kadar açık hale de getirmiştir.

Bu anlamda oldukça somut bir örnek olarak Brexit ve ABD seçimlerine damga vuran Cambridge Analytica şirketinin siyasi seçimler için oluşturduğu hizmet paketi dikkate alınabilir. Cambridge Analytica, çeşitli sosyal ağlar ile topladığı meta verilerini seçmen profilleri oluşturmak için kullanmıştır. 2016 tarihinde ulaşılan "hakkımızda" sayfasında her bir Amerikalı seçmen için 5.000 veri noktasından veri topladığını belirtmiştir (About Us, 2006). Böylece kişiselleştirilmiş mesajlar yoluyla kararsız seçmenleri etkiledikleri, çeşitli araştırmalarla ortaya konmuştur (Boldyreva, 2018).

2016 yılındaki ABD seçimlerinde adaylardan Donald Trump'ın, iklim değişikliğinin bir aldatmaca olduğu, ABD'de kayıt dışı 30 milyon mültecinin yaşadığı gibi komplo teorileri ile seçmeni gerçek dışı bir korkuya sürükleyerek seçimleri kazanması, benzer bir şekilde İngiltere'de sürdürülen Brexit kampanyasının başarıya ulaşmasının bir sonucu olarak bu kez yeni medya, demokrasiler üzerinde bir tehdit olarak değerlendirilmeye başlanmıştır. Böylece 2016 yılına gelindiğinde Oxford, hakikat-ötesi anlamına gelen *Post-Truth* sözcüğünü, yılın kelimesi olarak seçmiştir ('Post-truth' declared word of the year by Oxford Dictionaries, 2016).

Rusya'nın Ukrayna'yı işgal ettiği bu günlerde (TRT Haber, 2022), fiziksel muharebe sahasının dijital ortamlara doğru taşıdığı bir kez daha görülmektedir. Ukrayna Dijital Dönüşüm Bakanlığı tarafından yürütülen geniş kapsamlı program dahilinde, kripto cüzdanlarla bağış toplanması, Rus hedeflerin hacklenmesi ve Rus askerlerinin görüntülerinin paylaşılabilceği chat botların geliştirilmesi gibi birçok taktikle birlikte, uluslararası dev şirketlerin Rusya'ya ambargo uygulaması için yapılan lobicilik faaliyetleri de savaşın içerisinde yerini almıştır. Bakanlık danışmanı olarak görev yapan Anton Melnyk, bu süreci "Dijital Dönüşüm Bakanlığı'nı net bir askeri organizasyona dönüştürdük" sözleri ile ifade etmiştir (Wired, 2022). Batı dünyasının da Rusya'yı dünyadan izole etme girişimleri ile birleşince bu faaliyetler öylesine büyümüştür ki savaşla hiç ilgisi olmayan, üstelik insanlık tarihinin önemli kişiliklerinden olan Fyodor Dostoyevski (News Week, 2022) ve Yuri Gagarin (Opindia, 2022), dahi sansür uygulamalarından payını almıştır. Dahası, Meta şirketler grubuna bağlı Facebook ve Instagram, topluluk kurallarını güncelleyerek, Rus işgalcilere yönelik nefret söylemi ve ölüm çağrısı gibi içeriklerin platformlarında yayınlanmasının önünü açmıştır (Reuters, 2022).

Siyasi olarak karar vericileri etkilemek veya geniş halk kitlelerini çeşitli düşüncelere destek vermeye ikna etmek amacıyla gerçekleştirilen, askeri, politik veya ticari olarak kullanılan yöntemlerin başında astroturf faaliyetler gelmektedir. Literatürde ilk defa Teksas senatörü, Lloyd Bentson'ın 1986 yılında, uygulanması planlanan bir ticari düzenlemeye karşı olarak vatandaşlardan şaşırtıcı miktarda aldığı mektuplarla birlikte yer almıştır (Lits, 2020). Bentson, teksas vatandaşlarının ağzından yazılmış gibi görünen bu mektupların aslında ticari güç odakları tarafından organize edildiğini gündeme getirerek yasal düzenlemenin engellenmek istendiğini belirtmiştir. Bunun üzerine senatör, İngilizce'de taban hareketleri anlamında kullanılan "grassroots" sözcüğü ile tezat oluşturacak şekilde bir sentetik çim üreticisi markası olan AstroTurf'a atıfta bulunarak: "Grassroots ve AstroTurf arasındaki farkı bildiğini" belirtmiştir. Böylece Bentson, bu sahte taban hareketini, astroturf hareketi olarak nitelemiştir.

Eski ve basit bir dezenformasyon hilesi olarak görünen astraturf, internet teknolojilerinin yaygınlaşması ile farklı bir boyut kazanmıştır. Haziran 2010'da Amerika Birleşik Devletleri (ABD) Hava Kuvvetleri, 25.000 ABD Doları üzerindeki Federal hükümet satın alımlarının duyurulduğu fedbizopps.gov internet sitesinde "persona management" başlıklı bir ilan yayınlamıştır (SCIRBD, 2013). İlanda ihtiyaç duyulan yazılımın özellikleri, bugün astroturf faaliyetler amacıyla kullanılan yazılımların özelliklerine oldukça benzemektedir. Hava Kuvvetleri, tek bir operatörün aynı çalışma istasyonunda keşfedilme korkusu olmadan, dünyanın her yerinden yerel kaynaklar gibi görünebilen ve sosyal medya hizmetlerini sınırsızca kullanabilen en az 10 farklı hesap yönetebileceği bir yazılım istemekte olduğunu belirtmiştir.

2022 yılına gelindiğinde ise bu tür hizmetleri sağlayan yazılımlar oldukça ucuzlamış ve kullanımı yaygınlaşmış durumdadır. Örneğin yalnızca 37\$'a satılmakta olan ZennoPoster isimli bir yazılım, internet bağlantısının kaynağının gizlenmesi için proxy kullanımını desteklediği gibi kimlik oluşturma ve kullanıcı davranışlarını otomatize edebilme özelliklerine sahiptir (ZennoLab, 2022). Bu tür yazılımları kullanarak çeşitli kişi ve kuruluşlar dijital kamusal alanda kendi fikirlerinin yaygınlaştırılması için etik bir kaygı gözetmeden avantaj elde etmektedir. Kendi görüşlerinin daha fazla kişi tarafından beğenilmiş gibi görünmesini sağlamakta, bu görüşlerin binlerce kişi ile de paylaşıldığı ilüzyonunu yaratmakta ve karşıt görüşlere yönelik nefret söylemi ile dijital kamusal alanı işgal etmektedir.

Bu araştırmada da astroturf faaliyetler konu edinilerek, Türkiye siyasetinin takip edildiği önemli platformlardan birisi olan Twitter'daki astroturf faaliyetler üzerine bir araştırma yapılmıştır. Çalışmada öncelikle konuyla yakından ilgisi olan Gündem Belirleme Kuramı, Twitter ve Astroturf kavramsal olarak ele alınmış ve önceki çalışmalar sıralanarak konunun çerçevesi oluşturulmuştur. Ardından gerçekleştirilen araştırmanın yöntemi ve bulguları açıklanmış, son olarak da çalışmanın genel bir yorumunun yapıldığı sonuç bölümü yazılarak çalışmaya son verilmiştir.

### **Twitter'da Gündem Belirleme ve Astroturf**

Twitter'ın kullanımı, kurulduğu 2006 yılından günümüze kadar geçen süre içerisinde çok hızlı bir biçimde yaygınlaşarak 2021 yılının 4. çeyreği itibariyle yaklaşık günlük 227 milyon aktif kullanıcıya ulaşmıştır (Twitter, 2021). Dünyanın her yerinden siyasi liderler, kendi görüş ve politikalarını bu platform üzerinden kamuoyu ile paylaşmakta, rakipleriyle, destekçileriyle ve yabancı ülkelerin temsilcileriyle etkileşime geçmektedir. Dolayısıyla Twitter, politikacılar için siyasi gündemin belirlenmesi ve seçmen kitlelerine doğrudan ulaşabilmesi için elverişli bir alan olarak değerlendirilmektedir.

Gündem belirleme teorisi, bu anlamda yeni medyanın da kavramsallaştırılması için önemli katkılar sağlamaktadır. İlk olarak Amerika Birleşik Devletleri'nde gerçekleştirilen 1968 seçimleri sonrasında, Maxwell McCombs ve Donald Shaw'ın, "Chapel Hill Araştırması" olarak bilinen çalışmalarında (1972) kamu, medya ve politika gündemi arasında güçlü bir korelasyon olduğunu tespit etmeleri ile literatüre girmiştir. Chapel Hill bölgesinde yaşayan 100 seçmenle yapmış oldukları mülakat, bu kişilerin en önemli gördükleri sorunların gazetelerde en çok yer verilen konularla oldukça benzer olduğunu ortaya koymuştur. Böylece kitle iletişim araçları ile yayılan enformasyonun kitlelerin düşünceleri üzerinde güçlü bir etkiye sahip olabileceği düşüncesi birçok araştırmacı tarafından irdelenmiştir.



Bir başka çalışmada McCombs'un da aralarında bulunduğu araştırmacılar, İspanya'daki 1996 genel seçimleri üzerine yaptıkları çalışmada adayların algılanan imajları ile gazetelerdeki haberler arasında güçlü bir korelasyon bulunduğunu ortaya koymuş; böylece medyanın yalnızca insanların konuştukları konular üzerinde değil aynı zamanda tutumları üzerinde de etkili olduğu sonucuna ulaşmışlardır (McCombs vd. 1997).

Web teknolojilerinin hayatımıza girmesi ile birlikte medya şirketlerine alternatif haber kaynakları ortaya çıkmış, medyanın tüketicileri aynı zamanda bu alanın üreticisi haline de gelmişlerdir. Böylece gündem belirleme kuramının yeni medya alanında da işlerlik kazanıp kazanmadığı ve geleneksel medya ile ilişkisi yeni bir araştırma sahası olarak belirmiştir. Meraz, (2011) siyasi içerikler üreten 18 bağımsız blog, 2 ana akım medya kuruluşu ve bu kuruluşların uzantısı olan 11 blog ile oluşturulmuş bir örneklem üzerinde zaman serisi analizini kullanarak yaptığı çalışmada, geleneksel medyanın siyasi blogların gündemini belirleyemediğini ancak siyasi blogların geleneksel medyayı etkilemeyi başardığı sonucuna ulaşmıştır.

Conway ve Arkadaşları ise ABD'deki 2012 Başkanlık Seçimlerinde Cumhuriyetçi ve Demokrat parti adaylarının Twitter kullanımlarını, ABD'nin önde gelen 5 gazetesinde yayımlanan makalelerle karşılaştırarak, içeriklerin hangi tarafta ilk olarak yayımlandığını araştırmış ve Twitter gündemi ile gazetelerin gündemleri arasında konuya göre ilk görülme alanının değiştiğini ve aralarında simbiyotik bir ilişki olduğunu tespit etmişlerdir. Buna göre gündem transferi her iki taraftan da benzer oranlarda görülmektedir (Conway vd., 2015). Araştırma bulguları göstermektedir ki dijital kaynaklar, gündem belirleme konusunda en az geleneksel medya kanalları kadar etkili olmaktadır. Yeni medyanın, siyasi gündem belirleme konusunda geleneksel medya ile yarışabilecek konuma gelmesi, medyaya katılımın demokratikleşmesi anlamında önemlidir. Medyanın dijitalleşmesinin bir sonucu olarak medya içeriğinin üretimi ve dağıtımı da değişmiştir. Başlar ve Ateşalp (2015), medya teknolojilerindeki dönüşümün geleneksel medyanın tekilden çoğula (one-to-many) olan yapısını tekilden tekile (one-to-one) ve çoğuldan çoğula (many-to-many) olacak biçiminde değiştirdiğini belirtmiştir. Bununla birlikte sosyal medyanın kullanıcılar için tamamen özgür bir iletişim ortamı sunduğunu belirtmek hatalı bir varsayım olacaktır.

Filibeli ve Şener'in Twitter üzerine yapmış oldukları çalışma (2019) bu anlamda önemlidir. Araştırmacılar, Twitter'ın Habermasçı bir kamusal alan mı, Hayekçi bir fikirler pazarı mı yoksa popülist bir enformasyon alanı mı olduğunu araştırmak için 30 gün boyunca, Twitter'da -"Trend Topics" olarak adlandırılan- en çok konuşulan konuları takip etmiş ve Türkiye gündemine ilişkin en çok konuşulan konular arasına; evlenme tekliflerinin, doğum günü tebriklerinin hatta Japonca ve Korece yazılmış ilgisiz içeriklerin girebildiğini gözlemlemişlerdir. Türkiye trendine Japonca ve Korece konuların girmesi, botnet ağının global gündem belirlemek için uluslararası bir nitelik kazandığını da gözler önüne sermektedir. Araştırmacılar, Jürgen Habermas'ın kamusal alanı; özel, ticari veya devlet müdahalesinden korunaklı bir iletişim ortamı olarak tanımladığını dolayısıyla Twitter'ın bu anlamda gerekli koşulları sağlayamadığını belirtmiştir. Hayekçi anlamdaki fikirler pazarı ise, arz ve talep dengesi içerisinde en beğenilen fikirlerin en fazla kişiye ulaşmasını öngörmektedir. Serbest piyasa ekonomisine benzer şekilde iyi fikirlere talep daha fazla olacak ve zayıf fikirler, güçlüler karşısında söylem gücünü kaybederek yok olacaktır. Bu sayede fikirler pazarı, toplumun doğru veya faydalı bilgiye ulaşabileceği bir iletişim alanı olarak tanımlanmıştır. Twitter düzleminde kullanıcıların kendi içeriklerini üretmesi ve Twitter mekaniğindeki beğenme ve tekrar paylaşma pratikleri ile en çok talep edilen içeriğin en fazla kullanıcı tarafından tüketilmesi, serbest piyasa ekonomisine uygun bir mekanik sağlamaktadır. Böylece en çok etkileşim alan konular, "Trend Konular" olarak listelenecek, kullanıcılar bu konularla ve farklı görüşlerle karşılaşarak görüşün kendi ağında yayılması veya yayılmaması konusunda bir seçim yapacaktır. Twitter kullanım açısından bir fikirler pazarı olma potansiyeline sahip olsa da manipülasyona açık yapısı, Hayek'in baskısız ve özgürlükçü piyasa ortamında fikir değiş tokuşunu öngören kavramsallaşması ile ters düşmektedir. Filibeli ve Şener, araştırmalarında Twitter'ın kısa metin ve görsellere dayalı yapısının derin tartışmaların önüne geçtiğini, ticari, özel ve devlet kontrolünde gerçekleştirilen dezenformasyon faaliyetlerinin baskısız ve özgürlükçü bir iletişim ortamını

engellediğini ve bu sebeple Twitter'ın popülist bir enformasyon alanı olarak tanımlanmasının daha uygun olacağını belirtmişlerdir.

Peki Twitter'ı dezenformasyona karşı savunmasız hale getiren unsurlar nelerdir? Twitter ekosistemine bakıldığında iki tip hesap vardır. Kullanıcı hesapları ve bot hesaplar. Her iki hesap türünün de iyi ve kötü amaçlarla kullanılabileceğini görmekteyiz. Kullanıcı hesapları, platformun öngördüğü gibi fikir alışverişinde bulunmak veya sosyalleşmek gibi masum amaçlarla kullanılsa da özgür tartışma ortamına zarar verecek biçimlerde de yaygın olarak kullanılmaktadır. Bu anlamda kullanılan hesaplar troll olarak tanımlanmaktadır.

Troll hesaplar, çoğunlukla ırkçılık, cinsiyetçilik ve zenofobi gibi ayrımcı bir nefret dilini kullanan, saldırgan ve provokatif davranışlar sergileyen kullanıcı hesapları olarak değerlendirilmektedir. Ancak ilk ortaya çıktığı anlamıyla mizahi ve eğlendirmeye yönelik paylaşımlarda bulunan kullanıcı hesaplarını tanımlamak için kullanılmıştır. Türkiye'deki popüler web sitelerinden Ekşi Sözlük'ün kurucusu Sedat Kapanoğlu, troll hesapların internette edinilen bilginin yanlış olabileceğini açıkça göstermesi yönüyle internet etkileşiminin önemli bir parçası olduğunu belirtmiştir. Kapanoğlu, Ekşi Sözlük'te yer alan "facebook'taki en çirkin profil fotoğrafı" başlığında yer alan linke tıkladığında kullanıcının kendi Facebook fotoğrafını görmesinin bu anlamdaki başarılı örneklerden birisi olduğunu ifade etmiştir (Sedat "SSG" Kapanoğlu ile Hayat ve İnternet Üstüne, 2020). Ancak sosyal medyanın hem siyasi alanda önemli bir mücadele alanı hem de ucuz bir reklam sahası olarak görülmeye başlanmasının bir sonucu olarak farklı bir mahiyet kazanmıştır. Artık troll, bir güç odağını destekleyecek biçimdeki paylaşımları karşılığında ücret alan, bordrosu bulunan veya güç odağına fanatik biçimde bağlı olan, manipülatif ve provokatif faaliyetlerde bulunan hesapların tanımlanmasında kullanılmaya başlanmıştır. Troll hesaplar "sock-puppet" olarak adlandırılan ikincil bir anonim hesap olabileceği gibi kullanıcının gerçek kimliğini de yansıtabilmektedir. Bu sebeple tespit edilmesi zorlaşmakta ve cezalandırılması, ifade özgürlüğü kapsamında tartışmalara sebep olmaktadır. Sock-puppet hesaplar, diğer troll hesaplarda olduğu gibi bir kişi veya kuruluşu övmek, yermek veya kamuoyunu manipüle etmek dışında kullanıcının birincil hesabındaki görüşlerini yani kendi kendisini övmek veya haklı çıkartmak amacıyla da kullanılmaktadır. Tıpkı bir kuklacının eline geçirdiği çorabı konuşurması gibi.

Bot hesaplar ise kötücül, tarafsız ve faydalı botlar olmak üzere 3 ana grupta incelenebilir (Stieglitz vd., 2017). Bu kategorilemeye göre faydalı botlar, haber sunma, moderasyon yapma, acil durumlarda uyarı verme gibi süreçlerin otomatikleştirilmesini sağlayan amaçlar için kullanılmaktadır. Faydalı veya zararlı olmayan ve genellikle mizahi bir yapıda bulunan botlar, tarafsız botlar olarak gruplanırken, kötücül botlar ise dezenformasyon ve manipülasyon gibi kötü niyetli amaçlara sahiptir.

Kötü amaçlı botlar genellikle botnet adı verilen yığınlar halinde, hedef sunucuların kilitlenmesi için siber saldırılarda kullanıldığı gibi sosyal platformlarda tek bir internet kullanıcısının itibarını yüksek göstermek amacıyla veya sahte haberlerin yayılması, rakiplerin itibarına zarar verilmesi ve siyasi aktörlerin söylemlerinin paylaşılması yoluyla gündem belirleme faaliyetleri için kullanılmaktadır. Son yıllarda botnetler oldukça yaygınlaşmıştır. Carnegie Mellon Üniversitesi araştırmacıları, COVID-19 pandemisi ve evde kalma kararları hakkındaki tartışmaların çoğunun, manipülatif botlar tarafından dezenformasyon kampanyaları amacıyla kullanıldığını belirtmiştir. Araştırmacılar, pandemi çerçevesinde bot etkinliğini analiz etmek için koronavirüs veya COVID-19 hakkında 200 milyondan fazla tweet toplayarak retweetleri en etkili 50 kullanıcıdan %82'sinin, en çok retweet yapan 1000 kullanıcının ise %62'sinin bot olduğunu belirtmişlerdir (Young, 2020).

Bu noktada dezenformasyon ve manipülasyon kavramlarının açılması troll ve bot faaliyetlerinin anlaşılması için de faydalı olacaktır. Bilgi, tarım devriminden günümüze kadar gelen süreçte uygarlıkların gelişimindeki en temel öğedir. Yanlış ve yanıltıcı bilgi ise birey ve toplum üzerinde duygusal, ekonomik ve fiziksel yıkımlara sebep olma potansiyeline sahiptir. Dezenformasyon, bu sebeple terör saldırıları kadar ciddiye alınması gereken bir husustur. Çünkü bilinçsizlik veya bir hatadan ziyade yanlış bilginin kasten yayılmasını sağlamaktadır. Dezenformasyon, montaj teknikleri ile düzenlenen sahte belgeler, aldatici reklam kampanyaları, sahte haberler gibi birçok farklı materyelin, yanıltıcı reklam kampanyaları veya siyasi propaganda için kullanılması olarak tanımlanabilir. Ayrıca,

dezenformasyon, doğrudan zarar vermenin yanı sıra, güveni aşındırarak ve dolayısıyla birbirimizle etkili bir şekilde bilgi paylaşma yeteneğimizi engellemek amacıyla da kullanılabilir.

İletişim anlamıyla manipülasyon ise dezenformasyon yöntemleri ile kişilerin düşüncelerinin istenilen doğrultuda etkilenmesi böylece tutumlarının değiştirilmesi veya pekiştirilmesi anlamına gelmektedir. Yeni medyanın hem siyasi hem de ticari çıkar odaklarının önemli bir etkinlik sahası haline gelmesi ile medya manipülasyonunun da kullanımı artmıştır. Çeşitli halka ilişkiler ajansları, medya manipülasyonunu bir hizmet paketi olarak müşterilerine sunmaktadır. Bu durum, internetin doğru bilgiye ulaşmak için en çok kullanılan bilgi kaynağı haline gelmesi ile birleştiğinde oldukça korkutucu bir tabloyla karşılaşmaktayız.

Sharyl Attkisson, bu durumu bir konuşmasında çarpıcı bir örnek üzerinden açıklamaktadır (Attkisson, 2018). Televizyon izleyen bir kişinin, kolesterol düşürücü bir ilaç reklamıyla karşılaştığı bir senaryoyu anlatmaktadır. Ürün, izleyicinin dikkatini çektiğinde bilgilerin doğru olup olmadığını görmek için ilk bakacağı kaynak büyük olasılıkla sosyal medya veya Google gibi bir arama motoru olacaktır. Bu alanlar, sosyal medya ve arama motoru optimizasyon hizmeti sağlayan ajanslar tarafından kolaylıkla manipüle edilebileceğinden sosyal medyada ürünü kullanan kişilerin olumlu yorumlar yaptığını, arama motoru sonuçlarında ise ürünle ilgili faydalı makaleler olduğunu görecektir. Bir tıp sayfasındaki makaleyi okurken olumsuz kullanıcı yorumlarını görmüş olsa bile, başka sitelerde bu tür yorumların gerçeği yansıtmadığı ile ilgili makaleler de bulacaktır. Kullanıcının şimdiye kadar yaptığı tüm araştırmalar, reklamdaki spekülasyonların gerçek olduğunu göstermektedir. Ancak sosyal medya, botnetler ve troll hesaplarla, arama motoru ise pazarlama ajansları tarafından yerleştirilmiş sahte belge ve makalelerle doldurulmuş olabilir. Böylece bir manipülasyon mekanizması çalıştırılarak gerçekten ilacın faydalı olduğu düşüncesi, toplum tabanına yayılabilir. Bu düşünce egezersizinde görülen, suni yolla toplum tabanına yayma işlemi, literatürde “Astroturf” olarak yer almaktadır. Astroturf, belirli inanç veya görüşleri yaygınlaştırmak amacıyla, bir grup insanın veya bilgisayar yazılımları yoluyla otomatize edilmiş sosyal ağlardaki hesapların, kiralandığı durumlarda ortaya çıkmaktadır. Ödeme yapan kişi veya gruplar lehine veya karşıt gruplar aleyhine çeşitli argüman ve iddiaları destekleyebilir. Genellikle bir halkla ilişkiler ajansı veya yöneticisi tarafından astroturf faaliyetleri hizmet olarak sunulmaktadır (Stauber 2002 akt. Zhang vd., 2013).

Suni gündem oluşturma faaliyetleri, yalnızca programlama dilleri kullanılarak oluşturulmuş, sahte hesaplar vasıtası ile gerçekleştirilmemektedir. Aksine, genellikle politik kampanyalarda siyasi aktörler için ücret karşılığı çalışan ve sahte bir görüşü toplum tabanına yaymayı amaçlayan kişiler tarafından yapılmaktadır (Kovic vd., 2018).

### **Twitter’da Astroturf Çalışmaları**

Kollanyi ve arkadaşları, 2016 ABD Başkanlık seçimlerinde Twitter’da kullanılan popüler hashtagler altında yer alan 11.5 milyon tweet üzerinde bir araştırma gerçekleştirmişlerdir. Araştırmalarında günde 50’den fazla tweet atan hesapları, sosyal bot veya troll hesap olarak değerlendirerek bir analizde bulunmuşlardır. Araştırma sonuçlarında en fazla tweet paylaşan 20 hesabın günde ortalama 1000 paylaşımında bulunduğunu, Trump yanlısı hashtaglerdeki Twitter trafiğinin Clinton yanlısı hashtaglerin kabaca iki katı olduğunu ve Trump yanlısı twitter trafiğinin yaklaşık üçte birinin botlar ve yüksek oranda otomatikleştirilmiş hesaplar tarafından yönlendirildiği sonucuna ulaşmışlardır (Kollanyi vd., 2016). Howard ve Kollanyi, aynı yaklaşımla 2016’da İngiltere’de gerçekleştirilen Brexit referandum üzerine bir başka analiz gerçekleştirmişlerdir. Bu analiz neticesinde de sosyal botların etkinliğinin daha az ancak stratejik bir rolü olduğunu belirtmişlerdir. Analiz neticesinde örneklemelerinde yer alan hesapların yüzde 1’inden daha azının tüm tweetlerin üçte birini kapladığı sonucuna ulaşmışlardır.

Brexit üzerine bir başka çalışma, Llewellyn ve arkadaşları tarafından yapılmıştır. Araştırmacılar, Makine öğrenmesi ile gerçekleştirdikleri sofistike bir metodolojiyle Brexit ile ilgili 70 milyondan fazla tweet üzerinde bir araştırma gerçekleştirdiklerini belirtmişlerdir. Araştırmalarında, merkezi St. Petersburg’da bulunan ve kamuoyunda Rus Troll Fabrikası olarak anılan Internet Research Agency bağlantılı hesapların Brexit’e katılımını incelemişlerdir. Bu amaçla 2016’daki ABD seçimlerinde faaliyette bulunduğu bizzat Twitter tarafından ABD senatosuna sunulan 2,752 troll hesabının bir

kısımının Brexit'le ilgili de içerikler oluşturduklarını bulmuşlardır. Bu hesapların referandum gününde etkinliğini artırdıklarını ve diğer günlere göre Brexit ile ilgili 7 kat daha fazla paylaşım yaptıklarını belirtmişlerdir (Llewellyn vd., 2019).

Santini ve arkadaşları, Jair Bolsonaro'nun 2018'de gerçekleştirilen Brezilya Cumhurbaşkanlığı seçimlerinde kullanılan Twitter iletişim stratejisinin 2016'daki Rio Belediye seçimlerinde test edilmiş olabileceğini belirterek bir araştırma gerçekleştirmiştir. Araştırma neticesinde 3,101 bot hesap tarafından 2016 yılında kullanılan en popüler 2. Hashtagin #bolsonaro2018 olduğunu tespit etmişlerdir. Araştırmacılar, çalışmalarında bot hesapların farklı şekillerde hareket ettiğini, örneğin bir kısmının yalnızca tweet paylaşmak amacıyla kullanılırken bir kısmının yalnızca retweet davranışı sergilediğini veri görselleştirme yoluyla ortaya koymuştur. Araştırma neticesinde 2016 Belediye Seçimlerinde Bolsonaro'nun aday dahi olmamasına rağmen tüm belediye başkan adaylarından daha çok konuşulduğunu ve botnet düğümlerinin en çok referans verdiği Twitter hesabının Bolsonaro'ya ait olduğunu belirtmişlerdir (Santini vd., 2021).

Zhao ve DeDeo, Çince tweetler üzerinde yapmış oldukları çalışmada, nefret dili kullanan hesapların belirli kelimeleri sıklıkla tekrarlamasından yola çıkarak bir kelime listesi hazırlamıştır. İlgili listeyi astroturf gruplarını bulmak için kullanmış, böylece toplam 39,381 hesap üzerinde inceleme yapmışlardır. Ardından makine öğrenmesi ile bu hesapların ne kadarının astroturf faaliyetlerinde bulunduğunu tespit etmek için bir model geliştirmiş ve hesapların %43'ünün astroturf için kullanıldığını tespit etmişlerdir. Araştırma sonucunda astroturf için kullanılan bu hesaplardan 1 yıl içerisinde 4 milyonun üzerinde tweet paylaşıldığını tespit etmişlerdir. Araştırmacılar astroturf için kullanılan hesaplardan yapılan paylaşımların büyük oranda ülke içerisindeki sansürlenmiş konularla ilgili olduğunu ve bazı kişilerin itibarını zedelemek için kullanıldığını tespit etmişlerdir (Zhao ve DeDeo).

Varol ve arkadaşları, Twitter'da astroturf amacıyla kullanılan hesapların makine öğrenmesi ile tespit edilebilmesi için bir çerçeve sunmuşlardır. Bu anlamda Twitter'da herkese açık olarak paylaşılmakta olan kullanıcı verilerinden elde edilebilecek binden fazla özelliğinden yararlandıklarını belirtmişlerdir. Bu özellikleri, kullanıcı meta verisi, takipçi verisi, içerik verisi, duygu analizi, ağ ve zamanlama başlıkları altında ele almışlardır. Araştırmacılar, çalışmalarını neticesinde oluşturdukları modeli Botometer adında bir internet servisine dönüştürmüş ve geliştirilebilecek farklı hizmetlerle entegre edilebilmesi için bir uygulama programı arayüzü (API) yayınlamışlardır (Varol vd., 2017; OSoMe, 2017).

Görüldüğü üzere dünyanın pek çok ülkesinde siyasi gruplar yönetimleri ele geçirmek için astroturf amacıyla sosyal medya botlarını sıklıkla kullanmaktadır. Özellikle son 10 yıl içerisinde sosyal medya, siyasi mücadelenin temel muharebe sahasına dönüşmüş, iktidara gelmek isteyen siyasi gruplar, rasyonel politikalar geliştirmek yerini manipülasyon teknikleri ile seçmenleri etkilemeye çalışmıştır. Bu durumun demokratik toplumlara doğrudan hedef aldığı açık bir şekilde görülmekte, demokrasilerin tarafsız seçim ilkesine zarar vermektedir. Ayrıca dijital okuryazarlığın yeterince gelişmediği ülkeleri dış müdahaleye karşı savunmasız hale getirmektedir. Dolayısıyla dijital demokrasi ve dijital toplum çalışmalarına hiç olmadığı kadar ihtiyaç duyulmaktadır.

## **ARAŞTIRMANIN ÖRNEKLEMİ VE YÖNTEMİ**

Bu çalışmada Türkiye Büyük Millet Meclisi (TBMM)'nde en çok milletvekiline sahip olan siyasi parti liderlerine yönelik paylaşımda bulunan hesapların astroturf faaliyetlerinde bulunma sıklığı ve astroturf hareketler neticesinde incelenen tweetler arasındaki hâkim söylemin değişip değişmediği araştırılmıştır. Bu amaçla 21-28 Haziran 2021 tarihleri arasında Recep Tayyip Erdoğan (AK Parti), Kemal Kılıçdaroğlu (Cumhuriteçi Halk Partisi), Meral Akşener (İyi Parti), Pervin Buldan - Mithat Sancar (Halkların Demokratik Partisi) ve Devlet Bahçeli (Milliyetçi Hareket Partisi)'ye ait olan Twitter hesapları etiketlenerek yazılmış olan toplam 226.420 tweet, Twitter API'si vasıtasıyla retweetler hariç tutulacak şekilde indirilmiş ve bir veri seti oluşturulmuştur.

Veri setinde yer alan ve astroturf faaliyetler için kullanılma ihtimali bulunan tweetlerin ayrılması için Gorwa'nın çalışmasına (2017) benzer bir yöntem uygulanmıştır. Buna göre içeriğin en az %50 aynı olmasına ve aynı dakika içerisinde paylaşılmış olmasına dikkat edilmiştir. Astroturf amacıyla yapılan

paylaşımlar, tek bir mesajın özdeş tekrarı olabileceği gibi moderasyon botlarından gizlenmek için başında veya sonunda ufak farklılıklar yapılarak da paylaşılabilir (Zaki vd., 2018). Bu şekilde oluşturulmuş mükerrer tweetlerin tespit edilebilmesi için bir formül yazılarak, 90 karakterin altındaki tweetler, 10. ve 60. karakterlerin 90 karakterin üzerindeki tweetler ise 50. ve 100. karakterlerin arasındaki metnin özdeş olma durumuna göre sınıflandırılmıştır.

Böylece, astroturf olma ihtimali güçlü olan tweetler ile doğal görünen tweetler olmak üzere iki veri seti elde edilmiştir. Tweetler, veri kümeleri içerisinde etiketlendikleri siyasi liderlere göre gruplandırılmıştır. Bu aşamada HDP eş başkanlarını etiketleyen tweetler, aynı grup içerisinde yer almıştır. Ancak bu kümedeki tweet sayısı, analiz için yeterli olmadığından analizi yapılamamıştır. Bu şekilde toplam 8 farklı veri seti oluşturularak her bir veri seti ayrı ayrı kümeleme analizine tabi tutulmuştur. Verilerin dağılımı Tablo 1’de gösterilmiştir.

**Tablo 1.** Analiz kapsamında Twitter’den çekilen Tweet sayıları (21-28 Haziran)

	Veri Setleri			Tweet Yazan Profil Sayısı (N)
	Toplam Tweet Sayısı (N)	Mükerrer Tweet Sayısı (N)	Özgün Tweet Sayısı (N)	
Recep Tayyip Erdoğan (@rterdogan)	91775	53616	38159	19079
Devlet Bahçeli (@dbdevletbahceli)	27829	16733	12285	3738
Kemal Kılıçdaroğlu (@kilicdaroglu)	80171	42917	37254	27698
Meral Akşener (@meral aksener)	26304	11408	14896	8605
Mithat Sancar (@mithatsancarr) - Pervin Buldan (@PervinBuldan) <sup>2</sup>	341	89	45	252

Veri setlerinde yer alan yorumların hangi kelimeler arasında kümelendiğini ortaya çıkartmak için ilk olarak tweetlerde yer alan kelimelerin birbirinden ayrıştırılarak sayısal değerlerle ifade edilebilir olması gerekmektedir. Bu işlem jetonlaştırma olarak adlandırılmaktadır. Bu amaçla, önce Twitter’da sıkça kullanılan, emoji ve yazın dışı karakterler silinmiş; ardından çekim eklerinden kaynaklı farklılıklardan kaçınmak için Resha kökleme sözlüğü (Zafer, 2020) kullanılarak kelimelerin kökleri alınmıştır. Böylece veri setleri, kümeleme analizi için uygun hale gelmiştir.

Kümeleme algoritmaları, bir makine öğrenimi tekniği olarak verileri bir dizi benzerliklerine göre kümeleyerek gruplamak için kullanılmaktadır. Bu çalışmada da K-means kümeleme algoritması kullanarak bir konu modellemesi yapılmıştır. Böylece siyasilere yönelik Twitter üzerinden yazılmış olan mesajların hangi konular üzerinde yoğunlaştığı araştırılmış, astroturf tweetler ile özgün tweetlerinin ne şekilde farklılaştığı tespit edilmeye çalışılmıştır.

K-Means algoritmasında algoritma ile yapılan kümeleme analizinde öncelikle elemanların kaç farklı küme içerisinde sınıflandırılacağı belirlenir. Ardından çeşitli istatistiksel modeller kullanılarak elemanlar, kümelerin içerisine dağıtılır.

<sup>2</sup> HDP veri setindeki tweetlerin sayısı analiz için yeterli olmadığından analizi yapılamamıştır.



## ARAŞTIRMANIN BULGULARI

Bu bölümde, gerçekleştirilen kümeleme analizleri neticesinde her bir siyasi parti lideri etiketlenerek paylaşılmış özgün ve mükerrer tweetler, içerilerinde geçen kelimelere göre gruplandırılarak karşılaştırılmıştır. Özgün tweetlerde geçen kelime yoğunlukları ile mükerrer tweetlerde geçen kelimelerin yoğunluklarının oldukça farklı oldukları gözlemlenmiştir.

Tablo 2’de Recep Tayyip Erdoğan (@rterdogan)’ın etiketlendiği 38,159 özgün tweet, 14,775 farklı hesap tarafından paylaşılmıştır. Bu veri setindeki tweetlerin kurulmuş olan modele göre dağılımları ve kümeler içerisinde en çok kullanılan kelimeler gösterilmiştir.

**Tablo 2:** R.T. Erdoğan’ın Etiketlendiği Özgün Tweetlerin Kümelere Dağılımı

Küme Adı	Anahtar Kelimeler	Tweet Sayısı
Küme 0	Vuk359, adalet, nerede, bakanlık	1664
Küme 1	ziyascaluk, öğretmen, atama, lütfielvan, güvenlik	6382
Küme 2	rterdogan	2602
Küme 3	reis, başkan, allah, ülke, millet	25425
Küme 4	suleymansoylu, adalet, abdulhamitgul	2086

Tablo 3’de ise Erdoğan’ın etiketlendiği mükerrer 53,616 tweet, 4,329 farklı kullanıcı hesabından gönderilmiştir. Bu veri setindeki tweetlerin dağılımları ve kümeler içerisinde en çok kullanılan kelimeler gösterilmiştir.

**Tablo 3:** R.T. Erdoğan’ın Etiketlendiği Mükerrer Tweetlerin Kümelere Dağılımı

Küme Adı	Anahtar Kelimeler	Tweet Sayısı
Küme 0	ustayıbitiren, bahceli, kadro, starhaber	3647
Küme 1	öğretmen, emek, mağdur, alibabacan	23703
Küme 2	Avsabriozturk, nacibostanci, paketeeklensin, borç	8099
Küme 3	anadoludiyabet, çocuk, jsarieroglu, hbturnkoglu, parmak	8852
Küme 4	Mkulunk, sürekli, işsiz, mağdur, öğrenci	9315

Erdoğan’ın etiketlendiği 91,775 tweetin %58’inin mükerrer olduğu ve bu tweetlerin 4,329 farklı kullanıcı hesabı ile paylaşıldığı görülmektedir. Tablo 2’de gösterilen özgün tweet veri setindeki konu kümelerine bakıldığında, en büyük kümenin 25,425 tweet ile Küme 3 olduğu görülmektedir. Buradaki tweet kümesinin tüm veri setine kıyasla çok daha fazla tweeti kapsadığı görülmekte bu da kümeleme algoritmasının sınıflandırmada zorlandığı tweetleri bu küme içerisinde gruplama eğiliminde olduğuna işaret etmektedir. Bununla birlikte bu tweetlerde en çok kullanılan kelimelerin pozitif olması, Erdoğan’ın twitter’da ciddi bir destekçi kitleye sahip olduğunu ortaya koymaktadır.

Diğer kümeler, büyük ölçüde hükümet içerisinde görevlendirilmiş bakanlarla birlikte hükümetten çeşitli talep ve istekleri ortaya koymaktadır. Bakanların isimlerinin de Erdoğan'la birlikte etiketlenmesi, ilgili taleplerin ilgili bakanlara da ulaştırılarak daha çok erişim elde edilmesine yönelik olabilir. Bu taleplerden öne çıkanlar aşağıda belirtilmiştir:

- Vergi Usul Kanunu'nun 359. maddesi kapsamında hapis cezası almış esnafa yönelik af paketi talepleri,
- Milli Eğitim Bakanlığı'nın (MEB) Hayat Boyu Öğrenme Kurumları Yönetmeliğinde yapmış olduğu değişikliğin durdurulmasına yönelik talepler,
- İşkur'un Toplum Yararına Çalışma kapsamında MEB'e bağlı okullarda geçici olarak çalıştırılan güvenlik görevlilerinin kalıcı olarak görevlendirilmeleri,
- MEB'in açıkladığı 20 bin öğretmen atamasının yetersiz olduğuna ilişkin itirazlar ve ek atama talepleri

Tablo 3'te yer alan ve mükerrer olan tweetlere bakıldığında ise bakanlara yönelik gönderilen tweetlerin yoğunluğunun azaldığı ve onların yerine milletvekillerinin isimlerinin arttığı görülmektedir. Ayrıca Muhalefet parti liderlerinden Ali Babacan'ın ismi öne çıkmaktadır. Yapılan incelemeler sonucunda mükerrer tweetlerde yer alan talep ve isteklerin özgün tweetlerden farklılaştığı görülmektedir. Bu konular aşağıda listelenmiştir:

- Usta öğreticilerin görevlendirilmesinde yapılan kanun değişikliğin durdurulması,
- Tip 1 diyabet hastalığının takibi için kullanılan pompa ve sensör masraflarının SGK tarafından karşılanması talepleri,
- Oyak Bankası nema oranının artırılmasına yönelik talepler

Özgün tweetlerde de yer alan; Vergi Usul Kanunu'nun 359. maddesi kapsamında hapis cezası almış esnafa yönelik af paketi talepleri ile öğretmen atamalarına yönelik talepler, mükerrer tweet veri setinde de yer almaktadır. Ayrıca bu veri setindeki söylem dilinin özgün tweetlere göre biraz daha sertleştiği görülmektedir.

Özgün veri kümesinde yer alan “Vuk369” ve mükerrer kümelerde yer alan “ustayıbitiren” ve “öğretmen” anahtar kelimeleri ile ilgili konular, Twitter'da Trend Topic olmuşlardır (Twitter Trends in Turkey, 2021).

Tablo 4'de Devlet Bahçeli (@dbdevletbahceli)'nin etiketlendiği 12,285 özgün tweet, 3,099 farklı hesap tarafından paylaşılmıştır. Bu veri setindeki tweetlerin kurulmuş olan modele göre dağılımları ve kümeler içerisinde en çok kullanılan kelimeler gösterilmiştir.

**Tablo 4:** D. Bahçeli'nin Etiketlendiği Özgün Tweetlerin Kümelere Dağılımı

Küme Adı	Anahtar Kelimeler	Tweet Sayısı
Küme 0	Bilgi, akparti, suleymansoylu, devlet, allah	4550
Küme 1	ziyaseselcuk, lutfielvan, güvenlik, okul, tmeb	1986
Küme 2	rterdogan, meralaksener, kilicdaroglu, drfahrettinkoca, alibabacan	1396
Küme 3	dbdevletbahceli	357
Küme 4	adalet, affet, abdulhamitgul, yilmaztunc, suleymansoylu	1498

Tablo 5'de ise Bahçeli'nin etiketlendiği mükerrer 16,733 tweet, 1,588 farklı kullanıcı hesabından gönderilmiştir. Bu veri setindeki tweetlerin dağılımları ve kümeler içerisinde en çok kullanılan kelimeler gösterilmiştir.



**Tablo 5:** D. Bahçeli'nin Etiketlendiği Mükerrer Tweetlerin Kümelere Dağılımı

Küme Adı	Anahtar Kelimeler	Tweet Sayısı
Küme 0	Abdulhamitgul, öğretmen, fahrettinaltun, kpss, bilgi	8719
Küme 1	ustayıbitiren, tcmeb, hmbakanligi, aliyalcin, mebhbogm	3127
Küme 2	Kilicdarogluk, vedatbilgin, aksener, caresizlik, siyaset	5592
Küme 3	starhaber, foxhaber, ahbaer, trthaber, aksener	1747
Küme 4	Suleymansoylu, bakisimsekmhp, olcaykilavuz, ehliyet, affet	2370

AK Parti ile birlikte hükümet ortağı olan MHP genel başkanı Devlet Bahçeli'nin etiketlenilerek gönderilmiş toplam 27,829 tweetin %60'ının mükerrer tweetlerden oluştuğu görülmektedir. Bu oran, 5 siyasi parti lideri için hazırlanan tüm veri setlerinden daha yüksektir.

Bahçeli'ye yönelik olarak gönderilmiş olan tweetler, Erdoğan'ın etiketlendiği veri setinden belirli noktalarda ayrılmaktadır. Bahçeli'nin twitter hesabı, bu anlamda hem muhalefetten hem de iktidardan birçok farklı kesiminden isimlerle birlikte kullanılmaktadır. Özellikle İç İşleri Bakanı Süleyman Soylu'nun isminin iki farklı küme içerisinde de en çok kullanılan kelime olarak yer aldığı görülmektedir. Ayrıca, muhalefet partilerden İYİ Parti Genel Başkanı, Meral Akşener'in Adana'ya yapmış olduğu bir ziyarette iktidarı eleştirerek soğanlarını döken bir çiftçinin A Haber'e verdiği röportaj ile ilgili birçok mükerrer tweet gönderildiği görülmektedir. "İYİ Parti'nin sahnelediği soğan tiyatrosunun başaktörü konuştu: Pişmanım." Başlığı ile haberleştirilen röportajın birçok farklı hesap tarafından defalarca paylaşılması, Twitter'da siyasi gündem belirleme ve astroturf faaliyetlere çarpıcı bir örnek olarak yansımaktadır.

Tablo 6'de Kemal Kılıçdaroğlu (@kilicdarogluk)'nun etiketlendiği 37,254 özgün tweet, 18,066 farklı hesap tarafından paylaşılmıştır. Bu veri setindeki tweetlerin kurulmuş olan modele göre dağılımları ve kümeler içerisinde en çok kullanılan kelimeler gösterilmiştir.

**Tablo 6:** Kılıçdaroğlu'nun Etiketlendiği Özgün Tweetlerin Kümelere Dağılımı

Küme Adı	Anahtar Kelimeler	Tweet Sayısı
Küme 0	herkesicinhp, kemal, imamoglu, 2023, başkan	26789
Küme 1	yalan, özür, rahatsız, ülke	3441
Küme 2	seçim	2581
Küme 3	rterdogan	1635
Küme 4	Meralaksener, rterdogan, alibabacan, iyiparti, karamollaoglu	2808

Tablo 7'de ise Kılıçdaroğlu'nun etiketlendiği mükerrer 42,917 tweet, 11,200 farklı kullanıcı hesabından gönderilmiştir. Bu veri setindeki tweetlerin dağılımları ve kümeler içerisinde en çok kullanılan kelimeler gösterilmiştir.

**Tablo 7:** Kılıçdaroğlu'nun Etiketlendiği Mükerrer Tweetlerin Kümelere Dağılımı

Küme Adı	Anahtar Kelimeler	Tweet Sayısı
Küme 0	herkesicinchip, başkan, adam, ülke, imamoglu	30994
Küme 1	Yalan, özür, dile, haber, genç	5045
Küme 2	Seçim	1837
Küme 3	Kemal	1822
Küme 4	rterdogan, meral, devletbahceli, alibabacan, meral	3219

Kemal Kılıçdaroğlu'na ait hesabı etiketleyen 80,171 tweetin ise %53'ü mükerrer tweetlerden oluşmaktadır. Kılıçdaroğlu'nun etiketlendiği tweetlere bakıldığında hem özgün hem de mükerrer veri setlerinde öne çıkan anahtar kelimeler büyük ölçüde benzeşmektedir. Her iki veri setindeki Küme 0 içerisinde yer alan tweetlerin olumlu kelimeler etrafında oluşturulduğu görülmektedir. Küme 0 ayrıca her iki veri setinde de en kalabalık kümeyi oluşturmaktadır, bu durum daha önce de ifade edildiği gibi kümeleme algoritmasının sınıflandırmakta zorlandığı tweetleri burada biriktirdiğine işaret etmektedir. Yine de bu küme içerisinde yer alan anahtar kelimeler, CHP'nin son dönemde kullandığı #herkesicinchip hashtagi, Ekrem İmamoğlu ve başkan gibi olumlu tweetlerden oluşmaktadır.

Küme 1 ise Kemal Kılıçdaroğlu'nun eleştirdiği ve Sözcü'nün haberleştiği "Katarlı gençlere Türkiye'de sınavsız tıp eğitimi hakkı verildi" isimli haberin Cumhurbaşkanlığına gerçeği yansıtmadığının açıklanması üzerine başlatılan bir kampanya ile ilgilidir. Bu konu, hem mükerrer hem de özgün tweetler arasında en çok konuşulan 2. Kümeyi oluşturmaktadır. Bu konu ayrıca 26 Haziran tarihinde Trend Topic'ler arasında da yer almıştır (Twitter Trends in Turkey, 2021).

Yine hem mükerrer hem de özgün tweetlerde diğer muhalefet ve iktidar partilerinden siyasi isimler sık sık kullanılmaktadır.

Tablo 8'de Meral Akşener (@meral\_aksener)'in etiketlendiği 11,408 özgün tweet, 7,285 farklı hesap tarafından paylaşılmıştır. Bu veri setindeki tweetlerin kurulmuş olan modele göre dağılımları ve kümeler içerisinde en çok kullanılan kelimeler gösterilmiştir.

**Tablo 8:** Akşener'in Etiketlendiği Özgün Tweetlerin Kümelere Dağılımı

Küme Adı	Anahtar Kelimeler	Tweet Sayısı
Küme 0	sayın, genel, başkan	784
Küme 1	ülke	692
Küme 2	iyiparti, lutfurkan, herkesicinchip	1659
Küme 3	kilicdarogluk, millet, sogan, tiyatro, hanım	9526
Küme 4	rterdogan, dbdevletbahceli, kilicdarogluk, alibabacan, karamollaoglu	2235

Tablo 9'de ise Akşener'in etiketlendiği mükerrer 14,896 tweet, 1,407 farklı kullanıcı hesabından gönderilmiştir. Bu veri setindeki tweetlerin dağılımları ve kümeler içerisinde en çok kullanılan kelimeler gösterilmiştir.

**Tablo 9:** Akşener'in Etiketlendiği Mükerrer Tweetlerin Kümelere Dağılımı

Küme Adı	Anahtar Kelimeler	Tweet Sayısı
Küme 0	Çaresizlik, kölelik, typgüvenlik, lütfielvan, vedatbilgin	1501
Küme 1	trthaber, ahber, starhaber, showhaber, soğan	2014
Küme 2	tcmeb, puan, ustayibitiren, rterdogan, aliyalcin	1631
Küme 3	davutoglu, kilicdaroglu, karamollaoglu, dbdevletbahceli, iyiparti	5097
Küme 4	siyaset, deryayanikashb, engelli, çözüm, istihdam	1164

İyi Parti Genel Başkanı Meral Akşener'in etiketlenilerek oluşturulan toplam 26,304 tweetin ise %56'sı mükerrer tweetlerden oluşmaktadır. Meral Akşener de her iki veri setinde de diğer parti liderleri ile birlikte sıkça anılmıştır.

Özgün tweetlere bakıldığında Soğan Tiyatrosu'nun yer aldığı haberle ilgili tweetlerin yoğun bir şekilde ayrıştığı Küme 3, tüm özgün tweetlerin %83'ünü kapsamaktadır. Küme 3, yüksek hacimden dolayı diğer kümeler arasındaki en kararsız küme olarak değerlendirilse de burada kullanılan "soğan" ve "tiyatro" anahtar kelimelerin öne çıkması, haberin dikkate alındığına işaret etmektedir. Mükerrer tweetlerde ise "soğan" ile birlikte haber sitelerinin de isimlerini görmekteyiz. Bu durum bir astroturf taktiği olarak Twitter'daki söylemlerin bir habere dayandırılmasının etkiyi artırdığı anlamına gelebilir.

Ayrıca çeşitli halk taleplerinin siyasilere duyurulması amacıyla yapılan astroturf lobcilik faaliyetlerinin Meral Akşener'le ilgili hesaba gönderilen tweetlerde büyük yer kapladığı çalışmaya yansımıştır.

## SONUÇ

Çalışma neticesinde hem iktidar hem de muhalefet partilerinin genel başkanlarına ve diğer siyasetçilere yönelik astroturf faaliyetlerde bulunduğu araştırmaya yansımıştır. İktidar partileri, büyük oranda talep ve istekler doğrultusunda bu durumdan etkilenirken, muhalefet partilerinin eleştirilerden daha fazla etkilendiği gözlemlenmiştir.

Analiz edilen tüm tweetlerin %62'si mükerrer tweetlerden meydana gelmiş, toplam 129,500 mükerrer tweet ise yalnızca 15,809 farklı hesap tarafından paylaşılmıştır. Bu oranlar, astroturf faaliyetlerinin Twitter'da yoğun olarak kullanıldığına işaret etmektedir.

Ayrıca veri setlerindeki konu başlıklarının Twitter'da trend topics olma oranlarına bakıldığında mükerrer tweetlerin özgün tweetlerden daha sık listeye girdiği gözlemlenmiştir. Bu durum, internet botlarının ve diğer astroturf faaliyetlerinin Twitter'daki özgür tartışma ortamını zedelediğini ve özgün fikirlerin gösterim payının daraltıldığını ortaya koymaktadır. Bu anlamda sıklıkla kullanılan bot hesaplar, kampanya finansörlerini ve operatörlerini gizlemekte, ikna iletişiminin etkinliğini artıran ucuz ve büyük ölçekli siyasi kampanyalara olanak tanımaktadır. Böylece seçmenleri, rakiplerine karşı ırk, din ve kimlik öğeleri etrafında birleştirerek kışkırtmakta ve rasyonel tartışma zeminini zedelemektedir. Siyasi tartışmalarda mantık yerine duyguların hakim olması, partizanlığı körüklemekte ve ulusal çıkarların göz ardı edilmesine yol açmaktadır.

Siyaset arenasında aktif olarak rol alan kişilerin ise toplumsal talepleri görebilmek için astroturf faaliyetlerin farkında olmaları gerekmektedir. Bu hususta ekiplerinde büyük veriyi yorumlayabilecek, sosyal medya dinleme ve analiz araçlarını etkinlikle kullanabilecek kişilere yer vermeleri önemlidir. Böylece halk taleplerini maskeleyen veya siyasi iradeyi yanlış yönlendirmeye çalışan girişimleri tespit edebilecek ve gerçek halk taleplerini ortaya koyacak analizler gerçekleştirerek daha doğru kararlar alınmasını sağlayabileceklerdir.

Sosyal medyanın siyasette her geçen gün daha etkili olduğu günümüzde dijital demokrasi değerlerinin oluşturulması, dezenformasyon ve manipülasyona karşı toplumun eğitilmesi ve dijital toplum için yeni değerler tanımlanarak dijital okuryazarlığın artırılması da üzerinde dikkatle durulması gereken alanlar olarak görünmektedir. Seçmenlerin internet ortamında gördükleri bilgileri farklı kaynaklardan teyit etme farkındalığına sahip olmaları ve doğru bilgiye ulaşmak için daha çok çaba göstermeleri, demokrasinin korunması ve dijital kamusal alanın özgür bir münazara ortamı sunması için çok önemlidir.

Bu hususta Türkçe literatürde yeterince yer almayan astroturf ve sosyal botlara yönelik araştırmaların artırılması gerekmektedir. Bu alanda çalışmak isteyen araştırmacıların daha isabetli sonuçlara ulaşabilmesi için hesapların oluşturulma tarihi, takipçi sayıları, toplam gönderilen tweet sayıları gibi meta verilerini ve tweet içeriğinde kullanılan nefret dilinin tespit edilmesine yönelik metin madenciliği tekniklerinin makine öğrenmesi ile birlikte uygulanması, gelecek araştırmalar için faydalı olacaktır. Bununla birlikte astroturf faaliyetlerin engellenmesi amacıyla yine bot hesapların da kullanılabilmesi, otomatikleştirilmiş reklam kampanyalarının bu yolla tespit edilebileceği algoritmaların da geliştirilmesi gerekliliği öne çıkmaktadır. Ayrıca bu alanda daha etkili yayınların ve organizasyonların meydana gelebilmesi için yazılım mimarisi ve sosyal bilimler alanında çalışma yapan araştırmacılar arasında işbirliği sağlanması da oldukça önemlidir. Konuyla ilgili hem sosyal hem de bilgi teknoloji alanlarında birçok araştırma olmasına rağmen her iki alandan katılımcıların ortak yürüttüğü çalışma oldukça sınırlıdır. Bu anlamda bilgi teknolojilerinde geliştirilen araçların kullanımları daha açık bir şekilde dökümantasyon edilmeli ve yazılımların arayüzleri geliştirilmelidir. Bu tür araştırmalar ticari faydadan ziyade toplumsal çıkarları önceliği için bu alanlara kamusal kaynaklarından daha fazla fon sağlanmalıdır. Sosyal bilimlerde yetişmekte olan ve bu alanda çalışmak isteyen araştırmacılara da veri bilimi ve temel kod okuryazarlığı eğitimi verilmeli, kullanıcı arayüzlerine nasıl erişim sağlayabilecekleri ve bu kaynakları nasıl kullanabilecekleri öğretilmelidir.

#### KAYNAKÇA

- Alnajran, N., Crockett, K., McLean, D., ve Latham, A. (2017). *Cluster Analysis of Twitter Data: A Review of Algorithms*. 9th International Conference on Agents and Artificial Intelligence (ICAART). Portugal: Science and Technology Publications (SCITEPRESS)/Springer Books.
- Aytekin, Ç., ve Bayram, M. A. (2021). *Türkçe Metinler İçin Duygu Analizi Yaklaşımı İle İletişimde Bağlamdan Bağımsız Modellerin Geliştirilmesi Üzerine Bir Araştırma: Karma Veri Uygulaması Önerisi*. e-Journal of New Media / Yeni Medya Elektronik Dergi – eJNM, 12-25.
- Başlar, G., ve Ateşalp, S. T. (2015). *Katılımcı Kültür Tartışmaları Ekseninde Sosyal Medyada Diziler: Kardeş Payı Örneği*. E-Journal of Intermedia, 158-180.
- Bayrak, T. ve Yengin, D. (2021). Korona Günlerinde Üniversite Öğrencilerinin Yaşadığı Sanal Ortam Yalnızlığı Sendromu. A. Övür (Ed.) Korona Günlerinde Dijital Toplum içinde (s.33-44). İstanbul: Der Yayınları.
- Boldyreva, E. (2018). *Cambridge Analytica: Ethics And Online Manipulation With Decision-Making Process*. 18th PCSF 2018 - Professional Culture of the Specialist of the Future 91-102. ST. Petersburg: Future Academy.
- Chernyshova, Smorodin G; Ovchinnikov, Alexey;. (2016). *Technique of cluster validity for Text Mining*. 6th International Conference - Cloud System and Big Data Engineering. 337-340). Noida, India: Institute of Electricians and Electronic Engineers (IEEE).
- Conway, B. A., Kenski, K., ve Wang, D. (2015). *The Rise of Twitter in the Political Campaign: Searching for Intermedia Agenda-Setting Effects in the Presidential Primary*. Journal of Computer-Mediated Communication, 363-380.
- Filibeli, T. E., ve Şener, O. (2019). *Manipüle Edilmiş Enformasyonel Bir Vitrin ve Popülist Bir Enformasyon Alanı Olarak Twitter*. Hacettepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Kültürel Çalışmalar Dergisi, 492-515.

- Fuchs, C., (2021) *The Digital Commons and the Digital Public Sphere: How to Advance Digital Democracy Today*, Westminster Papers in Communication and Culture 16(1)
- Gorwa, R. (2017). *Computational Propaganda in Poland: False Amplifiers and the Digital Public Sphere*. 1-24.
- Habermas, J. (1974). The Public Sphere: An Encyclopedia Article (1964. (S. Lennox ve F. Lennox, Çev.). (Orijinal eserin yayın tarihi 1964).
- Kollanyi, B., Howard, P. N., ve Woolley, S. C. (2016). *Bots and Automation over Twitter during the Second U.S. Presidential Debate*. Data Memo 2016.2. Oxford, UK: Project on Computational Propaganda., 1-5.
- Kovic, M., Rauchfleisch, A., Sele, M., ve Caspar, C. (2018). *Digital astroturfing in politics: Definition, typology, and countermeasures*. Studies in Communication Sciences, 69-65.
- Köselierli, B. B. (2017). *Yeni Medya Ortaminin Yeni Kamusal Alan Olarak Kullanimi Üzerine Bir Değerlendirme*. e-Journal of New World Sciences Academy, 51-64.
- Lits, B. (2020). *Detecting astroturf lobbying movements*. CAP: Communication and the Public, 1-14.
- Llewellyn, C., Cram, L., Hill, R. L., ve Favero, A. (2019). *For Whom the Bell Tolls: Shifting Troll Behaviour in the Twitter Brexit Debate*. JCMS: Journal of Common Market Studies, 1-17.
- McCombs, M. E., ve Shaw, D. L. (1972). *The Agenda-Setting Function Of Mass Media*. American Association for Public Opinion Research, 176-187.
- McCombs, M., Llamas, J. P., Escobar., E. L., ve Rey., F. (1997). Candidate Mages in Spanish Elections: Second-Level Agenda-Setting Effect, 703-717.
- Meraz, S. (2011). *Using Time Series Analysis to Measure Intermedia Agenda-Setting Influence in Traditional Media and Political Blog Networks*. Journalism & Mass Communication, 176-194.
- Santini, R. M., Salles, D., ve Tucci, G. (2021). *When Machine Behavior Targets Future Voters: The Use of Social Bots to Test Narratives for Political Campaigns in Brazil*. International Journal of Communication, 1220-1243.
- Schafer, M. S. (2016). *Digital Public Sphere*. The International Encyclopedia of Political Communication (pp. 1–7).
- Syakur, M. A., Khotimah, B. K., Rochman, E. M. S., Satoto, B. D (2018). *Integration K-Means Clustering Method and Elbow Method For Identification of The Best Customer Profile Cluster*, IOP Conference Series: Materials Science and Engineering, 4-5.
- Stieglitz, S., Florian, B., Ross, B., ve Jung, A.-K. (2017). *Do Social Bots Dream of Electric Sheep? A Categorisation of Social Media Bot Accounts*. Australasian Conference on Information Systems, 1-11.
- Varol, O., Ferrara, E., Davis, C. A., Menczer, F., ve Flammini, A. (2017). *Online Human-Bot Interactions: Detection, Estimation, and Characterization*. Eleventh International AAAI Conference on Web and Social Media (ICWSM 2017). 280-289. California: The AAAI Press.
- Wang ve Yu. (2015). *World Cup 2014 in the Twitter World: A big data analysis of sentiments in U.S. sports fans' tweets*. Computers in Human Behavior, 392-400.
- Zaki, N., Mohamed, E. A., ve Alashwal, H. (2018). *Detecting Social Bots on Twitter: A Literature Review*. 2018 International Conference on Innovations in Information Technology (IIT). 175-180. IEEE Transactions on Parallel and Distributed Systems.
- Zhang, J., Carpenter, D., ve Ko, M. (2013). *Online Astroturfing: A Theoretical Perspective*. 19th Americas Conference on Information Systems, (AMCIS 2013). 1-7. Chicago: AIS Library.

Zhao, A., ve DeDeo, S. (2020). *Computational propaganda on social media where 404 Not Found: how Chinese political astroturf flooding on Twitter.*

### **ELEKTRONİK KAYNAKLAR**

*About Us.* (2006). Cambridge Analytica

<https://web.archive.org/web/20160216023554/https://cambridgeanalytica.org/about> (Erişim Tarihi: 29.11.2021)

Attkisson, S. (01.2018). *How Real Is Fake News?*

[https://www.ted.com/talks/sharyl\\_attkisson\\_how\\_real\\_is\\_fake\\_news](https://www.ted.com/talks/sharyl_attkisson_how_real_is_fake_news) (Erişim Tarihi: 01.2018)

Cameron, D. (19.07.2010). *Big Society Speech.* <https://www.voltairenet.org/article166381.html> (Erişim Tarihi: 16.09.2021)

News Week. (19.03.2022). *College Backtracks on Banning Teaching Dostoevsky Because He's Russian* <https://www.newsweek.com/college-backtracks-banning-teaching-dostoevsky-russian-1684080> (Erişim Tarihi: 19.03.2022)

Opindia. (19.03.2022). *Space Foundation censors name of Soviet cosmonaut Yuri Gagarin, citing Russian invasion of Ukraine: Details* <https://www.opindia.com/2022/03/space-foundation-censures-name-of-soviet-cosmonaut-yuri-gagarin-citing-russian-invasion-of-ukraine-details/> (Erişim Tarihi: 19.03.2022)

OSoMe. (2017). Botometer: <https://botometer.osome.iu.edu/> (Erişim Tarihi: 25.07.2021)

*'Post-truth' declared word of the year by Oxford Dictionaries.* (16.11.2016).

<https://www.bbc.com/news/uk-37995600> (Erişim Tarihi: 25.08.2021)

Reuters. (11.03.2022). *Facebook allows war posts urging violence against Russian invaders*

<https://www.reuters.com/world/europe/exclusive-facebook-instagram-temporarily-allow-calls-violence-against-russians-2022-03-10/> (Erişim Tarihi: 19.03.2022)

*Sedat "SSG" Kapanoğlu ile Hayat ve İnternet Üstüne.* (02.08.2020).

<https://fularsizentellik.com/podcast> (Erişim Tarihi: 18.09.2021)

*Twitter Hakkında.* <https://about.twitter.com/tr.html> (Erişim Tarihi: 15.03.2022)

*Twitter (2021) Q4 and Fiscal Year 2021 Letter to Shareholders.*

[https://s22.q4cdn.com/826641620/files/doc\\_financials/2021/q4/Final-Q4'21-Shareholder-letter.pdf](https://s22.q4cdn.com/826641620/files/doc_financials/2021/q4/Final-Q4'21-Shareholder-letter.pdf) (Erişim Tarihi: 16.03.2021)

Twitter Trends in Turkey. (26.06.2021). <https://www.exportdata.io/trends/turkey/2021-06-26/19> (Erişim Tarihi: 30.12.2022)

TRT Haber. (26.02.2022). *Pentagon: 150 bin Rus askerinin yarısı Ukrayna'ya girdi.*

<https://www.trthaber.com/haber/dunya/pentagon-150-bin-rus-askerinin-yarisi-ukraynaya-girdi-658881.html> (Erişim Tarihi: 19.03.2022)

SCIRBD. (2013). *Persona Management Software.* <https://www.scribd.com/document/127878875/US-Air-Force-Persona-Management-Software> (Erişim Tarihi: 19.03.2022)

Wainwright, M. (24.10.2010). *'Big society' chosen as Oxford University's Word of 2010.*

<https://www.theguardian.com/books/2010/nov/24/big-society-oxford-word-2010> (Erişim Tarihi: 30.09.2021)

Wired. (17.03.2022). *Ukraine's Digital Ministry Is a Formidable War Machine*

<https://www.wired.com/story/ukraine-digital-ministry-war/> (Erişim Tarihi: 19.03.2022)

Young, V. A. (27.05.2020). *Nearly Half of the Twitter Accounts Discussing 'Reopening America' May Be Bots.* <https://www.cmu.edu/news/stories/archives/2020/may/twitter-bot-campaign.html> (Erişim Tarihi: 3.09.2021)

Zafer, H. R. (08.12.2020). *Resha-Turkish-Stemmer*. <https://github.com/hrzafer/resha-turkish-stemmer>  
(Erişim Tarihi: 1.09.2021)

ZennoLab, (2022). *ZennoPoster*. <https://zennolab.com/en/products/zennoposter/> (Erişim Tarihi:  
19.03.2022)

# İNTERNET HABERCİLİĞİNDE YAPAY ZEKÂ GAZETECİLİĞİNİN EŞİK BEKÇİLİĞİ AÇISINDAN İNCELENMESİ

Oğuz ŞAYİR  
İstanbul Aydın Üniversitesi, Türkiye  
oguzsayir@stu.aydin.edu.tr  
https://orcid.org/0000-0003-4462-8062

<i>Atıf</i>	Şayir, O. (2022). İnternet Haberciliğinde Yapay Zekâ Gazeteciliğinin Eşik Bekçiliği Açısından İncelenmesi. Journal of Communication Science Researchs, 2 (2), 117-134.
-------------	--

## ÖZ

İnternet ile birlikte haberin okuyuculara sunulmasından okuyucuların gazeteciler arasında olan iletişimine kadar pek çok değişim yaşanmıştır. İnternet haberciliği kitlenin haberi almasını hızlandırarak haber kültüründe köklü dönüşümler yaşanmasına neden olmuştur. Bu dönüşümle beraber okuyucuların haberi okuma zamanı kısalmıştır. İnternet haber platformları kullanıcıların bu isteklerini karşılaya bilmek için habercilikte otomasyona gitmek zorunda kalmaktadır. Böylece dijital gelişmelerle internet haberciliği yapay zekâyı kullanmaya başlamıştır. Artık yapay zekâ haberciliği daha hızlı bir forma dönüşerek haberin veriliş şeklini değiştirmiştir. Yapay zekânın birçok alanda kullanılmasıyla başlayan süreç ile internet haberciliğinde sunulan haberler robotik bir süreçten geçmektedir. Bu gelişmelerle birlikte internet haberciliğinde robotik habercilik, birçok ulusal medya kuruluşunda kullanılmaya başlamıştır. Yapay zekâ tarafından haber metinlerinin oluşturulması ve haber kuruluşları, web sitelerinde otomatik olarak yayınlanması bu karmaşık sistemlerin düzenlenmesi ve denetlenmesini de zorunlu kılmaktadır. Bu çalışmada, yapay zekâ algoritmasıyla üretilmiş haber içeriklerinin dili ve tekniği ve editöryel bir işlemde geçmeden okuyucuya ulaşmasının sonuçları iki aşamalı akış kuramı çerçevesinde karşılaştırmalı içerik analiz yöntemiyle incelenmiştir. Elde edilen araştırma bulguları neticesinde yapay zekâ ile üretilen haber içeriklerinin editör aşamasından geçtiği sonucuna varılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** *Yapay Zekâ, İnternet Haberciliği, Robot Gazetecilik, Eşik Bekçiliği.*

## EXAMINATION OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE JOURNALISM IN TERMS OF GATEKEEPING IN INTERNET JOURNALISM

### ABSTRACT

With the Internet, many changes have occurred, from presenting the news to the readers to the communication between the readers and journalists. Internet journalism has led to radical transformations in the news culture by accelerating the audience to receive the news. Thanks to this transformation, the time for readers to read the news has been shortened. Internet news platforms have to turn into automation in journalism in order to meet these needs of users. Thus, with digital developments, internet journalism has started to use artificial intelligence. Now, artificial intelligence journalism has transformed into a faster form and changed the way news is delivered. With the process that started with the use of artificial intelligence in many areas, the news presented in internet journalism goes through a robotic process. With these developments, robotic journalism in internet journalism has started to be used in many national media organizations. The creation of news texts by artificial intelligence and their automatic publication on news organizations and websites also necessitate the regulation and supervision of these complex systems. In this study, the language and technique of the



news content produced by artificial intelligence algorithm and the results of reaching the reader without an editorial process were examined with the comparative content analysis method within the framework of two-stage flow theory. As a result of the research findings, it was concluded that the news contents produced with artificial intelligence passed the editorial stage process.

**Keywords:** *Artificial Intelligence, Internet Journalism, Automated Journalism, Gatekeeper.*

## GİRİŞ

İnternetin hayatımıza girmesiyle haberin işleyiş biçimlerinde değişimler meydana gelmiştir. Gazetelerin haber kaynaklarına ulaşması ve sunması internet haberciliğiyle hızlanmaya başlamıştır. 1990 yıllarından itibaren internetin kullanım alanının artmasıyla birlikte internet haberciliğinde ivme kazanmıştır. Bu bağlamda internet haberciliğini, geleneksel gazetelerden ayrılan haber akışının sürekliliği ve hızlı erişim olanağı olmuştur. Medya kuruluşları her geçen gün internet haberciliğinin önemini kavramasıyla dijital yatırımlar yapmaktadır. Böylece geleneksel habercilik yöntemleriyle yayın yapan medya kuruluşları, gazetelerini internet ortamına taşımıştır. Medya sektöründe gerçekleşen bu dijital dönüşüm haberin algılanışı ve üretim sürecinde gazeteciliğe farklı yenilikler kazandırmıştır. Gazete ve okuyucu arasındaki dolaylı ileti ağını ortadan kaldırarak haberin iletimini kolaylaştırmıştır. Bu haberin iletimindeki kolaylık okuyuculara içeriği kontrol etme ve enformasyondan yararlanarak etkileşimde bulunma olanağı da sağlamıştır (Beyers, 2004: 11-20).

Dijitalleşme ile beraber yapay zekânın kullanım alanları çoğalmış, geleneksel medyada ciddi değişiklikler ve dönüşümlere neden olmuştur. Yapay zekâ ile artık veriler kısa bir zaman içerisinde haberleştirilip düşük maliyete çevrimiçi okuyucuya servis edilmesi mümkün hale gelmiştir. İnternet haberciliği okuyucunun haber isteğini karşılamak için yapay zekâ algoritmalarıyla tarafından geliştirilen otomatik haber içerikleri yeni bir evrenin oluşumuna zemin hazırlamıştır. Haberin ortaya çıkmasından her aşamasına otomasyon ile tasarlanmakta ve saniyeler içinde okuyucuya ulaştırılabilmektedir (Dalen, 2012: 648-649). İnsan müdahalesini belirli ölçüde ortadan kaldıran yazılımlar beraberinde de basma kalıp sözler ve istatistiksel enformasyon anlayışını haberciliğe getirmektedir. Haber içeriğine erişmek, paylaşmak ve yayınlamak için bilgisayarların ve yazılımların içeriği tasarlaması kaçınılmaz olmuştur (Clearwall, 2014). Yeni medya ortamı okuyucu ve habercilik ilişkisine farklı bir boyut kazandırmıştır. Habercilerin okuyucuyla eş zamanlı buluşma imkânı etkileşimli haberciliğin oluşmasına zemin hazırlamaktadır. Günümüz haberciliğinde önemli bir yere sahip olması beklenen yapay zekâ algoritmaları insanların hayatlarını ve olaylara bakış açılarını değiştirmektedir (Altun, 2019). İnternet haberciliğini kolaylaştıran bu algoritmalar insana özgü olan çözümlene yapabilme ve karar verebilme yetisini yapay zekâ yazılımlarına devretmektedir. Yapay zekâ, insan zekâsının taklit edilmesi ile birlikte ortaya çıkan makinelerin insan öğrenmelerini modellemesi olarak bilinmektedir. Kalıcı ve başarılı olmak isteyen medya kuruluşları artık yapay zekâ gazeteciliğine geçiş yapmak durumunda kalabilmektedir. Yapay zekâ algoritmaları haber kuruluşların verilerini hızlı işleyerek haberin işleyişinin otomasyona dönüşmesine yardımcı olacaktır.

Yapay zekânın en önemli işlevlerinden biri olan derin öğrenme tekniğine Hinton, yapay sinir ağlarını yeni bir anlayış getirerek derin öğrenme (Deep Convolution Neural Network) olarak tanımlanmıştır (Hinton vd., 2006) Bu açıdan derin öğrenme makine öğrenmenin bir alt kümesini oluşturmaktadır. Eğer öğrenme algoritması yanlış karar verirse, o zaman bir yazılımcının algoritmaya müdahale edip kodlarını düzenlemesi gerekmektedir. Derin öğrenme ile birlikte haberin doğru olup olmadığını algoritmalar kendi başlarına belirleyebilir. Bu sistemlerin habercilikte kullanılmasıyla beraber, haberin etik olarak değerlendirilmesi habercilik açısından tartışmalara yol açabilmektedir. Etik kavramı yapay zekânın geleceğine dair olarak gerçekleştirilecek eylemlerin temelini oluşturmaktadır. Yapay zekâ haberin başlığını ve içeriğini belirlemede etik olabilir mi? gibi sorularla bizi karşı karşıya bırakmaktadır. Haberde insan kusurlarının yerini alan yapay zekâ algoritmaları olası bir hata durumunda insanın

sorumluluğunu yapay zekâya yüklemesi etik olmayan bir eyleme neden olacaktır (Ersoy, 2018: 145-150).

Geleneksel medyada yer alan okuyucular, haberin internet ortamına taşınmasıyla birlikte aktif kişilere dönüşebilmektedir. Bu dönüşüm dolayısıyla eşik bekçiliği kavramına etki edebilmektedir. Haberin konusunun seçilmesine, toplanmasına, denetlenmesine kadar geçen üretim süreçleri eşik bekçileri tarafından sağlanır. Bundan dolayı eşik bekçiliği; mesaj veya mesaj içeriğinin yorumlanmasında çeşitli verilerin seçimi, gösterimi, sunumu, zamanlaması, saklanması ve denetimini ifade etmektedir (Donohue, 1972: 53). Bir haberin ayrıntılara boğularak manipüle edilmesi ya da isteğe bağlı olarak belirli haberlerin net yansıtılmaması eşik bekçiliği kavramının ne kadar önemli olduğunu gösterebilmektedir. Fakat okuyuculardan gelen yorumlarda geleneksel habercilikteki gibi yine eşik bekçileri tarafından denetlenebilmektedir. Eşik bekçileri kendi fikirlerini yapay zekâ sayesinde sansüre uğramadan internet platformlarına aktarabilmektedir. Böylece internet ortamında dolaşan fikir ve görüşler hiçbir değere bağlı kalmadan yayınlanmaktadır (Carter, 1998: 392). Kullanıcı yorumları platformlar vasıtasıyla dikkate alınarak etkileşimli bir haber anlayışı geliştirebilmektedir.

Bu bağlamda iki aşamalı akış kuramı çerçevesinde toplum içerisindeki farklı düzeydeki bireyler, diğer bireyler ile etkileşime girebilmekte ve onları etkileyebilmektedir. Kitle iletişim araçlarında gelenileticiyi diğer bireylerden farklı düzeyde olan kanaat önderi, diğer bireylerle paylaşabilmektedir (Güngör, 2016: 105). Kanaat önderi toplum içerisindeki bireyleri ya da grupları doğrudan etkileme gücünü de elinde bulundurmaktadır. Paul Lazarsfeld ve Elihu Katz iki aşamalı akışını (two step flow) olarak ifade ederek bireylerin hangi adaya oy vereceğini ve hangi ürünü alacağını kadar geçen iletişim sürecini modelleyerek yorumlamıştır (Bourse & Yücel, 2012: 86). Bu çalışmada yapay zekâ gazeteciliğinde ise algoritmalar ile oluşturulan haber içeriklerinin dili, tekniği ve okuyucuların haberi algılamasını etkileyen aktörlerin eksikliğinin yol açacağı sonuçlar iki aşamalı akış kuramı göz önünde bulundurularak karşılaştırmalı içerik analiz yöntemiyle incelenmiştir. Araştırma kapsamında literatürde benzer bir çalışmaya rastlanmaması çalışmayı önemli kılmaktadır.

## 1. İnternet Haberciliği ve Gelişimi

Teknolojinin gelişmesine bağlı olarak dijitalleşme geleneksel medya organlarında habercilikte değişim ve dönüşümleri de beraberinde getirmiştir. Bu değişim ve dönüşüm sürecinde geleneksel medyada haber algısında değişim yaşanırken internet haberciliğinin ortaya çıkmasına da neden olmuştur. Teknolojiyle beraber dijitalleşen habercilik daha hızlı, kolay ve ucuz maliyete sunulmaya başlanmıştır. Dijital teknoloji, akıllı ve kolaylıkları taşımalarının yanı sıra ses, görüntü ve yazıyı bir bütün içinde vermesi nedeniyle tercih edilmiş, hızlıca yayılma gösterebilmiştir (Fırlar & Deniz, 2010: 317). Bu hızlı yayılma yanı zamanda beraberinde haberin küresel olarak da herkesin ulaşmasına olanak sağlayabilmiştir.

İletişim teknolojisi ve internet ağının gelişimiyle gazetecilerin haber kaynaklarına ulaşması ve okuyucuya sunmasından iki taraf arasındaki etkileşime kadar değişime neden olmuştur. Geleneksel iletişim araçlarının (telgraf, daktilo, fotoğraf) yerini teknoloji ile baskı tekniklerinde bilgisayar kullanılmaya başlamıştır. Dijitalleşen dünya ile beraber geleneksel gazeteler, çevrim içi gazetelere yönelmiş ve internet haberciliği – çevrim içi gazetecilik türü dijitalleşmenin ilk evresinde ortaya çıkmıştır (Gezgin, 2002: 30). Geleneksel gazeteciliğin internet haberciliğiyle sayısallaşarak internet ortamına girmesi ile bilgisayarlar arasında ağ şebekesinin kurulmasına neden olmuştur. Bilgiyi üretme depolamak, paylaşmak ve ulaşmak daha kolay hale gelebilmiştir (Çetin, 2019: 6). Böylece internet insan yaşamının her noktasına kablolu ve kablosuz olarak girerek varlığını göstermiş, bu da internet üzerinden bir gazetecilik türü olan internet haberciliğinin ortaya çıkmasına olanak sağlayabilmiştir.

1990 yılından sonra ABD ve diğer ülkelerde internet, kullanıcılar tarafından iletişimde bulunmaları için Word Wide Web (www) adı ile sistemleştirilmiştir. WWW standartlar ile her türlü verinin depolanması ve saklanması mümkün olmuş ve küresel iletişim yolu açılabilmiştir. İnternet gazeteciliğinde farklı kaynaklardan özgün haber içerikleri internet üzerinde toplanıp okuyucuya internet üzerinde

ulaştırılabilir (Kürkçü, 2007: 194). Geleneksel medyada, internet öncesi tek yönlü ve etkileşim sınırlı iken interaktif ortamlar okuyucuyu haberi tüketen olmadan çıkmış, aynı zamanda da üreten konumuna getirebilmiştir. İnternet öncesi dönemde yazılı basında okuyucu, haber içeriğine ya da köşe yazısıyla ilgili geri dönüşü geleneksel posta yoluyla yapabilmekteydi. Bu süreç uzun bir zaman alırken okuyucuya geri dönüşün olup olmayacağı ise belirsizlik taşıyabilmektedir (Dedeoğlu, 2016: 34).

Geleneksel gazetelerden farklı olarak internet ortamında ses, tablo, grafik, video, çoklu fotoğraflar web sitesinde bağlantılı sayfalarla içerikler kullanıcılara sunulabilmektedir (Aktaş, 2017: 34-35). İnternet haberciliğinde haber metni aynı sıra bağlantılı içeriklerle ses, tablo, grafik, video, çoklu fotoğraflar sunulması hipermetin özelliğini taşımasına etki edebilmektedir (Aydoğan, 2013: 33). Hipermetin özelliğinden kaynaklı okuyucular haber içeriklerini mesafe olmadan tartışabilmektedir. İnternet haberciliğinde geleneksel medyadan farklı olarak geri bildirimlere etkileşim sağlaması, bilgi ve haberleri depolaması, saklaması ve multimedya özelliğiyle okuyucuya avantajlar sağlayabilmektedir (Deuze, 2001: 2). İnternet haberciliğinin en önemli özelliklerinden biri de arşiv oluşturabilmesidir. Okuyucular (kullanıcılar), arşiv özelliğinden yararlanarak istedikleri haberlere, bilgiye ulaşabilmekte, link bağlantıları sayesinde ilgili haberin tüm bağlantılarına ulaşabilmektedir. Geleneksel medyada okuyucular arşive ulaşmakta zorlanırken iken internet sitelerin arşivlerine girebilmekte ve istedikleri haberleri tek bir klavye hareketiyle hızlıca ulaşabilmektedir. Ayrıca okuyucular istediği enformasyon kaynağını kendi kişisel arşivinde muhafaza edilebilmektedir (Gezgin, 2002: 32).

Birçok medya özelliğinin çevrim içi ortamda yer almasından dolayı haber yazma formatı internet haberciliğinde dönüşmüştür. Geleneksel medyada kullanılan haber yazımları çevrimiçi ortamda gazeteciler için güç bir hale gelmiştir. Çünkü, çevrimiçi ortamın yani internetin getirmiş olduğu multimedya özelliğiyle gazeteciler sadece metin yazmak ile sınırlı kalmamaktadır. Geleneksel yöntem ile yazılan haber metni doğrusal iken çevrim içi habercilikte doğrusal olmayan bir niteliğe bürünebilmiştir. İnternet haberciliğinde haber metinleri küçük parçalara bölünüp kullanıcıya servis edilebilmekte ve farklı web sayfasının linklerindeki haberlere erişim olanağı sağlanabilmektedir (Deuze 1999: 373–390). Artık gazeteci bir metin ele alırken işitsel ve metinsel tüm öğeleri internetin etkileşim özelliğini baz alarak oluşturabilmektedir. İnternet ortamında yayınlanan gazetelerin ve web sitelerinin ücretsiz olması kullanıcıları bu platformlara çekebilme ve okuyucular, çevrim içi olarak okuma fırsatı elde edebilmektedir. Elektronik araçların boyutlarından küçülme yaşanmış, bilginin hareket alanı genişleyebilmiştir. İletişimde kablolarla olan alışkanlıkların yerini bireysel iletişim araçlarının kullanımı almıştır (Karabulut, 2009: 87-88) Dolayısıyla dijitalleşme ile internetin sürekli gelişmesi ve kullanımının artmasına bağlı olarak işletmelerin biçimlerinin değişmesinde etkili olabilmektedir (Cheong ve Park: 2005: 418) İnternet, web sayfalarına gazetelerini taşıyan geleneksel medya, okuyucu kaybetmemek için internete yönelmiştir (Tokgöz, 2010: 101).

Televizyon, radyo ve basılı gazetecilikten sonra internet haberciliği haberin toplanması ve dağıtılması bağlamında yeni gazetecilik türü olarak çıkmıştır (Bardoel&Deuze, 2001: 92) İlk olarak ABD’de ortaya çıkan internet gazeteciliği, The Washington Times, New York Times gibi gazetelerin 1995 yılında gazetelerin içeriklerinin internete aktarmasıyla devam edebilmiştir. Ardından Avrupa’da ise gazetelerin çevrim içi ortama taşınmasında International Herald Tribune ve Daily Mirror gazeteleri öncülük etmiştir. Ülkemizde ise verilerin dijital otama taşınmasını ilk yapan 19 Temmuz 1995 yılında Aktüel Dergisi’dir (Millî Eğitim Bakanlığı (MEB), 2011: 3). Sırasıyla 1995 yılının Ekim ayında Lemana Dergisi, 2 Aralık 1995 ise Zaman Gazetesi internet ortamına geçmişlerdir. Bunları takiben Milliyet Gazetesi, Hürriyet Gazetesi ve Sabah Gazetesi internete aktif olarak yer almaya başlamışlardır (Fırlar&Deniz, 2010: 315). 28 Mart 1998 yılında Radikal Gazetesi, 7 Mayıs 1998 yılında Cumhuriyet Gazetesi internet ortamına geçiş yapmışlardır. 2000 yılında Cumhuriyet Gazetesi internet üzerinden abonelik sistemiyle okuyucularına gazetenin sayılara ulaşabilme imkânı sağlamıştır (Millî Eğitim Bakanlığı (MEB), 2011: 4). Geleneksel medyada haberlerin dijital olarak internet aktarılmasından sonra ilk kez internet ortamında bağımsız yayın yapan Superonline internet sitesidir. Net haber ise Anadolu

Ajansı ve Reuters gibi ajansların haberlerini internet aracılığıyla okuyucuya ulaştırılmıştır. Gazeteci Ahmet Tezcan tarafından kurulan “dorduncukuvvetmedya” adlı internet sitesi ise bağımsız ve haber içeriğini kendisi üreten ilk site internet sitesi olma özelliğini taşımaktadır (Ayhan&Aydın, 2015: 77).

Geleneksel medyada yayın politikası doğrultusunda haberlerin manşette vermesi önemliden önemsize doğru sıralanabilmektedir. İnternet haberciliğinde ise okuyucular internet haber sitelerinde kendi istedikleri medya içeriğini kişiselleştirebilmektedir (Carlson 2005: 68–71). İnternet aracılığıyla dünyanın bir ucundaki meydana gelmiş haber, zaman ve mekân olmadan okuyucuların erişebilmesi dünyanın küçüldüğünü göstermektedir (Williams 2003: 213). Geleneksel medyada maliyet açısından gazete çıkarmak yerine internet ortamında internet haberciliğiyle hızlı ve ucuz maliyetle haber okuyucuya ulaştırılmaya başlanmıştır. İnternet haberciliğiyle habere ulaşmak kolaylaşırken kaç kişi tarafından okunduğu ve son dakika gelişmeleri okuyucuya servis edilebilmektedir. İnternet haber sitelerinin Web 2.0 teknolojisiyle okuyucuyla etkileşimini daha da artırmıştır (Irak&Yazıcıoğlu, 2021: 37). Web 2.0'nin getirdiği geri bildirim özelliğinden dolayı kullanıcılar haberin üretim sürecinde yer alabilmektedir. Böylece dijitalleşmenin dönüşümü karşılıklı etkileşim, kullanıcının hem üretici olma hem de tüketici olma ve zaman kavramının yok olması şeklinde süreç yaşanabilmiştir (Aydın, 2013: 108). Bu bağlamda ortaya çıktığı günden bu yana gelişim gösteren internet, Web 3.0 ile internet haberciliğinin yapay zekâ aracılığıyla veriler yapay zekâ algoritmalarıyla işlenebilir hale gelebilmektedir. Açık, bağlantılı ve zeki web siteleri ve web uygulamaları yaratmayı hedefleyen Web 3.0 yapay zekânın öğrenme teknikleri üzerinden verileri akıllı arama algoritmaları ve veri analitiklerin geliştirilmesiyle kullanıcıya kişiselleştirilmiş bilgiyi hızlıca sunmayı amaçlamaktadır. Web 3.0'de yapay zekâ algoritmaları, verileri kullanıcıya anlamlı gelecek şekilde anlayabilecek ve kullanabileceklerdir (URL- 1). Bu anlamda “*Web 3.0 (diğer adıyla semantik web) yapay zekâ denetiminin ortaya çıktığı, kaynağı elinde tutanın insanıdan bilgisayara geçtiği bir süreç olarak görülebilmektedir.*” (Bayrak ve Vatansever 2021: 147).

## 2. Yapay Zekâ Gazeteciliği ve Algoritmalar

Yapay zekânın kullanılması gazetecilik mesleğinde de değişim ve dönüşümüne neden olurken yapay zekâ algoritmaları gazetecilik mesleğinde haberin üretiminde aktif olarak kullanılmaya başlanmıştır. Böylece yapay zekâ gazeteciliğiyle otomatik – algoritmik haber türleri ortaya çıkmıştır (Cleerwall, 2014: 520). Haberin toplanması, dağıtılması ve yayınlanmasında yapay zekâ gazeteciliğinde gazetecilerin daha çok yararlanması öngörülmektedir. İlk olarak 1950’lerde gündeme gelen yapay zekâ çalışmaları, ‘Düşünebilen Makineler’ ya da ‘Makine Zekâsı’ ile ifade edilmiştir. 1990’lı yıllardan sonra popüler hale gelen yapay zekâ, yaşamın birçok alanında etkisini göstermeye başlamıştır. Yapay zekâ alanındaki çalışmalarla robotların insan zekâsını taklit etmesi, bilişime önemli bir boyut getirmiştir (Vardar, 2015). Bilgisayar kontrolündeki bir robotun canlılara yakın şekilde etkinliklerini yerine getirme yeteneğine yapay zekâ denilmektedir (Akyazı, 2019: 21). Bir başka ifade ile yapay zekâ, bilgisayar bilimiyle insan zekâsıyla yapılması gereken şeyleri yapmak için programlanmış bir bilim dalı verilen tanımlamadır. Yapay zekâ bu işlemleri yaparken akıl yürütme, problem çözme ve dili anlama yanında ortamı algılamayı bünyesine katabilmektedir. Algoritma ile son derece geniş bir alanı ifade eden yapay zekâ bilgisayar ağlarıyla insan beyni gibi modellenmiştir (Çetin, 2019: 14). Yapay zekâyı haber yazılımlarının arkasında çalışan algoritmalar tarafından oluşturulan kodlar olarak da tanımlanabilir. Aynı nesnelere yazılım içerisinde algoritmalarla rakam haline getirilir (Yengin, 2014: 137). Algoritmalar ile bu veriler sayısal ifadeler bilgiye çevrilir. Çözülmesi olası olmayan ve matematiksel yöntemin kurulamadığı sorunlar yapay zekâ algoritmalarıyla çözülebilmektedir. En önemli şey ise bilgiyi birleştirip çözümleyerek nedensellik ilişkisi içerisinde sonuca ulaşabilmektedir (Şenkaya ve Adar, 2014).

Yapay zekâ öğrenme süreci verileri sinir uçlarına yollayarak gerçekleştirir. Aynı insan beyni gibi taklit edilmeyi kapsayan yapay zekâ, verileri matematik modellerle işleyip sonuca ulaşır. Yapay zekânın başlıca unsurlarını doğal dil işleme, makine öğrenmesi ve makine görüşü şeklinde özetlenebilir. Derin

öğrenme sayesinde yapay zekâ bünyesinde milyarlarca veri setini bünyesinde saklar ve aldığı verilerle kendini geliştirir ve ilerleme kaydedebilmektedir (Köse 2019: 80). Yapay zekâ gazeteciliği diğer bir tanımlama ile (algoritmik-otomatik gazetecilik) yapay zekânın algoritmayı geliştiren programcılarının dahili dışında insanlardan herhangi bir girdi olmadan insanlardan bağımsız verileri toplayarak analiz eder ve ardından otomatik haber içerikleri oluşturabilir. Otomatik haber içeriklerinin veri kümesinden oluşmasına olanak sağlayan doğal dil üretme teknolojisi kullanılmaktadır İnternet haberciliğinde birçok sitede uygulanmaya başlanan bağlı doğal dil işleme, bilgisayar ile insan arasında etkileşimi kuran yapay zekânın bir dalını oluşturmaktadır (Garbade, 2018). Yapay zekâ algoritmaları verilerden yola çıkarak bilgiyi otomatik olarak haber metnine kısa bir sürede dönüştürebilmektedir. Algoritmaların dakikalar içinde oluşturduğu haberler, insan gazetecilerin rutin haberlerden kurtulmasına fırsat vererek editöryel ekibin daha fazla zaman alan haberlere yönelmesine olanak sağlamaktadır. Bu durum gazetecileri daha iyi haber içeriği oluşturma durumu ile karşı karşıya bırakabilir. Hatta gazeteciler rutin haberlerden kalan boş zamanlarında yaratıcı, derinliği olan içerikler hazırlamak zorunda kalabilir (Dalen, 2012: 653).

Yapay zekâ gazeteciliğinde haber üretim aşaması algoritmaları programlayan mühendislerin yanı sıra gazetecilerin ve bilgisayar dilbilimcilerin arasındaki tanımlanmış bir takım iş birliği kurallarını içerebilmektedir. Bir örnek ile tanımlar isek; beyzol sahasındaki en çok koşan ve sayı kaydeden takımın oyuncusunu algoritmalar tarafından bilinmesi gerekebileceği gibi algoritmayı yazan mühendisin önemlilik ve ilginçlik ölçütüne göre verileri ayarlanabilmektedir. Bunun yanında anlamlı metinler üretilebilmesi için ise dilbilimcilerin anlamlı ve bütünsel örnek metinleri şekillendirmeleri gerekmektedir. Örnek metin içeriği yoksa insan gazeteciler örnek metni önceden sistemli ve kurgusal olarak bir taslağını oluşturmaları ve yayın politikası doğrultusuna getirmelidir (Graefe 2016: 18-19). Dolayısıyla yapay zekâ mühendisleri ve gazeteciler, örnek metinler ile otomatik içeriklerin oluşması konusunda iş birliği içerisine girebilmektedir. Özellikle bu iş birliğinin en kullanışlı olduğu alan ise rutin haberlerdir. Yapay Gazeteciliği daha çok verilere dayalı olarak doğal afet, meteoroloji, deprem, spor gibi haber kategorilerindeki verileri küçük verilere ayırarak kolay, hızlı ve en az hata ile haberi oluşturabilmektedir (Akyazı, 2018: 22). Hatta algoritmaların oluşturduğu veriler, haberin bilmeyen farklı unsurlarını ortaya çıkararak diğer medya kuruluşlarına fark atılmasına neden olabilmektedir (Çetin, 2019: 13). Algoritmalar ile verilerin hızlı bir şekilde toplanması, kontrol edilmesi ve doğrulanması gazetecilerin erişime kolay bir şekilde yardımcı olmaktadır (Dağ, 2015: 1). Yapay zekâ ile gelecekte haber içeriklerin oluşturulmasında okuyucuların kişisel verileri doğrultusunda kişiselleştirilmiş içerikler oluşturulabilir. Bireyin ilgi alanına, görüşüne ve eğitimine göre algoritmalar ile depolanan veriler içerik yazılmasını mümkün kılabilir (Güz & Yeğen, 2018: 6).

Araştırma ve danışmanlık şirketi Gartner'ın raporun doğrultusunda 2022 yılında yapay zekâdan 3,9 trilyon dolarlık iş değeri beklenmektedir (Gartner, 2018). Yapay zekâyâ olan ilgini artmasına paralel olarak Reuters Enstitüsü, "Gazetecilik, Medya ve Teknoloji Trend ve Öngörülleri 2018" raporuna göre katılımcıların yüzde 72'sinin yapay zekâyı denemeye başladığı ve haberde içerik ve verimlilik hedeflerini göstermektedir (Reuters Institute 2018). Yapay zekâyı finans haberleri derleme kullanmaya 2006 yılında ilk başlayan Reuters Haber ajansı'dır. 2010 yılında Statsheet adlı şirket, 345 web sitesinden basketbol karşılaşmalarından verileri ağ üzerinden derleyerek insan müdahalesi olmadan algoritmalar aracılığıyla toplam 15 bin haber üretmiştir (Narin, 2016). Yapay zekânın olumlu sonuçlar vermesiyle birçok haber ajansı yapay zekâyı haberi içerik üretiminde kullanmaya başlamıştır. 2013 yılında Associated Press (AP) yapay zekâyı kullanarak spor ve kazanç raporları üzerine algoritma ile haber içerikleri oluşturmak yapay zekâyı kullanmıştır (Çetin, 2019: 15). AP, yapay zekâ gazeteciliği ile yapılan algoritmik haberlerde "otomatik gazetecilik ile yaptığını" belirten dip notu ile çevrim içi okuyuculara sunulmuştur. 2016 yılında Washington Post, yapay zekâ teknolojisini kullanarak kendi geliştirdiği Heliograf adlı robot muhabiri yıl içerisinde 850'den fazla haber oluşturmuştur. 2016 yılında Amerika seçimlerinde de kullanılan Heliograf, yapay zekâ ile 500'den haber ve analiz içeren haberler üretebilmiştir.

Öte yandan algoritmalar aracılığıyla Çin’de yerel bir şenliğe ilişkin 300 karakterden oluşan bir haberin 1 saniye gibi çok kısa zaman içerisinde okuyucuya sunulmuştur (İrvan, 2017). Çin’deki Tencent Holding’i yapay zekâ ile konuşmaları otomatik olarak yazıya dökmüştür. Yapay zekâ ile geliştirilen Dreamwriter adlı otomatik haber yazma programı Quartz sitesi editörü Zad Sidar’ın konuşması sırasında program aktif çalıştırılmış ve haber haline getirilmiştir. Dreamwriter, çeşitli kategorilerde günlük 2 bin 500 haber içeriği üretmekte ve yayınlanabilmektedir. Çin’in Xinhua adlı haber ajansı yapay zekâ gazeteciliğine yatırım yaptığını açıklayarak “Media Brainé adlı insan – yapay zekâ iş birliğine dayanan platformunu tanıtmıştır (Journo 2018). Microsoft tarafından geliştirilen Word yazılımında yeni editör özelliği de yapay zekâ kullanımıyla gazetecilere metinleri düzeltme, gereksiz kelimeleri kaldırma ve hataları düzeltme gibi kolaylık imkânı verebilmektedir. Gazetecilerin oluşturduğu metin içeriklerinin özeti oluşturması bir başka özellik olarak gazetecilere fayda sağlayabilmektedir (Abay, 2016). Yapay zekâ ile oluşturulan otomatik haber içeriklerine Google, Yahoo gibi arama motorları da başlamıştır. Google tarafından geliştirilen ve finans edilen Reporters and Data and robots (RADAR) projesiyle ayda 30 bin haberin algoritmalar ile otomatik üretmesi hedeflenmektedir (Hürriyet, 2017). Türkiye’de yapay zekâyı kullanan Anadolu Ajansı ise otomatik haber içeriklerini seçimlerde kullanmış ve veriler doğrultusunda algoritmalar hangi partiden ne kadar milletvekili çıkabileceği yönünde 10 bin farklı haber insan gazetecilerin müdahalesi olmadan içeriği üretmiştir (Akyazı, 2018: 25).

Yapay zekâ gazeteciliğinin kullanılarak oluşturulan otomatik haber içeriklerinden yararlanan bir başka haber sitesi de Knowhere adlı internet sitesi, algoritmaların verileri baz alarak oluşturduğu üç kategoride haber sunabilmektedir. Sağ, sol ve tarafız olarak oluşturulan otomatik haberler bir ile bir buçuk dakika gibi kısa bir zaman diliminde oluşturulabilmektedir (Demirkılınc, 2018). Yapay zekâ ile oluşturulan bu haberler için Knowhere editörü Nathaniel Barling, haberlerin tarafsız habercilik için önemli bir adım olduğunu iddia etmektedir (xTR Haber Merkezi, 2018). 2014 yılında Christer Clerwall’ın tarafından yapılan deneysel araştırmada, okuyucular insan gazetecilerin haberinin tutarlı, iyi yazılmış, anlaşılabilir ve zevkli bulurken yapay zekâ algoritmalarıyla yazılan haber içeriklerini bilgilendirici, sıkıcı, nesnel ve tutarlı olarak bulmuşlardır (Cleerwall, 2014: 522). Haber içerikleri doğru ve güvenilir ve tarafsız olarak otomatik olarak algoritmalar tarafından veriye dayalı ürettiklerinden taraf olması söz konusu olmamıştır (İrvan, 2017).

Habercilikte “haber atlatma” olarak bilinen gazetecinin gözden kaçırdığı ve haber değeri taşıyan bir olayı bir başka gazeteciden önce haber haline getirmesi ve okuyucuya bildirilmesidir. Yapay zekâ gazeteciliğiyle 2014 yılında California’da meydana gelen 4,7 büyüklüğündeki depremin meydana gelmesinin ardından 3 dakikadan az bir zaman dilimini içerisinde otomatik olarak haberleştirilip Los Angeles Times gazetesi tarafından okuyucuya sunulmuştur (Kalsın, 2016: 87).\_Bunun aynı sıra algoritmalar aynı zamanda haber içeriğini düzeltme ve seçme işlemini de gerçekleştirebilmektedir (Jung vd. 2017: 291).\_Arama motoru Google, okuyucularına ilişkili haber göstermesinde algoritmaları kullanmaktadır. Yapay zekâ ile oluşturulan haber üretimi avantaj sağlarken veriler nedeniyle de hata yapması mümkün gözükülebilmektedir. 2011 yılından itibaren Quakebot adlı robot meydana gelen depremleri ABD Jeolojik Araştırma Uyarı sistemlerindeki verilerden alarak kısa bir zaman içerisinde Los Angeles Times Gazetesinin Tweet hesabında paylaşmıştır. Daha sonra 2017 yılında Santa Barbara’da 6,8 şiddetinde bir depremin meydana geldiğine ilişkin yanlış bir tweeti okuyucularla paylaşmıştır. Robot tarafından yapıldığı zannedilen bu hatanın merkezde çalışan bir görevlinin verileri güncellemesi sırasında yanlış uyarı göndermesinden kaynaklı olduğunu ortaya çıkmıştır (İrvan, 2017). Verilerin doğru bir şekilde algoritmalara ulaşması durumunda hatasız haber ortaya çıkarken insan kaynaklı hataları algoritmaların kontrol dışında gerçekleştirmesi haberin güvenilirliğini tartışmaya açmaktadır. Bir başka deyişle, yapay zekâ gazeteciliği, düzenli, kontrolü sağlanmış, yapılandırılmış güvenli verilerin oluşması durumunda yapay zekâ algoritmaları işleyebilir (Graefe, 2016).



### 3. Yapay Zekâ Gazeteciliğinde Eşik Bekçiliği

Geleneksel medya sürecinde eşik bekçileri haberin toplanmasından seçimine, yazımından yayınlanmasına kadar süreçte etkin rol alabilmekteydi. İnternet haberciliğiyle pasif konumda yer alan haber tüketicileri ise aktif bir konuma geçerek çevrim içi haberler ile ilgili yorum, eleştiriler yapabilmeye başlamıştır. Bunun süreçlerin ardından gelişen teknolojiyle yapay zekâ gazeteciliğiyle bireylerin paylaştığı veriler, algoritmalarla işlenerek internet haber siteleri için haber kaynağı olabilmektedir. Yapay zekânın gazetecilerle yakınlaşmasıyla editörlerin doğru anahtar kelimeleri seçmesi ve haber şablonlarını oluşturması algoritmaların veriler doğrultusunda haberler oluşturmasına imkân sağlayabilmektedir. Naraative Science'den Kristian Hammod, 2030 yılında üretilen haberlerin yüzde 90'ının yapay zekâ gazeteciliğiyle olacağı yönünde görüşlerini ifade etmiştir (Narin, 2017: 85) Bu doğrultuda servise sunulacak olan haberlerde eşik bekçileri, yapay zekâ gazeteciliğiyle etkileşim ve iş birliği içinde olması gerektiğini göstermektedir. Ayrıca oluşturulacak olan haberlerin editörlerin doğru ve kullanışlı haber içerikleri ve şablonları oluşturmasıyla daha fazla haber içeriğinin servis edilmesi beklenebilir.

Bu haber içeriklerinin oluşturulması ve servis edilmesi süreçlerinde yapay zekâ gazeteciliğinde algoritmalarda yaşanacak bir eksiklik ya da aksaklık durumunda ise hatalı haberlerin üretimi de söz konusu olabilmektedir. Bunların giderilmesi ise bilgisayar yazılımcıları ve eşik bekçilerinin koordineli çalışması gerektirebilmektedir. Bir başka açıyla gazeteciler gibi soru sormayan ve olaylar arasında nedensellik kuramayan algoritmalar, kamuoyu ve gündem oluşturmada yetenekleri belirli ölçütler içinde kalabilmektedir. Ancak yapay zekâlarda dil öğrenimi gelişim gösterdikçe haberin içeriği daha iyi oluşturması yönünde görüşler de bulunabilmektedir. Yapay zekâ gazeteciliğiyle yapılan haberlerde kültürel ve duygusal faktörlerin eksik kalacağından araştırmacı gazetecilik yapamayacağı görüşü de hakimdir (Güz & Yeğen, 2018: 8). Verilen haberlerle insanlar yaşamadıkları deneyimleri oluşturulan içerikler yazılan haber kurgusuyla inşa edilebilmektedir. Eşik bekçileri bazı zamanlarda yaşanmamış kurguya dayalı içerikler de kullanıcılarını kaybetmemek için oluşturabilmektedir (Enli, 2007: 47-52). Bilginin seçimi, tekrarı ve saklanması gibi faktörler aynı sıra ne zaman verileceği eşik bekçilerin kontrolüyle alıcıya ulaştırılabilmektedir (Donohue vd. 1972: 53).

Aile, eğitim, din ve kanaat önderi gibi unsurlar gibi medyada kamuoyunun oluşmasına etki edebilmektedir. İnsanların kişisel özelliklerinin yanı sıra içinde bulunduğu çevresel koşullar, toplumun yapısı, toplumun içindeki etkin olması, bireylerin bir konu hakkında düşüncelerinin şekillenmesinde etkinli olabilmektedir (Atabek, 2002: 225). Medya ise gündem belirleme yaklaşımıyla toplumun ne düşüneceğini şekillendirmektedir. Bu doğrultuda eşik bekçileri bir haberin oluşturan bazı gerçekleri ön plana çıkarılması veya saklanması, haberin kurgusunda oynayabilmektedir. Bazı haber içeriklerinde ayrıntılarla haberde verilmek istenen asıl gerçek manipüle edilebilir, bazı olaylar haber konusunu ile yapılmaması eşik bekçiliği içerisinde tartışılabilir. Haber her aşamasında her alan eşik bekçileri gündemi belirlemekte ve kamuoyunun algısı oluşturmaktadır (Carter, 1998: 392). Yapay zekâ ile oluşturulan haber içeriklerinde eşik bekçileri, gündem oluşturmaktan ziyade algoritmalar ile oluşturulmuş içerikleri son dakika gelişmesi şeklinde okuyucuya sunabilmektedir.

Eşik bekçiliği kavramı gelişen teknoloji ve internet gelişimine bağlı değişim yaşanmış, geleneksel habercilikteki saha haberciliğinin yerini masa başı habercilik uygulamaları almıştır. Çevrim içi ortamdaki veriler, haberciler için birincil haber kaynağı olarak değer görmüş ve "kopyala yapıştır" gazeteciler ortaya çıkmıştır. İnternet sağlayıcısı ve çevrim içi bir sitede eşik bekçileri istediklerini haberi istediği gibi yayına sokabilir, istediği haberi ise yayın dışı bırakabilmektedir. İnternet ortamında kontrolün etkili olmamasından kaynaklı olumlu ve olumsuz yön içerebilmektedir. Kullanıcılar kendi fikirlerini sansüre uğramadan yayına girmesini isteyebilmektedir. İnternetin sunduğu bu yeni medya ortamıyla sansüre girmeyen birçok fikir ve görüş değer ve kalite süzgecinden geçmeden yayınlanmaktadır (Carter, 1998: 392). Bu durum internet ortamını kullanan haber tüketicileri düşük maliyet ile üretici haline getirebilmektedir (Keshvani ve Tickle, 2001: 5). Haber üreticisi konumuna

gelen sıradan bireyler, eşik bekkılığı için kendilerine bir kapı (eşik) araladığı şekilde yorumlanabilir. Ancak editöryel sistem içerisindeki eşik bekkilerinin onayı olmadan hiçbir haber yayına verilememektedir. Hatta algoritmalar ile oluşturulan haber içerikleri medya kuruluşlarından servis edilmesinde “yapay zekâ ile yapıldığına ya da editöryel süreçten geçmediğine” ilişkin uyarılar okuyucuya bildirilebilmektedir. Yapay zekâ ile oluşturulmuş haberler dahil, okuyucuya sunulmadan editöryel aşama sürecinde kontrol edilmeden eşik bekkileri yayına servis etmeyebilir.

### 3. Araştırma Yöntemi, Evren, Örneklem ve Sınırlılıklar

Bu çalışmada yapay zekâ gazeteciliğini kullandığını açıklayan medya kuruluşları ve internet sitelerinin yaptığı deprem, finans, adli-cinayet gibi haber metinleri içerik analiz yöntemi kullanılarak incelenmiştir. Weber'e göre içerik analizi metinlerden çıkan sonuçların işlendiği bir araştırma yöntemidir (1989: 5) Bu bağlamda çalışmada benimsenen içerik analiz yönteminde örneklem olarak seçilen internet haber siteleri (Los Angeles Times, Associated Press) kendi içinde yapay zekâ ve editör haber üretimi açısından ayrıca incelenmiş ve karşılaştırılmıştır. Türkiye'de medya kuruluşları ve internet haber sitelerinin gizlilik politikası gereği herhangi yapay zekâ haberciliğine rastlanmaması üzerine yurtdışındaki medya kuruluşlarının algoritmalar ile oluşturulduğu yapay zekâ haber türleri ele alınmıştır. Çalışma kapsamında 01-30 Aralık 2021 tarihleri arasındaki Amerika Merkezli üretilen haberleri kapsamaktadır. Türkiye'de yapay zekâ gazeteciliği bağlamında algoritmik haber içeriğine rastlanmaması bu çalışmanın sınırlılığıdır. Yurtdışında seçilen Los Angeles Times, AP dışında yapay zekâya bağlı olarak üretilen haber metinlerinde uyarıcı bir ifadeye rastlanmaması araştırmanın diğer sınırlılığını oluşturmaktadır.

## 4. Bulgular

### 4.1 Yapay Zekâ ve Editör Tarafından Oluşturulmuş Deprem Haberleri

#### 1. Haber: Yapay Zekâ Tarafından Oluşturulmuş Deprem Haberi

##### **Fortuna yakınlarındaki Pasifik kıyılarında 4.0 büyüklüğünde deprem meydana geldi**

US Geological Survey'e göre, Pasifik kıyılarında Pazar sabahı 06:16'da Fortuna, Kaliforniya'ya 96 mil ve Eureka'ya 99 mil uzaklıkta 4.0 büyüklüğünde bir deprem bildirildi. Bir büyüklüğü 6.2 deprem kaydedildi kadar güneye Bay Area gibi hissetti çalkalamaya ile Pazartesi günü Eureka 37 mil. Son 10 gün içinde, yakın çevrede 3.0 veya daha büyük büyüklükte 29 deprem meydana geldi. Son üç yıllık bir veri örneğine göre, California ve Nevada'da yılda 4.0 ile 5.0 arasında değişen ortalama 25 deprem meydana geliyor. Bu hikaye, USGS tarafından tespit edilen en son depremleri izleyen bir bilgisayar uygulaması olan *Quakebot tarafından otomatik olarak oluşturuldu. Bir Times editörü, gönderiyi yayınlanmadan önce inceledi.* Sistem hakkında daha fazla bilgi edinmek istiyorsanız, sık sorulan sorular listemizi ziyaret edin.

**Kaynak:** (URL-2).

#### 2. Haber: Yapay Zekâ Tarafından Oluşturulmuş Deprem Haberi

##### **Carpinteria yakınlarında 3.4 büyüklüğünde deprem meydana geldi**

Çarşamba gecesi Carpinteria kıyılarında 3.4 büyüklüğünde bir deprem bildirildi. US Geological Survey'e göre, Çarşamba günü Pasifik saatiyle 22:38'de Santa Barbara County'deki Carpinteria'dan bir mil açıktaki 3.4 büyüklüğünde bir deprem bildirildi. Deprem Ventura'ya 8 mil, Oxnard'a 10 mil, Santa Barbara'ya 18 mil ve Port Hueneme'ye 27 mil uzaklıkta meydana geldi. Deprem, yerin 6,0 kilometre derinlikte meydana geldi. Son 10 gün içinde, yakın çevrede 3,0 büyüklüğünde veya daha büyük bir deprem olmadı. Son üç yıllık bir veri örneğine göre, California ve Nevada'da her yıl 3.0 ile 4.0 arasında büyüklüklere sahip ortalama 234 deprem meydana geliyor. Bu hikaye, USGS tarafından tespit edilen en son depremleri izleyen bir bilgisayar uygulaması olan *Quakebot tarafından otomatik olarak oluşturuldu. Bir Times editörü, gönderiyi yayınlanmadan önce inceledi.* Sistem hakkında daha fazla bilgi edinmek istiyorsanız, sık sorulan sorular listemizi ziyaret edin.

**Kaynak:** (URL-3).



### 3. Haber: Editör Tarafından Oluşturulmuş Deprem Haberi

#### 6.2 deprem Kuzey Kaliforniya sahilini vurdu, camları kırdı ve sınırları sarstı

Pazartesi günü Kuzey Kaliforniya kıyılarında meydana gelen 6,2 büyüklüğündeki bir deprem, bazı sakinlerin camların kırılmasına ve ev eşyalarının yere düşmesine neden oldu. US Geological Survey'e göre, öğle saatlerinden kısa bir süre sonra meydana gelen deprem, Kaliforniya, Eureka'dan 37 mil uzaktaydı. USGS, kısa bir süre sonra yükseltilmeden önce başlangıçta 5.8 büyüklüğünde olduğunu bildirdi. USGS web sitesinde, sallanma Körfez Bölgesi kadar güneyde hissedildi. Sosyal medyadaki görüntüler Ferndale şehir merkezindeki bir binanın camlarının kırıldığını göstermesine rağmen, büyük bir hasar veya yaralanma bildirilmedi. Belediye Başkanı Debra Barnes, Rio Dell'deki bazı işyerlerinin pencerelerinin de deprem sırasında hasar gördüğünü söyledi. Barnes, sakinlerin Eureka'nın yaklaşık 25 mil güneyindeki şehir genelinde yoğun bir sarsıntı hissettiklerini söyledi. Deprem olduğunda, eşi, bir arkadaşı ve aile köpeğiyle birlikte evdeydi. Dördü de sığınmak için küçük, yuvarlak bir yemek masasının altına çömeldi. Barnes, yere çarpmadan ve parçalanmadan önce evden nesnelerin dolaplardan ve duvarlardan fırladığını hissettiğini ve duyduğunu söyledi.

**Kaynak:** (URL-4).

Los Angeles Times'da yer alan deprem haberlerinden 26 Aralık 2021 tarihinde **1. Haber** ve 8 Aralık 2021 tarihinde ise **2. Haber** Quakebot adlı robot tarafından algoritmalar ile yapılmıştır. Quakebot tarafından oluşturulan haber içerikleri incelendiğinde 'Birleşik Devletler Coğrafi Gözlem Kuruluşu'nun deprem verilerini algoritmalar içerik oluşturmada kullanmaktadır. Algoritma ile oluşturulan haber içeriğinde haberin yeri, zamanı ve şiddetini içeren bilgiler 5N 1K yazım kuralına göre verilmiştir. 'Birleşik Devletler Coğrafi Gözlem Kuruluşu'na dayandırılan haber metni, kısa olması ve teknik detayları verilerle sunması dikkat çekmektedir. Deprem meydana geldiği bölgenin haritasını da haberlere ekleyen algoritmalar, depremin meydana geldiği saati de bildirmektedir. Son 3 yılda gerçekleşen tüm deprem verilerini haber içerisinde işleyen Quakebot adlı robot, veriler doğrultusunda geçmiş yıllarda meydana gelen depremleri analiz ederek haber metnine eklemektedir. Haber veriliş saatleri incelendiğinde günün her anında haber metni üretebilmektedir. Algoritmalar ile oluşturulan **1. Haber** ve **2. Haber** metinlerinde öznel ve eleştirel ifadeler yer almamaktadır. Diğer yandan Quakebot adlı yapay zekâyla yapılmış *haber metnlerinin bir Times editörü tarafından incelenip yayınladığı notu paylaşılmaktadır*. **1. Haber** ve **2. Haber** algoritmalar tarafından optimize edilmiş, verileri kaynak olarak kullanarak rutin haberler yapmaktadır. İnternet haberciliğinde yapılandırılmış güvenli veriler, yapay zekâ gazeteciliğinin düzenli ve kontrol olması açısından büyük önem taşıyabilmektedir.

20 Aralık 2021 tarihinde **3. Haber** Times editörü Jonah Valdez imzalı haberde depreme ilişkin ayrıntılı bilgiler verilmektedir. Quakebot adlı algoritma ile haber yapan robotun aksine Times editörü vatandaşları uarmakta ve depremin hakkında 5N 1K yazım kuralına göre bilgilendirmektedir. **3. Haber** metninde **1. Haber** ve **2. Haber**de yer alan rutin haber dili yerine daha öznel bir dil tercih edilmiştir. Editörün yaptığı haberde deprem ile yaşanan korkunç tablo gözler önüne serilmek istenmiştir. 6,2 büyüklüğünde Pazartesi günü Kuzey Kaliforniya kıyılarında meydana geldiği belirtilen haberde US Geological Survey deprem verilerinden yararlanılmıştır. Editör, depreme ilişkin sosyal medya görüntülerinden faydalanarak haberin içeriğini daha genişletmiştir. Ayrıca, depremin meydana geldiği bölgeden yetkililerden görüşleri haber içeriğinde yer vermiştir. Yapay zekâ gazeteciliğinde verilerle oluşturulan haber metni içeriğinin aksine vatandaşların yaşadığı korku haber içeriğinin ana unsurunu oluşturmaktadır. Birçok vatandaşın deprem yaşadığı şok anı haber metninin içeriğinde yer verilerek habere insani duygular eklenmiştir. Aynı zamanda Times editörü, Quakebot adlı robotun aksine okuyucuyu uarmakta ve eleştirel bir dil kullanmaktadır.

## 4.2 Yapay Zekâ ve Editör Tarafından Oluşturulmuş Finans Haberleri

### 4. Haber: Yapay Zekâ Tarafından Oluşturulmuş Finans Haberi

#### Constellation Brands, Hızlandırılmış Hisse Geri Alımını Duyurdu

Önde gelen bir alkollü içecek şirketi olan Constellation Brands, Inc. (NYSE: STZ ve STZ.B), bugün hızlandırılmış bir hisse geri alımına ("ASR") girdiğini duyurdu. ) Goldman Sachs & Co. LLC ile A Sınıfı adi hisse senedinin 500.0 milyon \$'ını ("Adi Hisse Senedi") geri almak için anlaşma. ASR anlaşmasına göre, Constellation 2 Temmuz 2021'de yaklaşık 1,7 milyon hisse alacak ve bu, şirketin 29 Haziran 2021 kapanış hisse fiyatı olan 230,98\$'a göre ASR anlaşması kapsamında beklenen hisse geri alımlarının yaklaşık %80'ini temsil edecek. Geri alınan hisseler hazine hissesi olacak. İşlemlerde geri satın alınacak belirli hisse sayısı, genel olarak ASR sözleşmesi süresince Adi Hisse Senedinin hacim ağırlıklı ortalama fiyatına, indirimden düşülerek temel alınır ve en geç Ekim 2021'de tamamlanması beklenmektedir. hızlandırılmış hisse geri alım işlemi geri alınan hisseler için satın alma bedeli, öncelikle eldeki nakit olarak ödenecek ve şirketin, ASR'ye yürürlüğe girmeden önce şu anda yaklaşık 3.4 milyar \$'lık yetkiye sahip olan mevcut hisse geri alım yetkisi kapsamında tamamlanacaktır.

**Kaynak:** (URL-5).

### 5. Haber: Yapay Zekâ Tarafından Oluşturulmuş Finans Haberi

#### Greenbrier, 1 Milyar Dolarlık Banka Tesislerinin Yenilenmesini ve Uzatılmasını Duyurdu

Küresel yük taşımacılığı pazarlarına yönelik önde gelen uluslararası ekipman ve hizmet tedarikçisi The Greenbrier Companies, Inc. (NYSE: GBX) ("Greenbrier") bugün, Toplam değeri 1.0 milyar doları aşan üç banka tesisinin yenilenmesi ve genişletilmesi. Greenbrier, 600 milyon \$'lık yurt içi döner tesisini ve 292 milyon \$'lık vadeli kredisini beş yıl süreyle başarıyla yenileyip uzatırken, Greenbrier Leasing yan kuruluşunun rücusuz 200 milyon \$'lık kredisini yenileyerek altı yıl uzattı. Bu faaliyetin ardından, Greenbrier'in önümüzdeki beş yıl içinde vadesi gelen önemli bir borcu yoktur ve 2026'dan 2028'e kadar kademeli vadeler vardır. Başkan ve CEO William A. Furman, "Greenbrier'in Bank of America, NA dahil olmak üzere bankacılarına güçlü ve istikrarlı destekleri için teşekkür etmek istiyorum. Güçlü likidite profilimizi korumak için Greenbrier'in bankacılık olanaklarını genişletmek, işi pandemi yoluyla ve iyileşen piyasalara yönetme stratejimizin kritik bir parçası oldu. Son beş ayda Greenbrier, yaklaşık 1,5 milyar dolarlık borcu yeniden finanse etti ve vadeleri 2028'e uzatarak borcumuzun vadesini neredeyse ikiye katladı."

**Kaynak:** (URL-6).

### 6. Haber: Yapay Zekâ Tarafından Oluşturulmuş Finans Haberi

#### Büyük ABD hisse senedi endeksleri Çarşamba günü nasıl ilerledi?

Hisse senetleri, S&P 500'ün başka bir rekor seviyeye ulaşmasına yetecek kadar, çoğunlukla yüksek bir dalgalı günü daha kapattı. Perakendeciler ve tüketici harcamalarına bağımlı şirketler, Noel tatili alışveriş sezonunda daha iyi performans gösterenler arasındaydı. Yılda iki işlem günü kala S&P 500, 2021 için neredeyse 2019'daki kazancı kadar büyük, %27'den fazla bir kazanıma yöneliyor. Çarşamba günü: S&P 500 6.71 puan veya %0.1 artarak 4.793.06'ya yükseldi. Dow Jones Sanayi Ortalaması 90.42 puan veya %0.2 artarak 36.488.63'e yükseldi. Nasdaq 15,51 puan veya %0,1 düşüşle 15.766,22'ye geriledi. Küçük şirketlerden oluşan Russell 2000 endeksi 2,74 puan veya %0,1 artarak 2.249.24'e yükseldi. Bir haftalığına: S&P 500 67.27 puan veya %1.4 yükseldi. Dow 538.07 puan veya %1.5 yükseldi. Nasdaq 112.84 puan veya %0.7 yükseldi.

**Kaynak:** (URL-7).

### 7. Haber: Editör Tarafından Oluşturulmuş Finans Haberi

#### Holmes jürisi altı günlük müzakereden sonra ara verecek

Eski Theranos CEO'su Elizabeth Holmes aleyhindeki dolandırıcılık suçlamalarını değerlendiren jüri, altı gün süren müzakerelerin ardından bir karara varmadan Çarşamba günü mahkemeden ayrıldı. Yaklaşan Yılbaşı tatili hafta sonu sonrasına kadar tartışmalara devam etmeyecek. Jürideki sekiz erkek ve dört kadının Perşembe sabahı müzakerelere devam etmesi bekleniyordu, ancak ayrıldıktan sonra bir mahkeme dosyası Pazartesi gününe kadar ara vereceklerini açıkladı. Müzakerelerin durdurulması kararına ilişkin herhangi bir açıklama yapılmadı. Jürinin federal mahkeme tatili olan Cuma günü tatil olması planlanmıştı. Son tartışmalar, Çarşamba günü erken saatlerde Holmes'un avukatlarının ve davaya bakan yargıcın katıldığı kapalı bir toplantının ortaya çıkardığı entrika zemininde gerçekleşti.

**Kaynak:** (URL-8).

Yapay zekâ gazeteciliğinin en etkin ve pratik kullandığı haber kategorilerinden biri de finans haberleridir. Associated Press (AP) haber ajansı finans haberlerinde algoritmaları kullanmakta ve Amerikan şirketi Automated Insights ile iş birliği yapmaktadır. AP internet sitesinde yayınlanan binlerce haberde Wordsmith adlı yazılım şirketinin oluşturduğu finans haber içerikleri bulunmaktadır. Ancak AP, bazı bülteni ile okuyucuya sunduğu bazı finans haberlerinde “**AP editörü bu haberde yer almamaktadır**” kullanırken diğer haber kategorilerde yapay zekâya bağlı algoritmaların kullandığına dahil bir tanımlayıcı unsur bulunmaktadır. 30 Haziran 2021 tarihinde Associated Press (AP) haber ajansının internet sitesinde yer alan “Constellation Brands Hızlandırılmış Hisse Geri Alımını Duyurdu” **4. Haber** metin içeriğine “**AP haber personeli yer almadı**” ifadesini kullanılması dikkat çekmektedir. İleriye dönük ifadeler içeren haber metninde riskler ve belirsizlikler taşıyabileceği vurgulanmıştır. “Greenbrier, 1 Milyar Dolarlık Banka Tesisinin Yenilenmesini ve Uzatılmasını Duyurdu” başlıklı 30 Ağustos 2021 tarihli **5. Haber** metninde ise **4. Haber** gibi yatırımcılara yönelik tahminler içermektedir. Bu haber metninde de yatırımcılara uyarılarda bulunulmuş ve risk, belirsizlikler metnin sonunda yer verilmiştir. 29 Aralık 2021 tarihli **6. Haber metninde** ise “Büyük ABD hisse senedi endeksleri Çarşamba günü nasıl ilerledi?” başlıklı haberde hisse senetlerine ilişkin istatistiksel veriye yer vermiştir. Yatırım yapan şirketlerin verileri ve hisse senedi raporları değerlendirilmiştir. Geleceğe dair öngörülerin de bulunduğu finans metinlerinde yatırımcıya sayısal verilerle oluşturulmuş haber içeriği sunulmaktadır. **4. 5. Haber ve 6’da** haber dili ve tekniği olarak istatistiksel verilerde yararlandığı için yorumsal dil yerine nesnel bir haber dili oluşmuştur. **5. Haberde** kişisel ifadeleri tırnak içerisinde, şablon halinde vermektedir. Okuyucu bilgilendirmek için oluşturulmuş finans haber içerikleri yatırımcıya yönelik tahminler sunmaktadır. Finans haberlerinde şirketlerin değerini göstermek, geçmiş dönemi karşılaştırmak ve geleceğe tahminler sunmak üzere optimize edilmiştir. Verilerle yapılan bu istatistiksel haberler, sıradan bir okuyucuya raporları rahatlıkla anlamasını sağlamaktadır.

29 Aralık 2021 tarihli **7. Haberde** verilen metin, editör tarafından yapılmış haber içeriğidir. Kullanılan haber dili okuyucu da şüphe oluştururken dikkatini de haberlere çekmektedir. “Holmes jürisi, kapalı kapılar ardında yapılan toplantının ardından müzakerelere devam ediyor” başlıklı **7. Haber** metni Michael Liedtke adlı editörün onayından geçerek servis edilmiştir. Haberin 5N 1K yazım kuralına bağlı olarak oluşturulan haberde sansasyonel bir şekilde yer verilmiştir. Haber içeriğinde kullanılan “entrika”, “kapalı kapılar”, “sır” gibi kelimelerle dolandırıcılık davasıyla ilgili okuyucular yönlendirilmektedir. Editör, duruşmanın sonuçlanmaması yorumlayarak eleştirilerde bulunmaktadır. Yapılan haberlerde yapay zekâ ya da editör tarafından olduğu haberler içerisinde kimin tarafından yapıldığına dair imzalardan anlaşılmaktadır.

### 4.3 Yapay Zekâ ve Editör Tarafından Oluşturulmuş Adli -Cinayet Haberleri

#### 8. Haber: Yapay Zekâ Tarafından Oluşturulmuş Adli -Cinayet Haberi

**Victor Wu, 46 - 21 ARALIK 2021** - Victor Wu, bir 46 yaşındaki Latin erkek, Çarşamba, 15 Aralık öldü atış Lambert Yolu W / O 1 Avenue yakınlarında Whittier Los Angeles County Medical Examiner-Adli kayıtlara göre,.

**Kaynak:** (URL-9).

#### 9. Haber: Yapay Zekâ Tarafından Oluşturulmuş Adli -Cinayet Haberi

**Sabino Reyna, 23 – 21 ARALIK 2021-** Los Angeles County Medical Examiner-Coroner'ın kayıtlarına göre, 23 yaşındaki Latin erkek Sabino Reyna, Floransa'da 855 E. 84th St. yakınlarında vurulduktan sonra 15 Aralık Çarşamba günü öldü.

**Kaynak:** (URL-10).

## 10. Haber: Yapay Zekâ Tarafından Oluşturulmuş Adli -Cinayet Haberi

**Diego Segura, 38 - 21 ARALIK 2021** - Diego Segura, bir 38 yaşındaki Latin erkek , olduktan sonra, 14 Aralık, Salı öldü atış içinde 3801 E. 56th St. batı tarafında yakınında Maywood'un Los Angeles County Medical Examiner-Adli kayıtlara göre,.

**Kaynak:** (URL-11).

## 11. Haber: Editör Tarafından Oluşturulmuş Adli-Cinayet Haberi

**Erkek ve kadın, şüpheli cinayet-intiharda Montecito Heights'taki evde ölü bulundu**

Gregory Yee / Yetkililer, büyükannesi olduğuna inanılan bir erkek ve kadının, Çarşamba gecesi Montecito Heights'taki bir evde saatlerce süren bir soğukluğun ardından ölü bulunduğunu söyledi. Los Angeles Polis Departmanı sözcüsü Memur Mike Lopez, polis Oak Hill Bulvarı'nın 3700. Memurlar geldiklerinde 20'li yaşlarında bir adamın kapıyı kapattığını ve kendisine barikat kurduğunu gördü. Lopez, adamın birden fazla dışarı çıkma emrini reddettiğini ve olay yerine SWAT görevlilerinin çağrıldığını söyledi. Memurlar, adamı dışarı çıkarmak için birkaç girişimde bulunduktan sonra akşam 18.30 sıralarında eve girdi. Lopez, adamı yerde, olası bir kurşun yarasından ölü olarak bulduklarını söyledi. Cesedinin yakınında bir tabanca bulundu. Lopez, memurların büyükannesi olduğuna inandıkları bir kadının cesedini de bulunduğunu söyledi. Olayla ilgili soruşturma sürüyor. Daha fazla bilgi Çarşamba gecesi mevcut değildi.

Montecito Heights'ta bir evde iki kişinin ölü bulunduğunu gösteren kuzeydoğu LA bölgesinin haritası

**Kaynak:** (URL-12).

21 Aralık 2021 tarihinde yapay zekâ ile oluşturulmuş adli-cinayet haberlerinde, algoritma ile yapıldığında tek düzen ve basma kalıp bir haber dilinin olduğu görülmektedir. Yapılan haberin bir yazılım desteğiyle oluşturulduğu ve haber dili ve tekniği açısından 5N 1K yazım kuralı içerisinde verilmiştir. Otomatik olarak oluşturulan haberlerde cinayetten ölen kişinin adı ve soyadı, yaşı, nerede ve hangi tarihte öldüğü belirtilmiştir. Ayrıca ölen kişinin nerede olduğu ve öldürülme şekli de haber içerisinde geçirilmektedir. **8. 9. ve 10. Haberlerde** yapay zekâ ile oluşturulduğundan, ilgili çevrim içi sayfada sıralı ve kayıt altına tutulmuş olarak verilmiştir. Diğer yandan 29 Aralık 2021 tarihinde yapılan Gregory Yee imzalı **11. Haberde**, 5N 1K yazım kuralına uygun olarak haberin sunulduğu ve haberin başlığı, yapay zekâ ile yapılan haberlere göre uzun ve açıklayıcı olduğu görülmektedir. Editör tarafından oluşturulmuş adli-cinayet haberinde, cinayetin gerçekleştiği yerin haritası haberde sunulmuştur. Cinayet haberinde, olayın nasıl gerçekleştiğine dahil detaylar verilmiş ve olayla ilgili tanık, memur ve ilgili kişilerden görüşlerde alınmıştır. Editörün elinden geçen haberde cinayete ilişkin şüphelere yer verilmiştir. Habere ilişkin yetkililerde görüşlere yerilmiş ve kaynak gösterilmiştir. Editör tarafından oluşturulan haberde, yapay zekâ ile yapılmış habere göre daha uzun ve detaylı bir habere yer verilmiştir.

## SONUÇ

Teknoloji ve internetin gelişmesine bağlı olarak habercilikte değişim ve dönüşümler yaşanmıştır. İnternete bağlı olarak gelişim gösteren internet haberciliğiyle haber akışının sürekliliği ve hızlı erişim olanağıyla okuyuculara ulaşmaya başlamıştır. 1990 yıllardan sonra hız kazanan değişim ile dijital olan önemi kavrayan medya kuruluşları, gazetelerini interaktif ortama geçirebilmişlerdir. Gazeteciliğinin internet ortamına kaymasına bağlı, haberin algılanışı ve üretim süreci de değişmiştir. Gazete ile okuyucu arasındaki dolaylı ileti ağı kalkmış, etkileşim artmıştır. İnternet haberciliğiyle ses, tablo, grafik, video, çoklu fotoğraflar web sitesinde bağlantılı sayfalarla içerikler kullanıcılara sunulmaya başlamasıyla haber, okuyucuya çok hızlı bir şekilde ve mesafe olmadan ulaşabilmektedir. Birçok medya özelliğinin çevrim içi ortamda olmasından dolayı haber yazma formatı değişmiş, multimedya özelliğiyle sadece haber metni yazmak ile sınırlı kalmamıştır. Haber metinleri küçük parçalara bölünüp kullanıcıya servis edilebilmekte ve farklı web sayfasının linklerindeki haberlere erişim olanağı sağlanabilmektedir. Sürekli gelişim gösteren internetin Web 3.0 ile internet haberciliğinde algoritmalar aracılığıyla açık, bağlantılı ve zeki web siteleri ve web uygulamaları yaratması beklenmektedir. Web 3.0 yapay zekânın öğrenme teknikleri üzerinden verileri akıllı arama algoritmaları ve veri analitiklerin geliştirilmesiyle haber içeriklerinin oluşturulması açısından daha hızlı ve fazla olması ön görülmesiyle yapay zekâ çalışmalarına yatırımlarda artmıştır.

Bu çerçevede internet haberciliğini kolaylaştıran algoritmalar insana özgü olan çözümleme yapabilme ve karar verebilme yetisini yapay zekâ yazılımlarına devretmesiyle çevrim içi habercilikte dönüşüm başlamıştır. Haber sürecine aktif olarak giren yapay zekâ ile algoritmik haber türlerini ortaya çıkarmıştır. Haberin toplanması, dağıtılması ve yayınlanmasında yapay zekâ gazeteciliğinde gazetecilerin iş birliğiyle algoritmalarından faydalanılmasıyla verileri kısa zamanda haber haline getiren algoritmalar, düşük maliyete haber içerikleri oluşturabilmektedir. Yapay zekâ algoritmalarıyla otomatik haberler için en kullanışlı alan rutin haber metinleridir. Özellikle verilere dayalı olarak doğal afet, meteoroloji, deprem, spor gibi haber kategorilerindeki haber metninin oluşturulmasına yardımcı olabilmektedir. Yurtdışındaki birçok medya kuruluşu ve internet haber sitesi, algoritmalar ile oluşturulmuş haberleri okuyuculara servis edebilmektedir. Gelecekte haber içeriklerin oluşturulmasında okuyucuların kişisel verileri doğrultusunda kişiselleştirilmiş içeriklerle bireyin ilgi alanına, görüşüne ve eğitimine göre algoritmaların haber metinlerini yazması mümkün olabilmektedir.

Yapay zekâ ile oluşturulan haber üretimi avantaj sağlarken veriler nedeniyle de hata yapması mümkün gözükmektedir. Algoritmaların düzenli, kontrolü sağlanmış, yapılandırılmış güvenli verilerin oluşması durumunda haber metni oluşturulmasında verimli olacağı yönünde görüşlerde mevcuttur. Algoritmaların gazetecileri rutin haberlerden kurtararak editöryel ekibin daha fazla zaman alan haberleri işlemesine fırsat vermekte ve boş kalan zamanlarında daha yaratıcı, derinliği olan haber metni oluşturulmasına olanak sağlayabilmektedir. Öte yandan eşik bekçileri haberin toplanmasından seçimine, yazımından yayınlanmasına süreç içerisinde aktif konumda olmuştur. Eşik bekçileri haberin bazı gerçeklerini ön plana çıkarılması veya saklanması, kurgusunda oynayabilir. Yapay zekânın gazetecilerle yaklaşmasıyla editörlerin doğru anahtar kelimeleri seçmesi ve doğru haber şablonlarını oluşturması algoritmaların daha verimli haber sürecine dahil edilmesine de olanaklı hale getirebilmektedir. Eşik bekçileri istediklerinde haberde verilmek istenen gerçek manipüle edebilmektedir. Yapay zekâ ile oluşturulan haber içeriklerinde eşik bekçileri, gündem oluşturmaktan ziyade algoritmalar ile oluşturulmuş içerikleri son dakika gelişmesi şeklinde okuyucuya sunabilmektedir. Bu doğrultuda yapay zekâ gazeteciliği eşik bekçileriyle yakından etkileşim ve iş birliği içerisinde olması gerekebilmektedir. Ancak, gazeteciler gibi soru sormayan ve olaylar arasında nedensellik kuramayan algoritmaların kamuoyu ve gündem oluşturmada yetersiz kalabileceğine de rastlanmıştır.

İki aşamalı akış kuramı çerçevesi içerisinde, kanaat önderi toplum içerisindeki bireyleri ya da grupları doğrudan etkileme gücünü de elinde bulundurabilmektedir. Yapay zekâ ve editör tarafından oluşturulmuş haberler incelendiğinde algoritmik haberler, okuyucuya 5N 1k yazım kuralı içerisinde veriye dayalı nesnel, monoton ve basma kalıp halde okuyucuya servis edilebilmektedir. Gündem belirleme ve kamuoyunu oluşturma eşik bekçileri, rutin haberler dahi yorumsal, eleştirel ve gündeme ilişkin okuyucu etkileme gücü haber içerikleri sunabilmektedir. Sunulan haberlerde editöryel sistem içerisindeki eşik bekçilerinin onayı olmadan haber yayına verilmemektedir. Hatta algoritmalar ile oluşturulan haber içerikleri medya kuruluşlarından servis edilmeden önce **“Yapay zekâ ile yapıldığına ya da editöryel süreçten geçmediğine”** ilişkin uyarılar ile okuyucuya bildirilmektedir. Yapay zekâ ile oluşturulmuş haberler, rutin haber dahi olsa bazı medya kuruluşlarında editöryel aşama sürecinden geçmeden yayına verilmemektedir. Associated Press (AP) haber ajansının internet sitesinde yer alan **“AP haber personeli yer almadı”** ifadesiyle algoritmalar ile oluşturulmuş habere ilişkin uyarı bulunmaktadır. Aynı şekilde Los Angeles Times’da yer alan deprem haberlerinde **“Bu haber Quakebot tarafından otomatik olarak oluşturuldu. Bir Times editörü, gönderiyi yayınlanmadan önce inceledi.”** notu haber metni içerisinde verilmektedir. Her ne kadar algoritmalar haberleri hızlı ve verilere dayalı yapsalar da editör onayı olmadan haberin okuyucuya sunulmadığını ortaya çıkarmaktadır. Ancak deprem gibi rutin haberlerin bir şablon üzerinden eşik bekçilerin zamansal aktif olmadığı zamanlarda algoritmalara izin verilmesi halinde otomatik haberler yayına girebilmektedir. Yapay zekâ tarafından oluşturulmuş deprem, adli-cinayet haberlerinde 5N 1K yazım kuralı net ve kısa iken, okuyucular finans haberlerindeki analizin güvenilirliğine ilişkin uyarılabilmektedir. Ancak editör tarafından oluşturulmuş haberlerde yapan gazetecinin ad soyadı verilerek okuyucuya, insan olgusuyla güven verilmek

istenmektedir. Bu durum yapay zekâ algoritmaları ile haber metni üretilmesine karşın insan gazetecilerden vazgeçilemediğinin bir göstergesi olarak karşımıza çıkabilmektedir.

Öte yandan editörlerin süzgecinden geçen haberlerde ise öznel ve eleştirel ifadeler yer verilebilmektedir. Editörlerin haberlerinde detay, görüş ve tanık ifadelerine yer verilmesiyle haber basma kalıplıktan çıkarılabilmektedir. Algoritma haberlerde ise, insan müdahalesini belirli ölçüde ortadan kaldıran yazılımlarla basma kalıp sözler ve istatistiksel enformasyon anlayışlı haber metinleri oluşturabilmektedir. Yapay zekânın geliştirdiği haberlerde hata olma olasılığına karşın doğru veya güvenilir olması adına haberlerde haber içerisinde bilgilendirici notlar verildiği görülmektedir. Yapay zekâ haberlerinin mesai saati içerisindeki editörün kontrolün içerisinde olduğu ancak bazı rutin haber kategorilerde haberin ekşi beklencilerinin mesai dışında algoritmalara izin vermesiyle servis edilebilmektedir. Bu da medya kuruluşları, algoritmalarla haber üretimine girmiş olsalar da insan gazetecilerin, haberin okuyucuya ulaşmasında hala etkin konumda olabileceğini gösterebilmektedir. Bu bağlamda algoritmaların verilere dayalı rutin haberlerde aktif olması beklenirken analiz, araştırma, röportaj gibi haber türlerinde insan gazetecilerin kamuoyu ve gündem oluşturmasında aktif rol alması beklenmektedir. Bu çalışmada dışında Avrupa ve Amerika'daki yapay zekâ gazeteciliğiyle yapılan haber içerikleri karşılaştırmalı olarak inceleyebilir ve tarih aralığı genişletilebilir.

#### KAYNAKÇA

- Altun, D. (2019), Sanal Gerçeklik ve Yapay Zekâ. G. Telli (Ed.), Yapay Zekâ Ve Gelecek İçinde. 139-157. İstanbul: Doğu Kitapevi.
- Atabek, N. (2002), "Kamuoyu, Medya ve Demokrasi". Kurgu Dergisi. Sayı 19, 223- 238.
- Aktaş, C. (2007), İnternet'in Gazeteciliğe Getirdiği Yenilikler. Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademi Dergisi, 5(1), 30-41.
- Akyazı, A. (2018), "Gazetecilikte Dijitalleşme ve Haber Üretimine Yansıması: Robot Gazeteciler, Dijital Medya ve Gazetecilik., Eğitim Yayınevi.
- Ayhan. A. ve Aydın K.Ö. (2015), "İnternet Gazetelerindeki Okur Yorumlarına Yönelik Bir Analiz (özgecan Aslan Cinayeti Örneği)", Global Media Journal TR Edition, 6(11): 75- 89.
- Aydın O.Ş. (2013), Teknoloji, Haber, Nesnellik, İletişim ve Teknoloji, Kırmızı Kedi Yayınları, İstanbul.
- Aydoğan, D. (2013), Türkiye'de dijital Gazetecilik: Habercilik: Habertürk ve Hürriyet Gazeteleri Örneği. The Turkish Online Journal of Design Art Communicatin, 3(3).
- Aydın, Şarkı (2011), Teknoloji Haber Nesnellik, (Sivas, Ala&binatlı, Cüneyt &Dikmen Güzelcik, Ebru & Öztürk, Gülay & Çakır Özdemir, hilal &Sarmaşık, Jale & Hepkon, Zeliha, İletişim ve Teknoloji Kitabı içinde), İstanbul: Kırmızı Kedi Yayınları.
- Bayrak, T. ve Vatansver, Ö. (2021). Çevrimiçi Eğitimle Birlikte Dijital Okuryazarlığın Dönüşümü. N. Pembecioğlu, N. Sezer, U. Gündüz ve N. Akgün-Çomak (Ed.) *İletişim Araştırmaları ve Film Çözümlemeleri II Dijital Çağda Medya* içinde (s.145-165). İstanbul: Kriter Yayınevi.
- Beyers H (2004), Interactivity and Online Newspapers: A Case Study on Discussion Boards, Convergence, 10 (4), 11–20.
- Bourse, M. & Yücel, H. (2012), İletişim bilimlerinin Serüveni, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Carter T. B. (1998), "Electronic Gatekeepers: Locking Out The Marketplace Of Ideas". Communication Law and Policy. 3:3., 389-408.
- Carlson D (2005), The News Media's 30-Year Hibernation, Nieman Reports, 59 (3), 68-71.
- Cleerwall, C. (2014), " Enter the Robot Journalist". Journalism Practice, 8(5). 519-531.
- Cheong ve Park. (2005), Dijital Gazeteleri Seçmek – Okuyucu amaçlarının ve Kullanıcı Deneyimlerinin Etkisi, Ütopya Yayın Evi, Ankara.

- Çetin, B. (2019), Geleceğin Teknolojileri ve Gazetecilik Mesleği Üzerine Etkileri: Büyük veri, Veri Gazeteciliği, Yeni Yaklaşımlar, Fenerbahçe University. 1-28.
- Dağ, B., (2015), Gazeteciliğin Geleceği: Veri Gazeteciliği, Kadir Has Üniversitesi
- Dedeoğlu, Gözde. (2016), Teknoloji, İletişim, Yeni Medya ve Etik, Sentez Yayıncılık, İstanbul
- Deuze. (2001), “Yeni Habercilik anlayışı ve Sosyal Medya” Yeni Medya analizleri., 194. Eğitim Yayınevi. Konya.
- Deuze (1999), Journalism and the Web: An Analysis of Skills and Standarts in Online Environmnet, Gazete, 61 (5), 373-390.
- Donohue, G.A. Tichenor, P.J. and Olien, C.N. (1972). “Gatekeeping: mass media systems and information control”, in Kline, F.G. and Tichenor, P.J. (Eds), Current Perspectives in Mass Communication Research, Sage,. 41–70.
- Enli, G.S. (2007), “Gate-Keeping in the New Media Age a Case Study Of The SelectionOf Textmessages in a Current Affairs Programme”. Javnost-the public Vol. 14. No. 2., 47-62.
- Ersoy, Çağlar, (2018), Robotlar, Yapay Zekâ ve Hukuk, On İki Levha Yayıncılık, İstanbul.
- Fırlar F.B. & Deniz Ş. (2010), "Dijital Gazeteler ve Pazarlama: Türkiye'deki Dijital Gazetelerin Pazarlama Dinamiklerinin Değerlendirilmesine İlişkin Bir Analiz". Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, Cilt: 3/11, 314-328
- Graefe A. (2016), Guide to Automated Journalism. New York: Tow Center for Digital Journalism, Columbia University.
- Gezgin, S. (2002), “Geleneksel Basın ve İnternet Gazeteciliği”, İnternet Çağında Gazetecilik. Siyah-beyaz Yayınları, İstanbul.
- Güz N., Yeğen C., Bir Dijital Gazetecilik Biçimi: Robot Gazeteciler, 2018
- Güngör, N. (2016), İletişim, Kuramlar ve Yaklaşımlar, 3. Gözden Geçirilmiş ve Genişletilmiş Baskı, Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Hinton, G. E., & Salakhutdinov, R. R. (2006), Reducing the dimensionality of data with neural networks. science, 313(5786), 504-507.
- Irak. D., & Yazıcıoğlu, O. (2012), Türkiye ve Sosyal Medya. İstanbul: Okuyan Us Yayınları
- Jung, J.; Song, H., Kim, Y., Im, H. ve Oh, S. (2017), Intrusion of Software Robots İnto Journalism: The Public’s And Journalists’ Perceptions of News Written by Algorithms And Human Journalists. Computers in Human Behavior. 71, 291-298
- Kalsın B. (2016), Geçmişten Geleceğe İnternet Gazeteciliği: Türkiye Örneği. The Journal of Academic Social Science Studies. 42., 75-94.
- Karabulut, N. (2009), Yeni Medya Teknolojileri ve Hakla İlişkileri. İstanbul: Beykoz Lojistik Meslek Yüksekokulu Yayınları.
- Keshvani, N., Tickle, S. (2001), “Online news: The Changing Digital Mediascape”. Australian Studies Journal. April., 99-105.
- Kürkcü, Duygu Dumanlı. (2007), Yeni Medya analizleri, Eğitim Yayınevi. Konya.
- Köse U. (Nisan 2019), Yapay Zekâ ve Geleceğin Siber Savaşları, Bilim ve Teknik, 76-84.
- Milli Eğitim Bakanlığı (2011), “Gazetecilik İnternet Gazeteciliği” Ankara.
- Narin. B. (2017), “Uzman Görüşleri Bağlamında Haber Üretiminde Otomatikleşme: Robot Gazetecilik”, Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi, 27, 79-108.
- Şenkaya, Y. & Adar, U. G. (2014), Siber Savunmada Yapay Zekâ Sistemleri Üzerine İnceleme, Akademik Bilişim 2014, Mersin Üniversitesi, Mersin, 01-04 Şubat 2014.

Vardar, Mert Küçük “Bilişim Devrimi: Reel Gerçekliğin Sanal Gerçekliğe Dönüşümü” Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Anabilim Dalı Bilişim Bilim Dalı Yüksek lisans tezi, 2015

Van Dalen, A. (2012), The algorithms behind the headlines: How machine-written news redefines the core skills of human journalists. *Journalism practice*, 6(5-6), 648-658.

Tokgöz. O. (2010), *Temel Gazetecilik*, İmge Kitapevi Yayınları, Ankara, 8. Baskı

Yengin, Deniz (2014), *Yeni Medya ve Dokunmatik toplum*. İstanbul: Derin Yayınları.

Yıldırım, Besim. (2010), *Gazeteciliğin Dönüşümü: Yöndeşen Ortam ve Yöndeşen Gazetecilik*. Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi, 6(2), 230-253.

## ELEKTRONİK KAYNAKLAR

Abay G. (2016), *Yapay Zekâ Profesyonel Yazarlığı Nasıl Etkileyecek*, [www.tamindir.com blog/yapay-zekâ-profesyonel-yazarligi-nasil-etkileyecek\\_30308](http://www.tamindir.com/blog/yapay-zekâ-profesyonel-yazarligi-nasil-etkileyecek_30308) (Erişim Tarihi: 11.01.2022)

Fındık. U.K. (15.08.2016), *Robot gazetecilik: Gazetecilik için tehdit mi yoksa fırsat mı?* <https://digitalage.com.tr/robot-gazetecilik-gazetecilik-icin-tehdit-mi-yoksa-firsat-mi/> (Erişim Tarihi: 11.01.2022)

Gartner, (24.04.2018), <https://www.gartner.com/newsroom/id/3872933> (Erişim:11.01.2022)

Garbade M (2018), *A Simple Introduction to Natural Language Processing*, <https://becominghuman.ai/a-simple-introduction-to-natural-language-processing-ea66a1747b32>, (Erişim Tarihi: 11.01.2022)

Hürriyet Gazetesi (01.08.2017) <https://www.hurriyet.com.tr/teknoloji/robot-gazeteciler-gelior-ayda-30-bin-haber-yapacak-40536625> (Erişim Tarihi: 11.01.2022)

Irvan S. (2017), *Robot Gazeteciler Geliyor*, <https://suleymanirvan.blogspot.com/2017/08/robot-gazeteciler-gelior.html>, (Erişim Tarihi: 11.01.2022)

Journo, (14.01.2018). *Çin haber ajansı yapay zekâya yenileniyor*, <https://journo.com.tr/cin-haber-ajansi-yapay-zekâ>. (Erişim Tarihi:11.01.2022)

Narin B. (25.04.2016), *robot gazetecilik yayılıyor insan gazetecilerin sonu mu?* <https://journo.com.tr/robot-gazetecilik-yayiliyor-insan-gazetecilerin-sonu-mu> (Erişim Tarihi: 11.01.2022)

Reuters Institutc. (2018), *Journalism, Media and Technology Trends and Predictions 2018* <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/our-research/journalism-media-and-technology-trends-and-predictions-2018>, Erişim: 11.01.2022)

xTR Haber Merkezi, *Knowhere yapay zekâsı etik haberciliği geri getirecek* <https://www.xtrlarge.com/2018/04/20/knowhere-yapay-zekâ-etik-habercilik>, (Erişim Tarihi: 11.01.2022)

(URL-1). <https://academy.binance.com/tr/articles/the-evolution-of-the-internet-web-3-0-explained>. (Erişim Tarihi: 11.01.2022)

(URL-2). <https://www.latimes.com/california/story/2021-12-26/magnitude-4-0-quake-strikes-offpacific-coast-near-fortuna> (Erişim Tarihi: 11.01.2022)

(URL-3). <https://www.latimes.com/california/story/2021-12-08/earthquake-3-4-quake-strikes-nearcarpinteria-calif> (Erişim Tarihi: 11.01.2022)

(URL-4). <https://www.latimes.com/california/story/2021-12-20/earthquake-6-2-quake-strikes-nearfortuna> (Erişim Tarihi: 11.01.2022)

(URL-5). <https://apnews.com/press-release/globe-newswire/businessd1f323b5235401e8979a63b7f50410be> (Erişim Tarihi: 11.01.2022)



(URL-6). <https://apnews.com/press-release/pr-newswire/business56bf1b412a2d72531cf92ccf48a4a5e5> (Erişim Tarihi: 11.01.2022)

(URL-7). <https://apnews.com/article/business-lifestyle-financial-markets-shopping-holiday-shoppingc2297e1c9098cdc0e78ab05382480015> (Erişim Tarihi: 11.01.2022)

(URL-8). <https://apnews.com/article/technology-health-business-elizabeth-holmes-san-jose473bccd7c0d71dc533e161176a76d02c> (Erişim Tarihi: 11.01.2022)

(URL-9). <https://homicide.latimes.com/> (Erişim Tarihi: 11.01.2022)

(URL-10). <https://homicide.latimes.com/> (Erişim Tarihi: 11.01.2022)

(URL-11). <https://homicide.latimes.com/> (Erişim Tarihi: 11.01.2022)

(URL-12). <https://www.latimes.com/california/story/2021-12-29/man-woman-found-dead-inmontecito-heights-home-in-suspected-murder-suicide> (Erişim Tarihi: 11.01.2022)

## SURİYELİ GÖÇMENLERİN ANAAKIM MEDYADA TEMSİLİ

Zerif GEZİK  
Marmara Üniversitesi, Türkiye  
zerif.gezik@gmail.com  
<https://orcid.org/0000-0002-0337-605X>

<i>Atf</i>	Gezik, Z. (2022). Suriyeli Göçmenlerin Anaakım Medyada Temsili. Journal of Communication Science Researchs, 2 (2), 135-153.
------------	---

### ÖZ

Medya düşünce ve kanaatlerimizi şekillendirmektedir. Haber, toplumsal gerçekliği söylem ve temsil yoluyla yeniden inşa etmekte ve algımıza yön vermektedir. Bu çalışmada, Suriyeli göçmenlerin Türkiye’deki anaakım medyada nasıl bir söylemle temsil edildiği incelenmiştir. Bu amaç doğrultusunda, anaakım medyada yer alan en yüksek tirajlı gazeteler Hürriyet Gazetesi, Sözcü Gazetesi, Posta Gazetesi ve Cumhuriyet Gazetesi seçilmiştir. Seçilen gazeteler 1 Ocak 2016 - 15 Temmuz 2017 zaman aralığında taranmıştır. Seçilen gazetelerden alınan haberler, eleştirel söylem analizi yöntemine göre analiz edilerek değerlendirilmiştir. Haberlerde Suriyeli göçmenlerle ilgili kullanılan söylem dikkate alınarak medyada nasıl temsil edildikleri ortaya konulmuştur. Bulunan bulgularla Türkiye’de anaakım medyada Suriyeli göçmenlerin temsilinin panoraması sunulmuştur.

**Anahtar Kelimeler:** *Medya, Anaakım Medya, Göç, Göçmen, Suriyeli Göçmenler, Söylem, Temsil, Eleştirel Söylem Analizi*

## THE REPRESENTATION OF THE SYRIAN IMMIGRANTS IN MAINSTREAM MEDIA

### ABSTRACT

The media shapes our opinions and convictions. The news reconstructs social reality through discourse and representation. It is examined that how Syrian immigrants are represented in mainstream media in this study. For this purpose, newspapers which are Hürriyet, Sözcü, Posta and Cumhuriyet as the highest circulation are chosen in the mainstream media. Chosen newspapers are analysed between 1 January 2016 and 15 July 2017. The news from the selected newspapers were evaluated with the method of critical discourse analysis. It is exhibited the news which are about Syrian immigrants in terms of considering discourse that is being used in the news. In the light of all evidence, the representation of Syrian immigrants has been presented in the mainstream media in Turkey.

**Keywords:** *Media, Mainstream Media, Migration, Immigrant, Syrian Immigrants, Discourse, Representation, Critical Discourse Analysis*

\*Bu makale Zerif Gezik’in Suriyeli Göçmenlerin Anaakım Medyada Temsili adlı tezinden üretilmiştir.

## GİRİŞ

Suriye iç savaşının patlak vermesiyle birlikte savaştan kaçan Suriyeliler kitlesel gruplar halinde komşu ülkelerin sınırlarına yönelmiştir. Türkiye, 2011 yılından itibaren devam eden toplumsal kriz nedeniyle göç etmek zorunda kalan Suriyelilere karşı “açık kapı” politikası izlemiştir. Bu politikaya göre iç savaştan kaçan Suriyeliler, sınırdan geri çevrilmemiş ve gelen göçmenlere “geçici koruma statüsü” verilmiştir. Bugün Türkiye, tüm dünyada en çok sayıda Suriyeli göçmene ev sahipliği yapan ülke konumundadır. Suriyeli göçmenler, Türkiye’deki haber gündemine konu olan temel öznelerden biri haline gelmiştir. Bu çalışma 2011 yılından itibaren Türkiye’ye kitlesel olarak gelmiş ve yerleşmiş olan Suriyelilerin anaakım medyada nasıl temsil edildiğini ortaya koymak amacıyla oluşturulmuştur.

Bu amaç doğrultusunda anaakım medyada yer alan en yüksek tirajlı gazeteler araştırılmıştır. Gazetelerin tiraj oranları incelendiğinde ilk dörtte yer alan üç gazetenin sırasıyla Hürriyet Gazetesi, Sözcü Gazetesi ve Posta Gazetesi olduğu görülmüştür. Çoğunlukla ilk yirminin içinde yer alarak yüksek bir tiraj oranı yakalayan ve kemik bir okuyucu kitlesine sahip olan Cumhuriyet Gazetesi dördüncü gazete olarak seçilmiştir. Böylelikle anaakım medyadaki en yüksek tiraj oranına sahip olan bu dört gazete Hürriyet, Sözcü, Posta ve Cumhuriyet gazeteleri inceleme altına alınmıştır.

Çalışmada tarih aralığı seçilirken 1 Ocak 2016 ve 15 Temmuz 2017 zaman aralığı alınmıştır. Tarih aralığının bu şekilde tercih edilmesinin sebebi ise bir toplumsal grubun haber medyasında ne şekilde tasvir edildiği aktarılırken belirli bir sürecin sonunda elde edilen verilerden daha tutarlı ve sistematik bir bilgi elde etme arzusudur.

15 Temmuz 2017 tarihine kadar incelenmesinin nedeni, Sakarya’nın Kaynarca ilçesinde yaşanan ve Türkiye’de infial yaratan bir cinayettir. Suriyeli kadın göçmen Emami Al Rahmun dokuz aylık hamileyken yanındaki çocuğuyla beraber hunharca katledilmiştir. Medyada, geçmiş dönemden Suriyeli göçmen Emami Al Rahmun ve çocuğunun katledilmesine kadar uzanan süreçte Suriyelilerin nasıl temsil edildiğini göstermek, yaşanan olayın yakın tarihinde medyada Suriyelilere dair haber dilinin nasıl olduğunu araştırmak ve genel bir tablo ortaya koymak amaçlanmıştır. Bu amaçla özellikle infial yaratan bu cinayetin öncesinde, yakın tarihinde Suriyeli göçmenler hakkında yayınlanan haberlerde kullanılan söylem irdelenmiştir.

Araştırma doğrultusunda seçilen 4 gazeteden, Hürriyet’ten 128, Sözcü’den 136, Cumhuriyet’ten 75 ve Posta’dan 72 haber olmak üzere Suriyelilerle ilgili toplamda 411 haber incelenmiştir. İncelenen haberlerin arasından seçilen haberler, eleştirel söylem analizi yöntemi kullanılarak analiz edilmiştir. Suriyeli göçmen Emami Al Rahmun cinayetinin öncesi ve sonrası dikkate alınarak Suriyelilerin anaakım medyada nasıl bir haber dili ile temsil edildikleri ortaya konulmuştur.

## NEFRET SUÇUNA GİDEN YOL: ÖNYARGI, AYRIMCILIK VE NEFRET SÖYLEMİNİN GÖLGESİNDE MEDYA

### Medya Metinlerinde Söylem

*"Bir metin Derrida'ya göre, daima fark edilemezdir. Anlaşılmazdır. İçinin yarılıp, içindeki anlamların teker teker sıralanması gerekir ki, anlaşılır kılınabilsin"* (Rigel, 2016, s. 94). Medya metinlerinin içeriği çözümlenmeden söylemin ne olduğu açığa çıkmaz.

Metin ise her şeyden önce bir yapıdır. Metin dış gerçeklikten bağımsız değildir. Metin çözümlemesi yapılırken özellikle cümle ve anlam yapılarına yönelik çözümleme yapılırken metin, metni çevreleyen dış gerçekliğin meydana getirdiği “toplumsal-politik-kültürel” çerçevede doğrultusunda incelenmeli ve analiz edilmelidir. Çözümleme yapılırken ele alınan metin hangi türden olursa olsun, - haber, söyleşi, köşe yazısı, öykü, roman, reklam, afiş, bilimsel söylemler, yazınsal söylemler, fotoğraf ya da müzik... gibi- metin en yüzeysel halinden başlayıp derine inene dek analiz edilmelidir (İnceoğlu ve Çomak, 2016, s. 19-20). Bu durum “yeni” olarak adlandırılan ve geleneksel medyanın dönüşümü olan sayısal temsilli yeni iletişim teknolojileri (Bayrak, Koç Alamaslı ve Yengin, 2021, s. 232) adına üretilen metin için de geçerlidir.

Medya metinleri tüm gücünü sözcüklerden almaktadır ve üretilen/tüketilen metinlerde kullanılmakta olan dil belirli bir durumsal bağlam içinde konumlanmaktadır. Dolayısıyla, tüm bu konumlandırmaların oluşturduğu biçim, düşünmeyi gerçekleştiren dizge sistemi “dil”dir. Belirli bir çerçeve dahilinde bir yapı olan "metin"in sınırlarının çizilmesi gerekmektedir (İnceoğlu ve Çomak, 2016, s. 36).

“Günümüzde toplumsal ayrımcılığın merkezinde yer alan yeni ırkçılık, modern doğası gereği çoğu zaman gizli ve sembolik bir şekilde yürümektedir” (van Dijk’ten aktaran Çınar, 2013, s. 141). Van Dijk’ın da dediği gibi artık bu tarz ayrımcılık hareketleri, saldırgan ayrımcılığa kıyasla daha “normal” ve daha “doğal” olarak algılanmaktadır ve bu durum da “öteki” konumunda görülen kişi ya da grupların daha kolay bir şekilde “marjinalize edilmesini” getirmektedir. Normal olarak konumlandırılan toplumsal gruplara uyum dahilinde egemen konumunda olanlarca tekrar üretilen ayrımcı söylem modern devletin uygulamalarını, iktidar eliyle yürütülen pratikleri “dışarıda bırakıcı ve ayrımcı politikaların rolünü” teslim alarak “öteki” konumunda bulunanları, azınlık halindeki grupları dışlayıcı tutum izlemekte ancak bir taraftan da çoğunluğun gölgesinde yaşamasına izin vermektedir. Azınlık konumunda olan kişi ya da grupların, egemen grubun söylemlerinin başatlığını kabul etmesi beklenmektedir, kabul etmeleri halinde bile ayrımcı söylem ve eylemlerin öznesi olmaktan kurtulamamaktadırlar (Çınar, 2013, s. 140-141).

Söylem, kullanımına bağlı olarak ayrımcı inanç ve düşüncelerin kaynağını oluşturabilir. Ayrımcılık, metinler ve konuşmalar yani söylem vasıtasıyla öğrenilmektedir. Egemen söylemse, egemen baskın grup ya da gruplar tarafından, toplumsal ayrımcılığı ve kendi baskın rolünün devamı için yeniden üretilir.

Tam bu noktada medya unsuru devreye girmektedir. Medya, elit grupların statükoyu elinde tutmak için arzu ettiği ayrımcılık söyleminin yaygınlaştırılması ve dolaşıma dahil edilmesi konusunda önem arz eder. Anaakım medyanın ürettiği içerikler, ayrımcı mesajları açık veya örtük şekilde vererek, “egemen söylemin” “yaygın söylem” haline gelmesinde büyük bir rol üstlenmektedir (Çınar, 2013, s. 141).

Van Dijk, Pierre Bourdieu'nun düşüncelerinden hareket ederek, sembolik seçkinlerin (gazeteciler, yazarlar, sanatçılar, yönetmenler ve akademisyenler) eşitsiz toplumsal yapının eklenmesi konusunda önemli konularına dikkat çekmektedir. Bu grupların, söylemin başlıklarının, stiline ve sunumunun belirleyicileri olduklarına vurgu yapmaktadır (İnal, 1996, s. 68).

Van Dijk haberi bir tür (genre) olarak ele almaz, bir söylem olarak ele alır. Metin ve söylem kelimelerini dönüşümlü olarak kullanırken haber söylemi konusunda, haberin söylemini toplumda var olan egemen söylemlerin bir ürünü olarak görür. Dikkat çekilen nokta haber söyleminin toplumda var olan güç/iktidar sahibi oluşumların söylemlerinden bağımsız olmadığıdır (İnal, 1996, s. 97).

“Egemenler, "ötekilerin" iletişimsel haklarını, iletişimsel olaylar, söylem türleri, katılımcılar, konu, stil, konuşma eylemlerine özgürce ulaşmalarını önleyerek veya kendi çıkarları doğrultusunda onların kamu söylemine erişimlerini denetleyebilirler. Bunu yaparken de kamu zihinlerini (tutum, ideoloji, norm ve değerlerini) kendi çıkarları doğrultusunda manipüle edebilirler” (van Dijk’ten aktaran İnceoğlu ve Çomak, 2016, s. 31).

Van Dijk (1999): “Medyanın kamusal söylem üzerindeki etkisi, gerçekliğe dair farklı tanımlar, kimlikler, imajlar ve görüntüler inşa etmesi ve bu temsillerin bireyler tarafından içselleştirilmesi biçiminde gerçekleşmektedir.” Bu bakış açısına göre, medya yalnızca söylemlerin değil, söylemlerin inşa edilmesini sağlayan ideolojilerin de toplum tarafından içselleştirdiği bir kaynak pozisyonundadır. Medyanın farklı kanallar aracılığıyla yaydığı ideolojik düşünceler, söylem aracılığıyla öğrenilmekte ve içselleştirilmektedir. Son kertede medyanın, söylemi daha doğrusu nefret söylemini nasıl inşa ettiği sorusunun yanıtı, ideolojilerin söylemler vasıtasıyla ne şekilde vurgulandığı veya örtük duruma getirildiği sorusunda gizlidir (van Dijk’ten aktaran Göregenli, 2013, s. 59).

## Nefret Söylemi

Evrensel olarak kabul gören bir nefret söylemi tanımı bulunmamakla birlikte, 1997 yılında Avrupa Konseyi Bakanlar Kurulu tarafından kabul edilen “R (97) 20 sayılı” tavsiye kararında “nefret söylemi” şu şekilde tanımlanmıştır:

Hoşgörüsüzlüğe dayalı olarak ırkçı nefreti, yabancı düşmanlığını, anti-semitizmi yayan, teşvikeden, kışkırtan, savunan, öven ya da haklı gösteren her tür eylem biçimidir. Hoşgörüsüzlüğe dayalı nefret, saldırgan milliyetçilik, etnik merkezîyetçilik, ayrımcılık ve azınlıklara, göçmenlere ve göçmen kökenli kişilere karşı düşmanlık yoluyla ifade edilen hoşgörüsüzlüğü kapsamaktadır. Yani hoşgörüsüzlüğü yayan, teşvik eden, savunan, haklı çıkararak nitelikteki tüm ifade biçimleri nefret söylemi kapsamındadır (URL-1).

### **Medyada Nefret Söylemi**

Nefret söylemi sonuçları bakımından en fazla zarar verici olan ayrımcılık türüdür. Medya, nefret söylemine bir zemin hazırlanması konusunda benzersiz şekilde elverişli bir yapıya sahiptir. Yineleyerek tekrar edilen nefret söylemi, bir süre sonra kalıpyargılara dönüşüp “normal” olarak algılanabilir. Medya aracılığıyla yayılan nefret normalleşir ve sıradanlaşırsa tehlikeli sonuçları olabilmektedir.

Bir kişi ya da grubu, dini, dili, ırkı, milliyeti, cinsiyeti, yaşı, dünya görüşü, cinsel kimliği, bedensel engeli, sosyoekonomik sınıfı ya da dış görünüşü (ten rengi, kilosu, boyu) ile ya da herhangi bir özelliği nedeniyle küçük düşürmeye, baskılamaya ve her türlü önyargıyı, şiddeti körüklemek amacıyla yapılan kışkırtıcı nitelikte niyet içeren her eylem, nefret söylemine işaret eder (Göregenli, 2013, s. 67-68). Bir kişiye veya gruba karşı; etnik köken, dil, din, dünya görüşü ve cinsiyet eksenli yapılan her türlü ayrımcılık, “öteki”ne yaşam hakkı tanımamaktır. Ve nefret söylemi, nefret suçunu doğurabilmektedir.

Bu nedenle UNESCO 1983 yılında Paris toplantısında kabul edilen "Profesyonel Gazetecilik Etiği Uluslararası İlkeleri"nin 8. Maddesinde: "*Gazeteci, barış, demokrasi, insan hakları, toplumsal ilerleme ve ulusal özgürleşim gibi evrensel insani değerleri savunur...*" ifadesi kullanılmaktadır (İnceoğlu ve Sözeri, 2012, s 25).

9. maddesinde ise, "*Evrensel insani değerlere bağlı bir gazetecinin savaşı, şiddeti, nefreti, ayrımcılığı, ırkçılığı, baskıyı haklılaştıracak bir gazetecilik anlayışından uzak duracağı ve barış için çaba göstereceği*" vurgulanmaktadır (İnceoğlu ve Sözeri, 2012, s 25).

Öte yandan, Türkiye Gazeteciler Cemiyeti'nin (TGC) hazırladığı 1997 tarihli Türkiye Gazetecileri Hak ve Sorumlulukları Bildirgesi şöyle demektedir "Gazeteci en başta barış, demokrasi, insan hakları olmak üzere insanlığın evrensel değerlerini, çok sesliliği, farklılıklara saygıyı savunur. Milliyet, ırk, etnik köken, cinsiyet, dini inanç, dil, sınıf ve felsefi inanç ayrımcılığından bulunmadan tüm ulusların, bütün halkların ve bütün bireylerin haklarını ve saygınlığını tanır. İnsanlar, topluluklar ve uluslararası nefreti, düşmanlığı körükleyici, kışkırtıcı yayından kaçınır. Bir ulusun, bir topluluğun ve kişilerin kültürel değerlerini ve inançlarını veya inançsızlığını doğrudan doğruya saldırı konusu yapamaz." (İnceoğlu ve Sözeri, 2012, s 25).

Dünyada, Barış Gazeteciliği konusunda iki önemli isim olan Jake Lynch ve Annabel McGoldrick şu prensiplere vurgu yapmaktadır:

Var olan bir çatışmayı, karşıtlığı yalnızca iki tarafın çatışması gibi göstermekten imtina edilmelidir. Bu çatışmaya yol açan unsurlar takip edilmeli, aradaki bağlantıların izi sürülmeli, şiddetin sadece aynaya yansıyan tarafı değil aynı zamanda görünmeyen etkileriyle ilgili olarak da haber yapmanın yolları aranmalıdır. Devamlı olarak iki tarafın arasındaki farklılıklara vurgu yapmak yerine, ortak bir zeminde buluşma ihtimali gösteren nitelikte haberler yapılmalı ve “katliam, suikast, trajedi, soykırım” gibi kelimeler yerine göre kullanılmalı, bol keseden savrularak kullanılmamalıdır (İnceoğlu ve Sözeri, 2012, s 25).

Yukarıda anlatılan bilgilerin ışığında, barış gazeteciliği kavramı ile şu noktaya vurgu yapılmak istenmektedir: Medya kuruluşlarının; eksik, dramatize edilmiş, çarpıtılmış, zaman zaman paranoyaya varan kompto teorileriyle süslenen, geçmişte yaşanan acı, felaket, şiddet, nefret ve düşmanlığı körükleyen, kışkırtan haberleri gündemde tutmaktan ziyade, barış ve çözüme konsantre, insan hakları ve demokrasiden yana tavır alan, taraf takınan, ayrımcılık ve kutuplaşmayı körüklemeyen bir tavır takınması en önemlisi vatandaşların bilgi edinme haklarını ihlal etmemesi gerekmektedir (İnceoğlu ve

Sözeri, 2012, s 25).

## İdeoloji

İdeoloji kavramı medyada, politikada ve sosyal bilimlerde sıkça kullanılmaktadır. İlk defa 18. yüzyılın sonlarına doğru Fransız düşünür Destutt de Tracy telaffuz edilen ideoloji kavramına dair bu tarihten sonra yazılmış binlerce eser bulunmaktadır (Ateş, 2003, s. 14).

Destutt, ideolojiyle ilgili olarak bilge olarak addedilen insanların kafa yapısını değiştirmenin güç olduğunu ve “bilge” kişilerin zihninin sabit fikirlerle bezeli olduğunu söyler (Ateş, 2003, s. 14). Bu nedenle gençlere seslendiğini belirttiği ünlü bir kitabında der ki:

*“İlk defa bir arkadaşınız size çok saçma gelecek bir konuyla ilgili olarak eğer bir fikre inatla bağlanmışsa onu dikkatle izleyin. Arkadaşınızı, sizin için saçma olduğu ortada olan gerçekleri görmesinin imkânsız olduğu bir ruh hali içinde bulacaksınız. Yazar bu yazıyı fikir yürütme ve tüm yönleriyle değerlendirme yapabilmeleri için gençlere yönelik yazdığını belirtmiştir. Düşünce sahibi olmak ve bu düşünceleri ifade etmek ve bunları bir sıraya koymak aynı şey değildir ancak birbiriyle bağlantılı şeylerdir. En basit cümlede dahi bu işlemler vardır” (Ateş, 2003, s. 15).*

Bu alıntıdan yola çıkarak söylenebileceği gibi “ideoloji” nasıl düşündüğümüz, konuştuğumuz, ifade ettiğimiz, tartıştığımızdan başka bir şey değildir (Ateş, 2003, s. 15).

İdeolojiler bakıldığı zaman Tracy'nin yazısından da çıkarım yapılabileceği üzere bir inanç sistemi üzerine kuruludur. Militaristler kadar militarist olmayanlar vardır, komünistler kadar antikomünistler vardır, feminizm, liberalizm, pasifizm, ırkçılık ve ırkçılık karşıtları tüm bunlar ayrı ayrı ideoloji emsalleridir. Bu ideolojileri savunan grubun üyeleri kendi inançları doğrultusunda olayları yorumlamaktadır. Buradan, “ideolojiler bir grubun sahip olduğu köklü inaçlardır” şeklinde bir tanıma ulaşmak mümkündür (Ateş, 2003, s. 14-15).

Marksist yoruma göre ise ideolojiler, popüler ama özünde yanıltıcı nitelikte olan inançların statükoyu meşrulaştırmayı amaçlayan yanlış bilincin biçimleridir. Egemen grupların kendi menfaatlerine hizmet eden düşünce sistemleri olumsuz ideoloji kavramıyla özdeşleştirilmiştir. Bu olumsuz ideoloji kavramının politik kullanımı, yanlış, aldatıcı ve yanıltıcı kullanım şekilleri inanç sistemi ve sağduyuda en önemli faktör durumuna gelmiştir (Ateş, 2003, s. 16).

İdeolojiler toplumsal pratiklerin temeli olarak, yalnızca dünyayı anlamak bakımından değil, grup mensuplarının toplumsal eylemlerinin merkezi olarak da anlamlıdır. İdeolojiler çoğu zaman ikili karşıtlıklardan, çelişkilerden, grup çatışmalarından doğar ve bu nedenle tipik bir şekilde bize ve ona saldırırlar (Ateş, 2003, s. 17-18). İdeolojilerinden etkilenen önemli toplumsal pratiklerden bir diğeri ise söylemdir. Dilin kullanımı ve söylem ideolojileri nasıl kazandığımızı, öğrendiğimizi ve değiştirdiğimizi etkiler. Söylemimiz ideolojik temelli düşüncelerimizi ve bakış açılarımızı yansıtır (Ateş, 2003, s. 18).

## Eleştirel Söylem Analizi

Eleştirel söylem analizi modeliyle yapılan çalışmalar Türkiye’de belli bir sayıya ulaşmıştır. Bu modelin bu kadar kullanılmasının sebebi haberin yapısını daha da önemlisi haberin ideolojik sunumunu ortaya çıkarma konusunda daha fazla ön plana çıkıyor olmasındandır.

Van Dijk’a göre, eleştirel söylem analizi; “güç, hakimiyet, hegemonya, sınıf farkı, cinsiyet, ideoloji, ayrımcılık, çıkar, kazanç, yeniden inşa etme, dönüştürme, gelenek, sosyal yapı ya da sosyal düzen gibi temaları ön plana çıkaran ve araştırma alanı olarak bu konuları işleyen söylem analizi yöntemidir.” Fairclough’a göre ise eleştirel söylem analizi, “dili sosyal bir eylem biçimi olarak algılar ve söylemi toplumsal ve politik güç unsurlarını tartışan disiplinler arası bir analiz metodudur.” Öte yandan Fairclough, söylem analizinin belli kuralları olmadığına dikkat çekerek araştırmacıların konuya göre farklı yorumlar yapabileceklerine işaret eder. Fairclough ve Wodak (1997) eleştirel söylem analizinin temel prensiplerini şu şekilde ortaya koyar:

1. Eleştirel söylem analizi toplumsal problemlere odaklıdır.

2. Güç/İktidar ilişkileri söylemseldir.
3. Söylem, toplumu ve kültürü inşa eder.
4. Söylem, ideolojik olarak işler.
5. Söylem, tarihseldir.
6. Metin ve toplum arasındaki bağlantı dolayımlanmışır.
7. Söylem analizi yorumlayıcı ve açıklayıcıdır.
8. Söylem, toplumsal eylemlerin bir formudur.

(Fairclough ve Wodak'tan aktaran Durna ve Kubilay, 2010, s. 62-63)

“Van Dijk'a göre, eleştirel söylem çözümlemesi, öncelikle söylemin bizatihi kendisinden kaynaklanan ya da sonuçlanan eşitsizlik, haksızlık ve güç/iktidarın kötüye kullanılmasının söylemsel boyutlarıyla ilgilenmektedir.” Eleştirel söylem bilimcileri ise, eşitsizliğin ve egemenliğin yeniden üretiminde söylemin hayati rolüne dikkat çekmekte ve derinlemesine inmeye çabalamaktadırlar. Eleştirel söylem analizcileri, bazı konuların seçiminde rehberlik etmişlerdir. Eğer göçmenler, mülteciler ırkçılığa, kadınlar erkek egemenliğine, cinsel baskı ve şiddete uğruyorlarsa, bu durum ortaya konulmalıdır (van Dijk'den aktaran Özer, 2011, s. 54).

Güç/iktidar, bir grubun diğer grubun üyeleri üzerinde kontrolünü sağlamayı amaçlayan “bilişsel” bir süreçtir. Modern ve en etkili güç bilişsel güçtür. Diğerlerini ikna etmeye, yönlendirmeye, kendi menfaatleri doğrultusunda düşünmeye yönlendirme açık şekilde yapılabileceği gibi daha doğal görünen günlük konuşmalar, metinler vasıtasıyla tekrar üretilebilir ve rıza sağlanabilir. Eleştirel söylem çözümlemesi, meşru kontrol sistemleri, sosyal düzeni doğallaştırma ve özellikle de eşitsizlik ilişkilerinin söylemsel stratejileri üzerine yoğunlaşmak durumundadır. Daha çok insan üzerinde daha çok bağlam ve metinlerde daha çok kontrol, çoğunlukla daha çok etkiyle ve dolayısıyla da “hegemonya” kavramıyla ilişkilendirilmektedir. Egemenliğin söylemsel yeniden üretimi, eleştirel çözümlemenin temel nesnesi olmakla birlikte, hem “üretim” hem de “algılama” boyutunu içermektedir. Egemenlik kendi kendini olumlu, buna karşın diğerlerini olumsuz sunmakla kurulmaktadır” (van Dijk'tan aktaran Özer, 2011, s. 54-55).

## HABER ANALİZİ Hürriyet Gazetesi



Resim 1: Haber 1, Hürriyet Gazetesi (15.11.2016)

## Makro Yapı Analizi

### Tematik Yapı

Haberin Başlığı: “Nurtopu gibi 177 bin SURIYELİMİZ OLDU.”

Haberin girişi/Spot: “TÜRKİYE Halk Sağlığı Kurumu Başkan Yardımcısı Mehmet Ali Torunoğlu, ülkelerindeki savaş nedeniyle Türkiye’ye sığınan Suriyeliler ile ilgili Meclis Mülteci Hakları Alt Komisyonu’na çarpıcı bilgiler verdi.”

Fotoğraf: Haberde bir adet fotoğraf kullanılmıştır.

### Tematik Yapı Analizi

Haber başlığı “Nurtopu gibi 177 bin Suriyelimiz oldu” şeklindedir. Haberin başlığında okuduğumuz bu bilgi bizi metinde Suriyelilerin doğum oranı hakkında bir bilgi bulmaya yönlendiriyor. Ancak haberin giriş kısmında Türkiye Halk Sağlığı Kurumu Başkan Yardımcısı Mehmet Ali Torunoğlu’nun, Suriyeli sığınmacılara yönelik olarak verdiği bilgiler anlatılmıştır. Buradan başlıkta ifade edilen doğuma dair bir bilgi almamız mümkün değildir. Haberin devamında Türkiye’deki sığınmacılara yönelik olarak yapılan sağlık hizmetleri detaylandırılarak anlatılmaktadır. Haberde genel olarak Suriyeli sığınmacılara yapılan sağlık hizmeti aktarılmıştır. Bunun yanında doğum sayısı ve doğan bebek sayısı bilgisi verilmiştir. Haber başlığıyla olayın genel temasının yönü değiştirilmiştir. Haberin giriş kısmında ana temaya dair bir bilgi bulunmamaktadır. Ancak metnin devamında doğan Suriyeli bebek sayısı hakkında bilgi verilmiştir.

### Şematik Yapı

Ana Olayın Sunumu: Ana olayın ne olduğu bilgisi giriş kısmına verilmemiştir, haberin devamında aktarılan bilgilerle ana olaya dair açıklamalar yer bulmuştur.

Sonuçlar: Türkiye’de Suriyeli sığınmacılara yapılan genel sağlık hizmetleri hakkında bilgiler aktarılmıştır, bu bilgiler aktarılırken doğan Suriyeli bebek sayısına vurgu yapılarak ön plana çıkarılmıştır.

Ardalan/Bağlam Bilgisi: Haberde olayın öncesi, gelişimi aktararak ardalın ve bağlam bilgisi sunulmuştur.

Haber kaynakları: Haber kaynağı Türkiye Halk Sağlığı Kurumu Başkan Yardımcısı Mehmet Ali Torunoğlu’dur.

Olay taraflarının yorumu: Olayda, Türkiye Halk Sağlığı Kurumu Başkan Yardımcısı Mehmet Ali Torunoğlu’nun açıklamalarına yer verilmiştir.

### Şematik Yapı Analizi

Haber başlığında kullanılan “nurtopu gibi” sözü sağlıklı, tombul, güzel çocuklar için kullanılan bir deyimdir. Gündelik hayatta pozitif anlamda kullanılan bir kelime olsa da metin içinde gerçek anlamının dışına çıkılarak aslında alaycı bir üslupla iğneleme maksadıyla kullanılmıştır. Haber kaynağı olan yetkili kişiden aktarılan bilgiler “çarpıcı bilgiler verdi” şeklinde sunulmuştur. Bu ifade bize haberin içinde olağanüstü, dikkat çekici, şaşırtıcı boyutta bir bilgi aramaya itmektedir. Ancak metnin içinde sağlıklı ilgili verilen verilerin rakamsal olarak sunulması haricinde bir şey yoktur. Tek farklılık habere konu olan öznenin “Suriyeli göçmenler” oluşudur. Bu şekilde abartılı bir ifade kullanılmasının altında yatan neden ise Suriyeli göçmenler için yapılan sağlık harcamalarına dikkat çekmektir. Ve haberde “Suriyelimiz oldu” sözünün büyük harfle yazılarak öne çıkarılması göze çarpmaktadır.

Haberin alt metninde yatan düşünce, Suriyeli göçmenlerin bebeklerinin, Türkiye’de dünyaya gelmesinden duyulan hoşnutsuzluktur. Bir diğer ifadeyle doğum yoluyla Türkiye’de sayıları artan Suriyeli nüfusun demografik anlamda bir tehdit unsuru olarak algılanmıştır ve bu şekilde habere yansıtılarak bu durumdan duyulan memnuniyetsizlik ifade edilmiştir. Haberde verilen rakamsal ifadelerle (tedavi edilen hasta sayısı, yapılan ameliyatlar, doğum sayısı, sığınmacı sayısı) aslında göçmenlerin “maddi yükü” vurgulanmak istenmiştir.



### Mikro Yapı Analizi

Sentaktik Çözümleme: Cümleler açıklama yapan kişinin konuşmalarından aktararak aktif cümle yapısıyla sunulmuştur.

Bölgesel Uyum: Metinde, nedensellik, işlevsellik bağı kurularak bölgesel uyum sağlanmıştır.

Sözcük Seçimleri: “Suriyeliler”, “Suriyeli”, “nurtopu gibi”, “çarpıcı bilgi” “genç nüfus”, “doğum”, “sığınmacı”, “sağlık”.

Haber Retoriği: Haberde kullanılan anne ve bebek fotoğrafı, haberde verilmek istenen düşünceye uyumlu şekilde kullanılmıştır.



Resim 2: Haber - 2, Hürriyet Gazetesi (05.07.2017)

### Makro Yapı Analizi

#### Tematik Yapı

Haberin Başlığı: “HOŞGÖRÜYÜ ELDEN BIRAKMAYALIM.”

Haberin girişi/Spot: “Başbakan Yardımcısı Veysi Kaynak, mültecilerin karıştığı gerginliklerle ilgili sağduyu çağrısı yaparak, “Hoşgörü ve tahammülü elden bırakmayalım” dedi.”

Fotoğraf: 3 adet fotoğraf kullanılmıştır.

#### Tematik Yapı Analizi

Haberin başlığı “hoşgörüyü elden bırakmayalım” şeklindedir. Haberin başlığında enformasyon eksikliği vardır. Okurken kime karşı neden hoşgörülü davranmamız gerektiği netlik kazanmamıştır ve hoşgörülü olunacak ne tarz bir durumun var olduğuna dair bir kelime kullanılmamıştır. Spotta ise “mültecilerin karıştığı gerginlik” tanımlamasıyla hangi gruba hoşgöründe bulunulması gerektiği açıklığa kavuşmuş ancak milliyet verilmediği için yine bir muğlaklık söz konusudur. Okuyucu ancak haberin devamını okuduğu zaman bu haberin “Suriyelilerle” ilgili olduğunu kavrayabilir. Ayrıca hangi eylem nedeniyle sağduyulu olunması gerektiğine yine açıklama getirilmemiştir ve “gerginlik” kaynağı olan eylem belirsizdir.

#### Şematik Yapı

Ana Olayın Sunumu: Haberin içeriğinde detaylandırılmıştır.

Sonuçlar: Suriyeliler hakkında gerginlik yaratan bir durum olduğu belirtilmiş ve sağduyulu olma çağrısı yapılmıştır. Ancak haber fotoğraflarından denize girmek, mangal yapmak, parkta oturmak gibi resimlerden olayın abartılarak sunulduğu ve büyütüldüğü anlamı çıkmaktadır.

Ardalan/Bağlam Bilgisi: Olaya neden olan gerginliğin adı haberde net olarak ortaya konulmamıştır ve bu nedenle olayda bağlam bilgisi eksiktir.

Haber kaynakları: Hande Fırat, Başbakan Yardımcısı Veysi Kaynak.

Olay taraflarının yorumu: Haberde yalnızca başbakan yardımcısının sözlerine yer verilmiş, olayın diğer taraflarına söz hakkı tanınmamıştır.

### Şematik Yapı Analizi

Haberde Türkiye “ev sahibi ülke”, Suriyeliler ise “misafir” olarak konumlandırılmıştır. Haberin geneline baktığımızda Suriyeliler potansiyel bir suç unsuru, suç içeren eylemler gerçekleştiren insanlar olarak gösterilmiştir. Ve bir yandan “toplumsal hassasiyetlerimiz” hatırlatılırken bir yandan da “provokasyonlara gelmeme” çağrısı yapılmıştır. Sadece Ankara’daki bir olaya değinilmiştir –ki orada da olay hakkında bilgi verilmemiştir- bu durum da ortada aslında haberin başlığıyla ve içeriğiyle alakasız bir durum olduğuna işaret etmektedir. Kullanılan fotoğraflarda da parmak arası terlikle sıcak bir havada bankta oturan bir erkek, park ve mangal görüntülerine yer verilmiştir. Haberde kullanılan üst başlığın büyük harflerle ve büyük puntoyla yazılması dikkat çekmiştir. Ayrıca fotoğraf üstü yazısında da renkli harf kullanımı yapılmış büyük harf ve büyük puntoyla “gözde mekan Yeşilköy” yazılmıştır. Haberin alt metninde aslında Suriyelilerin kamusal alanlardaki varlığına karşı duyulan hoşnutsuzluk yatmaktadır ve milliyetçi bir söylem vardır.

### Mikro Yapı Analizi

Sentaktik Çözümleme: Haberde aktif cümle yapıları kullanılmıştır.

Bölgesel Uyum: Art arda sıralanan cümlelerin uyumu vardır.

Sözcük Seçimleri: “Gözde mekan Yeşilköy”, “Florya”, “hassasiyet”, “gerginlik”, “hoşgörü”, “sağduyu”, “Suriyeliler”, “kışkırtma”, “provokasyon”.

Haber Retoriği: Haberde kullanılan fotoğraflar “gerilim” sözünün hakkını verecek nitelikte olmamakla birlikte “toplumsal hassasiyetlere aykırı”, provokasyon yaratacak eylemlerden kastı doğrulayacak şekilde verilmemiştir ve uyumsuzdur.

### Sözcü Gazetesi



Resim 3: Haber 3, Sözcü Gazetesi (04.02.2016)

## **Makro Yapı Analizi**

### **Tematik Yapı**

Haberin Başlığı: “Türkiye turizmine Aylan bebek engeli!”

Haberin girişi/Spot: “RUSYA ile uçak krizi, PKK terörü, son olarak Sultanahmet’te patlayan bomba, Türk turizmini olumsuz etkiledi.”

Fotoğraf: Haberde bir fotoğraf kullanılmıştır.

### **Tematik Yapı Analizi**

“Türkiye turizmine Aylan bebek engeli!” başlığıyla sunulan habere konu olan Suriyeli üç yaşındaki Aylan bebektir. Haberin giriş kısmında Aylan bebeğin, Türkiye turizmini nasıl olumsuz etkilediğinin açıklaması mevcut değildir. Haber girişinde Suriyeli Aylan bebekten bağımsız olarak terör eylemlerinden, canlı bombadan ve politik krizlerden bahsedilmiştir. Haber girişi 5N-1K sorularına cevap vermemektedir.

### **Şematik Yapı**

Ana Olayın Sunumu: Ana olay haberin giriş kısmında değil devamında dile getirilmiştir.

Sonuçlar: Aylan bebeğin Türkiye’deki trajik ölümünün, Türkiye turizmini olumsuz olarak etkilediği öne sürülmüştür ve turizmin düşme nedeni olarak sunulmuştur.

Ardalan/Bağlam Bilgisi: Haberin öncesine, arka planına dair aktarımda bulunulmuştur.

Haber kaynakları: Zeynep Güranlı, CHP Milletvekili Haluk Pekşen.

Olay taraflarının yorumu: Olayda sadece bir politikacının yorumuna yer verilmiştir.

### **Şematik Yapı Analizi**

Haber başlığında kullanılan ünlem işareti konuya duygu ve tepki içeren bir gönderme olduğunu göstermiştir. Haberde ailesiyle Türkiye’den Kanada’ya yasadışı yollardan geçmeye çalışırken, Bodrum Akyarlar’da botun alabora olması sonucu kıyıya ölü bedeni vuran ve tüm dünyada mülteci dramının sembolü haline gelen Aylan Kurdi’ye gönderme yapılmıştır. Habere canlı bomba, uçak krizi ve terör olayları gibi olumsuz politik gönderme yapan kavramlarla giriş yapılarak, Aylan’ın kıyıya vuran sığınmacı bebek bedeni, suç içeren bu negatif kavramlarla aynı kefeye konulmuştur. Suriyeli Aylan bebek nezdinde aslında Suriyeli sığınmacılar hedef alınarak turizmin düşmesinin, turizme vurulan “darbenin” sorumlusu olarak gösterilmişlerdir. Haberin devamında ise politikacı görüşüne yer verilerek bu argüman desteklenmek istenmiştir.

### **Mikro Yapı Analizi**

Sentaktik Çözümleme: Haberde aktif yapı cümleler kullanılmıştır.

Bölgesel Uyum: Bölgesel uyum vardır.

Sözcük Seçimleri: “Türkiye”, “turizm”, “Ege”, “Aylan bebek”, “turizme darbe”, “Türk”, “Suriyeli”.

Haber Retoriği: Haberde kullanılan haber fotoğrafı uyumludur. “Aylan bebeğin dramı tüm Türkiye’yi ağlattı” cümlesiyle haberin negatif üslubu yumuşatılmaya çalışılmıştır.



Resim 4: Haber 4, Sözcü Gazetesi (18.05.2016)

### Makro Yapı Analizi Tematik Yapı

Haberin Başlığı: "Büyük nankörlük."

Haberin girişi/Spot: "Osmaniye'deki Düziçi Kampı'nda kalan sığınmacılar, "Dışarı çıkamıyoruz yemekler kötü, sağlık hizmeti yok. Burada adeta işkence çekiyoruz" dedi."

Fotoğraf: Haberde iki adet fotoğraf kullanılmıştır.

### Tematik Yapı Analizi

Haber başlığında, Suriyeli göçmenlerin "nankör" olmakla itham edilmiştir. Haberin başlığında enformasyon eksiltimi bulunmaktadır. Haberin spot kısmındaysa bu itham göçmenlerin "yemekler kötü", "sağlık hizmeti yok" "burada adeta işkence çekiyoruz" gibi ifadelerle gerekçelendirilmiştir. Haber başlığı ancak haberin spotu okunduğu zaman anlaşılabilir. Haber başlığından ve haberin spotundan hangi göçmenlerin "nankörlük" yaptığı sorusunun cevabı bulunmamaktadır.

### Şematik Yapı

Ana Olayın Sunumu: Ana olay haberin spotundan itibaren sunulmaya başlamış, metin içinde devam etmiştir.

Sonuçlar: Kamplarda kalan Suriyelilerin temel, insani talepleri nankörlük olarak addedilmiştir.

Ardalan/Bağlam Bilgisi: Haberin ardaalan ve bağlam bilgisi eksiktir, nankörlük ithamı doğru temellendirilememiştir. Bağlantısız örnekler verilmiştir.

Haber kaynakları: İngiliz The Guardian Gazetesi.

Olay taraflarının yorumu: Olayda yapılan bu ithama karşı göçmenlerin ne dediği hakkında bir bilgi yoktur.

### Şematik Yapı Analizi

Haberin genelinde, Suriyeli göçmenlerin kamp koşullarından olan yakınmaları başlıkta "büyük nankörlük" biçiminde sunulmuştur. Haber başlığı abartı ve hakaret içermektedir. Ayrıca esas olayın çarpıtılmasına yol açmıştır. Haberin detayına bakıldığı zaman haberin, The Guardian gazetesinin göçmenlerle yaptığı röportaja dayandığı görülmektedir. Metnin içinde göçmen "Ne kadar kötü durumda olduğumu bilemezsiniz. Çocuklarımla eziyet çekiyoruz. Yemeklerde böcek var, yenebilecek gibi değil. Ama çocuklarımla yemek alabileceğim durumum yok" şeklinde bir açıklama yapmıştır ve kamptan dışarı çıkamadığını, sağlık hizmeti alamadığını ifade etmiştir. "İnsan Hakları Evrensel Beyanname'si 14.

*Maddesi “Herkesin zulüm altında başka ülkelere sığınma ve sığınma haklarından yararlanma hakkının var olduğuna” dikkat çeker. Her bireyin insani koşullarda yaşama hakkı vardır. Kamp koşullarının insani koşullarda olmadığını dile getirmek ötekileştirme ve ayrımcılık nedeni olamaz. Temel bir insan hakkı olan, sağlık hizmeti talebinin “büyük nankörlük” olarak yansıtılması nefret söylemidir.*

### **Mikro Yapı Analizi**

Sentaktik Çözümleme: Aktif cümle yapıları kullanılmıştır.

Bölgesel Uyum: Haber bütünlüğü sağlanmıştır.

Sözcük Seçimleri: “Nankörlük”, “Osmaniye”, “kamp”, “göçmen”, “Suriyeliler”, “TheGuardian”, “Avrupa Birliği”.

Haber Retoriği: Haberde kullanılan fotoğraflar haber bütünlüğüne uygundur.

### **Cumhuriyet Gazetesi**



**Resim 5:** Haber 5, Cumhuriyet Gazetesi (13.07.2016)

### **Makro Yapı Analizi Tematik Yapı**

Haberin Başlığı: “Buca’da Suriyeli gerginliği.”

Haberin girişi/Spot: “Konya’da yaşanan olayların ardından İzmir’in Buca ilçesinde yurtttaşlarla Suriyeliler arasında gerginlik yaşandı.”

Fotoğraf: Haberde bir fotoğraf kullanılmıştır.

### **Tematik Yapı Analizi**

Haber başlığında bir gerginlik ortamı olduğundan bahsedilmiştir. Haber girişinde yer alan ifadeden, bu gerginliğin nedeni anlaşılmemakta ve Konya’da yaşanan bir diğer olaya gönderme yapılmaktadır. Ancak haberin devamını okuduğumuz zaman gerginliğin nedenini öğrenilebilmektedir. Haber girişinde “Suriyeliler” denilerek genelleme yapılmış ve Buca’da yaşayan diğer Suriyeliler de zan altında bırakılmıştır.

### **Şematik Yapı**

Ana Olayın Sunumu: Ana olayın sunumu başlıkta başlamıştır ve haberin devamında, giriş bölümünden başlayarak diğer ayrıntıları anlatılmıştır.

Sonuçlar: Buca’da mahallede çıkan kavganın büyümesi, iki Türkiyeli’nin yaralanması ve olaya karışan göçmenlerin kaçması anlatılmıştır.

Ardalan/Bağlam Bilgisi: Haberde önceki olay da yeni olaya dahil edilerek bağ kurulmuştur.



Haber kaynakları: Doğan Haber Ajansı (DHA).

Olay taraflarının yorumu: Olayda taraf yorumuna yer verilmemiştir.

### Şematik Yapı Analizi

Haberde Buca'da "gerginlik" söylemiyle tehditkâr bir atmosfer yaratılmıştır. Haberin girişinde Türkiyeliler "yurttaş", "mahalleli" olarak konumlandırılırken diğer taraf "Suriyeliler" denilerek genelleme yapılmıştır. Hem de "biz-onlar" ayrımı yapılarak taraf tutulmuştur. Olay iki Türkiyeli kişi ile sayısı belirtilmeyen ancak az olduğu anlaşılan Suriyeli kişiler arasında geçmektedir. Gürültü nedeniyle çıkan tartışma mahallelinin toplanmasıyla büyümüştür ve olay şiddet eylemine evrilmiştir. Ancak burada kitlesel olarak toplanan halka vurgu yapılmamış ve sadece Suriyelilere dikkat çekilmiştir. Bir taraf daha masumlaştırıcı söylemle anlatılırken, "öteki" taraf kriminalize edilmiştir. Aslında gürültü nedeniyle özellikle yaz aylarında iki Türkiyeli aile arasında da yaşanabilecek hadise, olayın tarafı "Suriyeliler" olunca iki tarafın çatışması olarak yansıtılmıştır ve mahalledeki kavganın temelinde var olan "nefret" in üzerinde durulmamıştır. Haberin sağ tarafındaysa Konya'da yaşanan olay emsal gösterilerek sadece bir tarafı haklılaştırıcı bir algı yaratılmıştır.

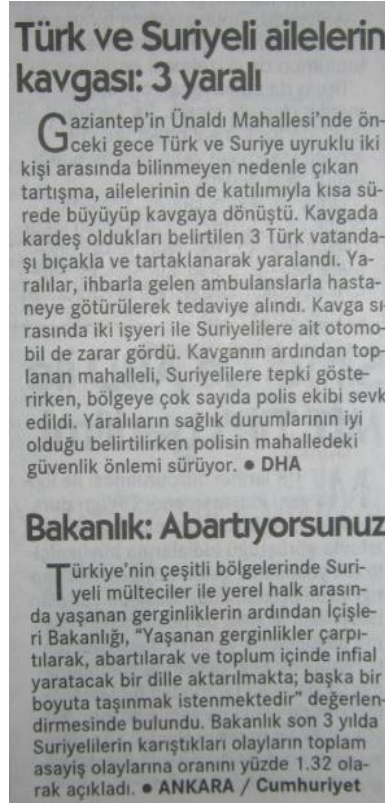
### Mikro Yapı Analizi

Sentaktik Çözümleme: Haberde aktif cümle yapıları kullanılmıştır.

Bölgesel Uyum: Haber bir bütünlük içinde sunulmuştur.

Sözcük Seçimleri: "Buca", "Konya", "gerginlik", "yurttaş", "mahalleli", "Suriyeli", "Türkiyeli", "Suriyeliler", "gürültü", "kavga", "polis", "emniyet".

Haber Retoriği: Haberde fotoğraf uyumlu şekilde kullanılmıştır.



Resim 6: Haber 6, Cumhuriyet Gazetesi (06.07.2017)

## **Makro Yapı Analizi**

Haberin Başlığı: “Türk ve Suriyeli ailelerin kavgası: 3 yaralı.”

Haberin girişi/Spot: “Gaziantep’in Ünalı mahallesi’nde önceki gece Türk ve Suriye uyruklu iki kişi arasında bilinmeyen nedenle çıkan tartışma ailelerin de katılımıyla kısa sürede büyüüp kavgaya dönüştü.”

Fotoğraf: Haberde fotoğraf kullanılmamıştır.

## **Tematik Yapı Analizi**

Haber başlığında “Türk-Suriyeli” vurgusu yapılarak “biz-onlar” söylemi yaratılmıştır. Haber girişinde olayın neden kaynaklandığı net olarak ortaya konulmamıştır. Bunun haricinde diğer sorulara giriş paragrafında cevap alınabilmektedir. Haber girişi, haberin başlığının devamı niteliğinde tamamlıyıcıdır.

## **Şematik Yapı**

Ana Olayın Sunumu: Ana olay haberin girişinde sunulmuştur.

Sonuçlar: Türkiyeli ve Suriyeli ailelerin kavgası üç kişinin yaralanmasıyla sonuçlanmıştır.

Ardalan/Bağlam Bilgisi: Haberde neden-sonuç ilişkisi kurulmuştur.

Haber kaynakları: Doğan Haber Ajansı (DHA), İçişleri Bakanlığı.

Olay taraflarının yorumu: Olayın esas taraflarının yorumuna yer verilmemiştir ancak bakanlığın genel bir açıklaması mevcuttur.

## **Şematik Yapı Analizi**

Haberde Gaziantep’te Türk ve Suriyeli iki kişi arasında başlayıp büyük çaplı bir kavgaya uzanan olay kavga aktarılmaktadır. İki kişi arasındaki olay ailelerin de karışmasıyla büyümüştür ve üç kişinin yaralanmasına neden olmuştur. Kavga sırasında hangi tarafa ait olduğu açıklanmayan iki dükkanın zarar gördüğü ve “Suriyelilere” ait olduğu söylenen bir otomobilin zarar gördüğünden bahsedilmiştir. Zarar verenin kim olduğu belirsizdir. Edilgen çatılı bir eylem kullanılarak olayı gerçekleştiren taraf korunmak istenmektedir. Haberde zarar gören arabanın kavga eden Suriyelilere mi ait olduğu yoksa o bölgede yaşayan ve olaya karışmayan bir Suriyeli göçmenin mi arabası olduğu bilgisi verilmemiştir. Haberin bir çok yerinde enformasyon eksiltimi vardır. Haberde “biz-onlar” ayrımı yapılmıştır. Haberde bakanlığın olayların abartıldığına ve Suriyelilerin suç oranının aslında düşük olduğuna dair açıklamasına yer verilmiştir. Ancak haberin başlığı yapılan bu açıklamanın inandırıcı olmadığı yönünde bir algı oluşturur. Haber başlığı, üç yaralı bilgisi ön plana çıkartılmayarak da verilebilirdi. Başka şekilde vermek mümkünken, Suriyeli göçmenlerin suç potansiyelinin yüksek olduğunu düşündürmek amacıyla başlık seçimi özellikle yapılmıştır.

## **Mikro Yapı Analizi**

Sentaktik Çözümleme: Haberde pasif/edilgen cümle yapılarının yanında aktif cümleler de kullanılmıştır.

Bölgesel Uyum: Cümlelerin konu bütünlüğü içinde sıralanışı uyumludur.

Sözcük Seçimleri: “Türk”, “Suriye”, “Suriyeli”, “aile”, “yaralı”, “Gaziantep”, “mahalleli”, “kavga”, “ambulans”, “tartaklanma”, “vatandaş”, “işyeri”, “polis ekibi”, “gerginlik”, “mülteci”, “bakanlık”.

Haber Retoriği: Haberde fotoğraf kullanımı yoktur, haberde verilen detaylar örtük olarak verilmiştir.

## Posta Gazetesi



Resim 7: Haber 7, Posta Gazetesi (08.07.2016)

### Makro Yapı Analizi Tematik Yapı

Haberin Başlığı: “BOMBACILARDAN sığınmacı kartı çıktı.”

Haberin girişi/Spot: “Hatay Reyhanlı’da önceki gün bir evde bomba patlamış ve bombayı hazırlayan iki Suriyeli ölmüştü. Evde tabanca ve susturucu bulunurken mutfakta olduğu için kurtulan kadın gözaltına alındı. Ölen Suriyelilerin Usam İsa ile Rahmi Hadad olduğu belirlendi. 2 ay önce Reyhanlı’daki eve yerleşen Suriyelilerin hangi terör örgütüyle bağlantılı oldukları araştırılıyor. Usam İsa ile Rahmi Hadad, Türkiye’nin desteklediği Suriye’deki muhaliflerden de olabilir.”

Fotoğraf: Haberde üç fotoğraf kullanılmıştır.

### Tematik Yapı Analizi

Haberin başlığında verilen bilgi ile, haberin giriş kısmında yapılan açıklama birbirini bütünlemektedir. Haberin girişinde 5N-1K sorularına cevap alınmaktadır. Haber başlığında yer verilen ifade genelleştirme anlamı taşımaktadır.

### Şematik Yapı

Ana Olayın Sunumu: Ana olay haberin girişinde sunulmuştur.

Sonuçlar: Hatay Reyhanlı’da bomba yapımında bulunan iki Suriyeli ölmüştür. Ölen bu kişilerin üzerinden haberde göçmenlere vatandaşlık verilmesi konusuna gönderme yapılarak Suriyeli göçmenler potansiyel suçlu olarak gösterilmiştir.

Ardalan/Bağlam Bilgisi: Haberde olaylar neden-sonuç ilişkisi içinde sunulmuştur.

Haber kaynakları: Ferhat Dervişoğlu, CHP Hatay Milletvekili Hilmi Yarayıcı, CHP Gaziantep Milletvekili Mehmet Gökdağ.

Olay taraflarının yorumu: Olayda milletvekili yorumlarına yer verilmiştir ve şüphelilerden birinin eşinin yorumuna yer verilmiştir.

### Şematik Yapı Analizi

Haberin başlığında yer alan “BOMBACILARDAN sığınmacı kartı çıktı” ifadesini inceleyecek olursak, “bombacı” sözcüğünün büyük harfle ve daha büyük puntuyla yazıldığı görülmektedir. Haberde ayrıca



göçmenlerin bombacı olduğuna dair genelleyci bir algı yaratılmaya çalışılmıştır. Haberde “sığınmacı mı cihatçı mı” alt başlığına yer verilmiştir. Haber kaynağı üzerinden Suriyelilere vatandaşlık verilmesi gündemine göndermeler yapılmaktadır. O dönem sayıları dört milyona yaklaşan Suriyelilerin yaratabileceği tehlikeye gönderme yapılarak vatandaşlık hatırlatması yapılmıştır. Haber fotoğrafı üzerindeki “Bunlar mı vatandaş yapılacak?” yorumu ise aslında Suriyeli göçmenlerin vatandaş yapılma ihtimalleriyle ilgili bir uyarı ve yönlendirme anlamı taşımaktadır. Haberde genel olarak Suriyelilerin potansiyel suç unsuru olduğuna gönderme yapılmıştır ve Suriyelilere vatandaşlık verilmesi konusundan duyulan memnuniyetsizlik ifade edilmiştir.

### Mikro Yapı Analizi

Sentaktik Çözümleme: Haberde kadınların gözaltına alındığı söylenmiştir ama kimin gözaltına alındığı bilgisi verilmemiştir. Bu nedenle edilgen çatılı eylemlerin yer aldığını söyleyebiliriz. Haberde hem aktif hem de pasif cümle yapıları kullanılmıştır.

Bölgesel Uyum: Nedensellik, işlevsellik bağları doğrultusunda olay örgüsü kurulmuştur.

Sözcük Seçimleri: “Bombacı”, “Suriyeli”, “Suriye”, “Türkiye”, “Hatay”, “Reyhanlı”, “milletvekili”, “sığınmacı”, “cihatçı”, “vatandaşlık”, “referandum”.

Haber Retoriği: Haberde kullanılan fotoğraflar haber bütünlüğüyle uyumludur.



Resim 8: Haber 8, Posta Gazetesi (11.07.2016)

### Makro Yapı Analizi Tematik Yapı

Haberin Başlığı: “TEHLİKELİ GERİLİM.”

Haberin girişi/Spot: “Konya Beyşehir’de 4 Suriyeli genç yolda bir sokak köpeğini tekmeledi. Bunu gören Mehmet Bayraktar (18) olaya müdahale edince bıçaklı kavga çıktı.”

Fotoğraf: Haberde bir fotoğraf kullanılmıştır.

### Tematik Yapı Analizi

Haber tehditkâr bir havada sunulmuştur. Haberde büyük harf ve büyük puntoyla yazılan “tehlikeli gerilim” başlığından neden bu gerilimin kaynağı hakkında herhangi bir ipucuna ulaşılamamaktadır. Genelleyici bir başlık olmuştur, hangi konuyla veya kiminle alakalı olduğu anlaşılamamaktadır. Haberin girişine bakıldığında olayla ilgili bilgilerin 5N-1K kuralına göre aktarıldığı görülmektedir.

### Şematik Yapı

Ana Olayın Sunumu: Ana olayın sunumu giriş paragrafında başlayıp diğer paragraflarda devam etmiştir.

Sonuçlar: Türkiyeli ve Suriyeli grup arasında çıkan tartışma, kavgaya dönüşmüştür. Polis olayları yatıştırmakta zorlanmıştır.

Ardalan/Bağlam Bilgisi: Haberin nedensellik bağı kurulmuştur ancak arada örtük olan bilgiler vardır.

Haber kaynakları: Haber kaynağı belli değildir.

Olay taraflarının yorumu: Olay taraflarının yorumuna yer verilmemiştir.

### Şematik Yapı Analizi

Haberin giriş kısmında dört Suriyeli ile bir Türk arasında köpek tekmeleme nedeniyle bir kavganın yaşandığı bilgisi aktarılmaktadır. Bu kavga sonucunda Mehmet Bayraktar ve İbrahim isimli Suriyeli göçmen ölmüştür. Haberin bu kısmına kadar bir mantık hatası ya da çelişme yoktur. Ancak bundan sonra haberde mantık hataları başlamaktadır. Metnin devamında üç Suriyeli göçmenin hastaneye kaldırıldığı, ölen Türk'ün yakınları tarafından linç edilmek istendikleri ve iki Suriyelinin durumunun ağır olduğu bilgisi aktarılmaktadır. Ayrıca durumu ağır olan yaralılar sevk edilmeye çalışıldığında da engelleme girişimleri olmuştur ve polis olayları yatıştırmakta güçlük çekmiştir. Olayda Türkiyeli nasıl dört Suriyeli göçmenin birini öldürmek, diğer üçünü (ikisi ağır yaralı olmak üzere) yaralamak eylemini gerçekleştirebilir? Buradan haberde anlatılmayan boşlukların, saklanmak istenen önemli detayların olduğu anlamı çıkmaktadır. Diğer üç kişinin yaralanması iki grubun karşı karşıya geldiğini göstermektedir. Haberde enformasyon eksiltimi yapılmıştır, bazı gerçekler kasıtlı olarak saklanmıştır. Haberde Suriyelilere karşı bir nefret söylemi inşa edilmiştir. Bu şekilde açık bir biçimde taraf tutulmuş ve milliyetçi bir tutum izlenmiştir.

İki kişi arasında yaşanan bir kavgadan bahsedilmiştir. Olayın neden başladığı ve nasıl gerçekleştiği bilgisi aktarılmıştır.

### Mikro Yapı Analizi

Sentaktik Çözümleme: Haberde iki kişinin öldüğü bilgisi vardır ancak kimin öldürdüğü gizlenmiştir. Cümlede hastaların sevkinin engellenmeye çalışıldığı bilgisi verilmiş ama kimin sevki engellediği belirsizdir. Haberde hem pasif hem de aktif cümle yapıları vardır.

Bölgesel Uyum: Nedensellik, işlevsellik ilişkisi kurulmuştur.

Sözcük Seçimleri: “Tehlike”, “gerilim”, “Suriyeli”, “kavga”, “polis”, “yatıştırma”, “ölüm”, “linç”.

Haber Retoriği: Haberde kullanılan fotoğraf uyumludur.

### SONUÇ

Medya, düşünce ve kanaatlerimizi şekillendirerek algımıza etki etmektedir. Suriyeli göçmenlerle ilgili yapılan haberler toplumun Suriyeli göçmenlerle ilgili bakış açısını da etkilemektedir. Haberler incelendiği zaman Suriyeliler şeklinde tanımlama yapılarak genelleştirme içeren ifadelerle yer verildiği görülmüştür. Yapılan genelleştirmelerle, olumsuz eylemlerin bütün Suriyelilere atfedilmesi durumu söz konusudur. Haberlerde enformasyon eksiltimi yapılarak olayın bütün yönlerinin fark edilmesi ve objektif olarak değerlendirilmesi engellenmiştir. Bazı haberlerde, haber içeriğinde geçen ifadelerle olayların gerçek yönü değiştirilerek verilmiştir.

Haberlerde özellikle Suriyelerle ilgili olumsuz olaylardan bahsederken, büyük harf, büyük punto kullanımı ve duygu belirten noktalama işaretlerinin kullanımı dikkat çekmiştir. Haberlerde bazı ifadelerin üstü örtülerek bazı anlamlar gizlenmiştir. İncelenen haberlerde genel olarak milliyetçi bir söylem hakimdir. Bazı haberlerde milliyetçi ifadelerin yer yer yumuşatılarak verildiği görülmüştür. Haberlerde varsayım dayalı ifadelerle, yönlendirici nitelikte başlıklara, yargı içeren ifadelerle, peşin hükümlere, keskin ve dışlayıcı söylemlere yer verilmiştir. Abartma, çarpıtma içeren ifadeler sıklıkla yer almış ve Suriyelilerle ilgili olumsuz olaylardan bahsedilirken kelimelere negatif anlamlar yüklenerek,

tehditkâr bir havada sunulduğu görülmüştür. Yinelemelere, metaforlara ve farklı çağrışımlar yapan nitelermelere yer verilmiştir. Suriyelilerle ilgili büyük çaplı olumsuz olaylar söz konusu olduğunda kullanılan fotoğraf sayısının arttığı görülmüştür.

Haberlerde ülkedeki göçmenler arasında açık ara farkla en çok temsil edilenler Suriyelilerdir. Suriyelilerden sonra Afganlar gelmektedir. Haberlerde sık sık Türk-Suriyeli kıyaslaması yapılmıştır. Haberlerde “biz-onlar” kıyaslaması yapılmış, “biz-onlar” kutuplaşması yaratılmıştır. Bir şiddet olayında, olumsuz bir olayda Suriyeli göçmenlerin yaptığı eylemler etken çatıyla, aktif cümle yapısıyla ifade edilirken, olumsuz eylemin başrolü Türkiyeliler olunca yapılan eylemlerin edilgen çatılı yüklemlemlerle ifade edildiği, öznenin gizlenmek istediği, bir tarafın korunmak istendiği görülmüştür. Olumsuz olayı gerçekleştiren taraf Türkiyeliler olduğu zaman “yurttaş”, “mahalleli”, “vatandaşlar” ya da “öfkeli kalabalık” olarak nitelendirildikleri görülmüştür. Ancak olumsuz fiili gerçekleştirenler Suriyeli olunca öcüleştirmektedirler. Türkler ve Suriyeliler arasında yaşanan bir kavganın haberi yapıldığında iki tarafa eşit söz hakkı verilmediği, çoğunlukla Suriyeli tarafın olay hakkındaki yorumunun haberde yer bulmadığı görülmektedir.

Haberlerde Suriyeliler sağlık, eğitim, barınma gibi kalemler için yapılan harcamalar gerekçe gösterilerek maddi bir yük olarak tanımlanmıştır. Haberlerde, Suriyelilerin doğum oranlarından duyulan rahatsızlık, üstü kapalı memnuniyetsiz ifadelerle yer bulmuştur. Suriyeliler haberlerde demografik bir tehlike olarak gösterilmiştir. Haberlerde piknik yapmak, mangal yapmak, denize girmek gibi sıradan insan davranışları gerilim unsuru olarak sunulmuştur. Provokasyon, gerilim, suç gibi kelimeler böyle haberlerde sıkça tekrar edilmiştir, yinelenmiştir. “Biz-onlar” ayrımı yapılarak bir taraf daha masumlaştırılarak ifade edilirken “öteki” taraf kriminalize edilmiştir.

Haberlerde Suriyeliler, suç makinası olarak gösterilmiştir. Medya aracılığıyla, Suriyelilerin problem kaynağı oldukları, güvenlik tehdidi oluşturdukları, sürekli olaylara karıştıkları, huzur bozduklarına dair bir algı oluşturulmuştur. Haberlerde kullanılan dil aracılığıyla Suriyelilerin, potansiyel suçlu, potansiyel tehdit unsuru olarak sunuldukları görülmüştür. Haberlerde, Suriyeliler çevre kirliliğinin sorumlusu, turizmin düşme nedeni olarak sunulmuştur. Bulaşıcı hastalıkların artış göstermesine sebep oldukları iddia edilmiştir ve toplumun geneli için sağlık tehdidi oluşturdukları imgesi uyandırılmıştır. Suriyeli göçmenler, artan işsizlik oranının sorumlusu olarak gösterilmiştir ve maddi bir yük olarak tanımlanmıştır. İşsizliğin yükselmesinin, ekonominin bozulmasının sorumlusu olarak gösterilmiştir.

İncelenen gazetelerde yazılan haberler göz önünde bulundurulduğu zaman, Sakarya’da yanındaki çocuğuyla beraber hamileyken katledilen Suriyeli Emanî Al Rahmun cinayeti gerçekleşmeden önceki iki haftalık periyodik dönemde anaakım medyada çıkan haberlerde Suriyelilere yönelik olarak nefret söylemi içeren haberlerde bir artış olduğu görülmektedir.

Özellikle cinayetin işlendiği hafta, Hürriyet Gazetesi ve Sözcü Gazetesi’nde, Suriyeli göçmenlerle ilgili olumsuz algı yaratacak nitelikte, nefret söylemi içeren haberler önceki haftalara nazaran yükselişe geçmiştir. Cumhuriyet ve Posta Gazetesi’nde yer alan haberlerin dilinin daha ılımlı olduğu söylenebilir. Emanî Al Rahmun cinayetinin ardından, medyada Suriyeli göçmenlerle ilgili çıkan haberlerde haber dilinin yumuşaması dikkat çekicidir.

Haber dilinin nefret söyleminden arındırılmış olması gerekmektedir. Medya nefreti körüklemek, kışkırtıcı söylemlerde bulunmak yerine, barışçıl, kucaklayıcı bir dili benimsemeli, ayrımcı, ötekileştirici söylemlerden uzak kalmalıdır.

Bilhassa medya aracılığıyla yayılan nefret söylemi konusunda yapılan haberler ve değerlendirmeler ifade özgürlüğü ve konuşma özgürlüğü bağlamında değerlendirilse bile unutulmamalıdır ki nefret söylemini yaygınlaştırmanın sonucu ölümcül olarak tezahür edebilir. Medyada nefret söylemi özgürlük meselesi olmaktan ziyade bir suçtur. Bir suçun ortaya çıkmasına elverişli bir zemin hazırlamaktır. Söylem eylemleri mümkün kılmaktadır. Söylem eylemi toplum nezdinde kabul edilebilir hâle getirmektedir. Söylem eylemi tetiklemektedir. Bir cinayetin işlenmesi için her zaman katilin eline silah vermek gerekmez. Kullanılan dile özen gösterilmezse sonuçları geri almamayacak boyutta bir şiddetin ve sosyal adalet dengesinin bozulmasının ortaya çıkması işten değildir. Toplumsal denge, barış ve

huzurun egemen olması için medyanın söylemlerine özen göstermesi elzemdir.

#### **KAYNAKÇA**

Ateş, N. (2003). Söylem ve İdeoloji: Çok Alanlı Bir Yaklaşım Teun Van Dijk. *Söylem ve İdeoloji: Mitoloji, Din, İdeoloji*, (s.14-18) der. Barış Çoban ve Zeynep Özarlan. İstanbul: Su Yayınları.

Bayrak, T., Koç Alamaslı, I. ve Yengin, D. (2021). Yeni Medya ve Kamusal Alan Kavramı: 2020 Tokyo Olimpiyatları ve 4. Dünya İşitme Engelliler Kadın Voleybol Takımı Örneği. N. Büyükbaykal ve M. Yılmaz (Ed.) Spor ve Medya İlişkisi içinde (s. 231-255). Konya: Eğitim Yayınevi.

Çınar, M. (2013). Habercilik ve Nefret Söylemi. *Medya ve Nefret Söylemi: Kavramlar, Mecralar, Tartışmalar*, (s. 137-155) Mahmut Çınar (ed.) İstanbul: Hrant Dink Vakfı Yayınları.

Durna T. ve Kubilay Ç. (2010). Söylem Kuramları ve Eleştirel Söylem Çözümlemeleri. *Medyadan Söylemler*, (s. 62-63) der. Tezcan Durna. İstanbul: Libra Yayıncılık.

Göregenli, M. (2013). Temel Kavramlar: Önyargılar, Özgü İnançlar ve Ayrımcılık. *Medya ve Nefret Söylemi: Kavramlar, Mecralar, Tartışmalar*, (s. 59-68) Mahmut Çınar (ed.). İstanbul: Hrant Dink Vakfı Yayınları.

İnal, A. (1996). Haberi Okumak. İstanbul: Temuçin Yayınları.

İnceoğlu, Y. ve Çomak, N. (2016). Teun A. Van Dijk. *Metin Çözümlemeleri*, (s. 19-36) der. Yasemin İnceoğlu ve Nebahat Çomak. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

İnceoğlu, Y. ve Sözeri, C. (2012). Nefret Suçlarında Medyanın Sorumluluğu: Ya sev ya terk et ya da... *Nefret Söylemi ve/veya Nefret Suçları* (s. 25) Yasemin İnceoğlu (ed.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Özer, Ö. (2011). Haber Söylem İdeoloji. Konya: Literatürk Yayınları.

Rigel, N. (2016). Umberto Eco'yla Metin Okuma, Metinde "Tutuklu Anlamı" Özgürleştirme Yöntemi. *Metin Çözümlemeleri*, (s.94) der. Yasemin İnceoğlu ve Nebahat Çomak. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

#### **İNTERNET KAYNAKLARI**

URL-1 <http://www.nefretsoylemi.org/detay.asp?id=21&bolum=makale> (Erişim Tarihi: 25.04.2019).

## SUBMISSION

The format for articles published in IBAD follows the recommendations of the American Psychological Association (APA) Publication Manual (6th ed.) The APA Publication Manual is available online at <http://www.apastyle.org/manual/> and can be found in most institutional libraries.

Ensure that your manuscript files conform to our formatting requirements: **Acceptance Conditions for Articles:**

\*All manuscripts should be at least 4000 words (including the abstract and all references, tables, figures, appendices and endnotes).

\*All submitted manuscripts must be prepared in strict accordance with the 7th edition of the Publication Manual of the American Psychological Association (APA; see <http://www.apastyle.org/> or <https://owl.english.purdue.edu/owl/resource/560/01/>).

\*Please click here to see detailed explanation and samples for APA 6.0

\*The title of the article must be written in, bold and big letters, 14 font size, times new roman font and centered.

\*The name of the writer(s) should be centered and written in times new roman font and 11 font size.

\*The title of the writer(s), the institutional information, and email addresses should be centered and written in arial font and 11 font size (the information should be listed under the name of the writer(s)).

\*The abstract should be written in Turkish and in English. It should be between 200-300 words, written in times new roman font, 11 font size with a 1 line spacing, and the paragraph justified.

\*The English and Turkish articles should mention the aim and method of the study. The articles which do not mention these will not be evaluated.

\*There should be a maximum of five key words listed under the abstracts.

### Writing Rules

All work submitted to our journal should have the following characteristics: As the basic spelling rules, works sent must be written in accordance with the APA (6.0) style. Examples and exceptions are listed below: Notes and references should be separated. The notes should be numbered in the text and should be given as "footnotes". References should be organized according to the APA system.

### Editing of Topics

MAIN TITLE all letters large, 14 points and bold, INTRODUCTION, ABSTRACT, RESULT AND BIBLIOGRAPHY all letters are large, left-justified, 11 points, bold, Headings are capitalized, left-justified, 11 points, bold, Subheadings, initials are capitalized, italic, parallel to paragraph, 11 point, bold.

Entries must be written in a Microsoft Word program and the page metrics must be organized as follows:

Paper Size: A4 Portrait

Top Margin: 2.5 cm

Bottom Margin: 2.5 cm

Left Margin: 2.5 cm

Right Margin: 2.5 cm

Paragraph Head: 1 cm

Block Quote: Left 1 cm

Font: Times New Roman

Font Style: Normal

Main Text Size: 11 point

Block Quote: 9 points

Footnote Text Size: 9 points

Inside the Table: 9 points

Paragraph Spacing: 6 nk

Line Spacing: Single (1)

## REFERENCE PRINCIPLES

In the reference part, only referred sources in the article should be included and the alphabetical order should be followed according to the surname of the author.

### In-Text Resource Display

In the works, the opinions of others should be shown as quotation or reference.

Short quotes should be shown in quotation marks. Quotes longer than 4 lines should be written as a separate paragraph, 1 cm inside and 11 pt.

In this case, quotation marks should not be used.

In the references, surnames, date of publication, and page number information must be given in parentheses. In the case of one and two authored publications, the surnames of both authors should be included in parentheses.

With more than two author references, only the first author's surname should be given and 'and others' statement should be used for other authors.

In publications written by legal entities, the abbreviation can be made after the first reference if the legal entity name is too long or the abbreviated form is very known. If it is decided to use the abbreviation, the name of the institution should be written in the first submission and the abbreviation should be given in square brackets next to it.

If it is referred to different publications published on the same date, the words "a, b, c, ..." should be used in order to distinguish the publications from each other, and this usage should be included both in the bibliography section and the references in the text.

### Reference Examples

Reference to books and articles of a single author:

In text (book):

(McQuail, 1987: 55).

– Reference to more than one work of same writer in the same year:

(McQuail, 1987a: 55; 1987b: 40).

-If the writer has quoted from another author:

(Transcribed by McQuail, 1987a: 55).

In Bibliography:

McQuail, Denis, (1987). *Mass Communication Theory: An Introduction*, Beverly Hills, CA: Sage Publication Inc.

Cavit, Binbaşıoğlu, (1988a). *General Teaching Methods*, Ankara: Binbaşıoğlu Publishing House.

Cavit, Binbaşıoğlu, (1988b). "The Impact of Homework on Learning", *Education*, 65, 362-369.

In the text (article):

(Varis, 1984: 32).

In Bibliography:

Varis, Tapio, (1984). & Quot; International Flow of TV Programs & quot ;, *Journal of Communication*, 34 (1), pp.143-152.

Books and articles of two authors:

In text (book):

(Perelman and Olbrecht, 1971: 10).

In Bibliography:

Perelman, C. and Olbrechts-Tyteca, L., (1971). *The New Rhetoric*, Notre Dame: University of Notre Dame Press.

In the text (article):

(McCombs and Shaw, 1998: 108).

In Bibliography:

McCombs, M. E. ve Shaw D. L., (1972). "The Agenda-Setting Function of Mass Media", *The Public Opinion*

Quarterly, 36, (2), s.176-187.

Books and articles of more than two authors:

In text (book):

(Lazarsfeld et al., 1996: 45).

In Bibliography:

Lazarsfeld, P. F., Berolson, B. and Gaudet, H., (1944). The People Choice, London: Colombia University Press.  
The articles included in the compilation publications:

In text:

(Schramm, 1994: 53).

In Bibliography:

Schramm, Wilbur, (1992). "How Communication Works", Ünsal Oskay (ed.), Introduction to Mass Communication Theories, Istanbul: Derya Publications, pp. 95-134.

Institutional publications:

In text:

(SPO, 1989: 145).

In Bibliography:

DPT, (1989). Sixth Five Year Development Plan, 1990-1994, Ankara.

Books without an author:

In text:

If the title of the book is short:

(Introduction to Librarianship, 1987).

If the title of the book is long:

(Virtual ..., 1995: 70).

In Bibliography:

Introduction to Librarianship, (1987). Ankara: Language and History-Geography Publications.

Interview:

In text:

(Personal communication with O. Kologlu, March 13, 2007).

In Bibliography:

Personal communication with Orhan Koloğlu on 13 March 2007.

Electronic Source:

In text:

(Çubukçu, 2009).

In Bibliography:

Çubukçu, Mete, (2009). "Whose Victory Is This?", [Http://arsiv.ntvmsnbc.com/news/473346.asp](http://arsiv.ntvmsnbc.com/news/473346.asp). Access Date: 15.06.2010.

Electronic Source with no author:

In text:

(Ministry of Foreign Affairs, 2010).

In Bibliography:

Ministry of Foreign Affairs (2010), <http://www.mfa.gov.tr/default.tr.mfa>. Access Date: 16.06.2010.

All web site

[www.iletgazi.edu.tr](http://www.iletgazi.edu.tr)

Personal web pages

Landis, Barbara, (1996). Carlisle Indian Industrial School

History, <http://home.epix.net/~landis/histry.html>, Access Date: December 20, 2001.

Articles in Newspapers or Current Journals:

In text:

(Nadi, 1950).

In Bibliography:

Nadi, Yunus, (1950). "The Secret of Power", Cumhuriyet, July 9.

Untitled Articles in Newspapers or Current Journals

In text:

(Cumhuriyet, 7 May 1924).

In Bibliography:

Cumhuriyet, 7 May 1924.

If there are references to different copies of the same journals in the text:

Cumhuriyet, 1950-1960, Hürriyet, 1948-1960.

Documents

In text:

(Ministry of Commerce, Decision No. 21/48/26).

In Bibliography:

Decision of the Ministry of Commerce, Directorate General of Access, Access: T.C. Prime Ministry Archive.

## **YAZIM KURALLARI**

Dergimize gönderilen tüm çalışmaların aşağıda belirtilen özellikleri taşıması gerekmektedir:

Temel yazım kuralı olarak gönderilen çalışmaların APA (6.0) stiline uygun yazılmış olması gerekmektedir. Örnekler ve istisnalar aşağıda listelenmiştir:

Notlar ve referanslar ayrılmalıdır. Dipnot kullanılmamalı, notlar metin içinde kullanılmalıdır. Referanslar ise, APA sistemine göre düzenlenmelidir.

ANA BAŞLIK bütün harfleri büyük, 14 punto ve bold,

GİRİŞ, ÖZ, ABSTRACT, SONUÇ VE KAYNAKÇA bütün harfleri büyük, sola yaslı, 11 punto, bold,

Başlıklar baş harfleri büyük, sola yaslı, 11 punto, bold,

Alt başlıklar, baş harfleri büyük, italik, paragrafa hizalı, 11 punto, bold.

Yazılar, Microsoft Word programında yazılmalı ve sayfa ölçüleri aşağıdaki gibi düzenlenmelidir:

Kağıt Boyutu: A4 Dikey

Üst Kenar Boşluk: 2.5 cm

Alt Kenar Boşluk: 2.5 cm

Sol Kenar Boşluk: 2.5 cm

Sağ Kenar Boşluk: 2.5 cm

Paragraf Başı: 1 cm

Blok Alıntı: Sol 1 cm

Yazı Tipi: Times New Roman

Yazı Tipi Stili: Normal

Ana Metin Boyutu: 11 punto

Blok Alıntı: 9 punto

Tablo İçi Bilgiler: 9 punto

Paragraf Aralığı: 6 nk

Satır Aralığı: Tek (1)



## KAYNAK GÖSTERME İLKELERİ

Kaynakçada, sadece yazıda gönderme yapılan kaynaklara yer verilmeli ve yazar soyadına göre alfabetik sıralama izlenmelidir.

### Metin İçi Kaynak Gösterimi

Yapılan çalışmalarda, başkalarının düşünceleri alıntı ya da gönderme şeklinde verilmelidir.

Kısa alıntılar tırnak işareti içinde gösterilmelidir. 4 satırdan uzun alıntılar ise ayrı bir paragraf olarak 1 cm içeriden blok halinde, 11 punto ile yazılmalıdır.

Bu durumda tırnak işareti kullanılmamalıdır.

Göndermelerde yazar soyadı, yayın tarihi ve sayfa numarası bilgileri parantez içinde aktarılmalıdır.

Tek ve iki yazarlı yayınlarda her iki yazarın soyadına da parantez içinde yer verilmelidir.

İkiden fazla yazarı olan yayınlarda gönderme yapılırken sadece birinci yazarın soyadı verilir, diğer yazarlar için “ve diğerleri” ifadesi kullanılmalıdır.

Tüzel kişiler tarafından yazılmış yayınlarda tüzel kişi adı çok uzunsa veya kısaltılmış biçimi çok biliniyorsa ilk göndermeden sonra kısaltma yoluna gidilebilir. Kısaltma kullanılmasına karar verilirse ilk göndermede kurum adının açık hali yazılmalı ve yanında köşeli parantez içinde kısaltması verilmelidir.

Bir yazarın aynı tarihte yayınlanmış birden fazla yayınından yararlanılmışsa, yayınları birbirinden ayırmak için sırasıyla “a,b,c,...” ibareleri kullanılmalı ve bu kullanım gerek metin içinde kaynak gösterme sırasında gerekse kaynakça bölümünde yer almalıdır.

### Gönderme Örnekleri

Tek yazarlı kitaplar ve makaleler:

Metin içindeki yollamada (kitap):

(McQuail, 1987: 55).

-Aynı yazarın, aynı yıl birden fazla eserine yollama yapılması durumunda:

(McQuail, 1987a: 55; 1987b: 40).

-Alıntı yapılan yazarın başka bir yazardan alıntı yapmış olması durumunda:

(Aktaran: McQuail, 1987a: 55).

### Kaynakçada:

McQuail, Denis, (1987). *Mass Communication Theory: An Introduction*, Beverly Hills, CA: Sage Publication Inc.

Cavit, Binbaşıoğlu, (1988a). *Genel Öğretim Yöntemleri*, Ankara: Binbaşıoğlu Yayınevi.

Cavit, Binbaşıoğlu, (1988b). “Ödevlerin Öğrenmeye Etkisi”, *Eğitim*, 65, 362-369.

Metin içindeki yollamada (makale):

(Varis,1984: 32).

### Kaynakçada:

Varis, Tapio, (1984). “International Flow of TV Programmes”, *Journal of Communication*, 34(1), s.143-152.

### İki yazarlı kitaplar ve makaleler:

Metin içindeki yollamada (kitap):

(Perelman ve Olbrechts, 1971: 10).

### Kaynakçada:

Perelman, C. ve Olbrechts-Tyteca, L., (1971). *The New Rhetoric*, Notre Dame: University of Notre Dame Press.

Metin içindeki yollamada (makale):

(McCombs ve Shaw, 1998: 108).

### Kaynakçada:

McCombs, M. E. ve Shaw D. L., (1972). “The Agenda-Setting Function of Mass Media”, *The Public Opinion Quarterly*, 36, (2), s.176-187.

İkiden çok yazarlı kitaplar ve makaleler:

Metin içindeki yollamada (kitap):

(Lazarsfeld vd., 1996: 45).

### Kaynakçada:

Lazarsfeld, P. F., Berelson, B. ve Gaudet, H., (1944). *The People Choice*, London: Columbia University Press.

Derleme yayınlar içinde yer alan makaleler:

Metin içindeki yollamada:  
(Schramm, 1994: 53).

Kaynakçada:  
Schramm, Wilbur, (1992). "Haberleşme Nasıl İşler", Ünsal Oskay (der.), Kitle Haberleşme Teorilerine Giriş, İstanbul: Derya Yayınları, s.95-134.  
Kurum yayınları:

Metin içindeki yollamada:  
(DPT, 1989: 145).

Kaynakçada:  
DPT, (1989). Altıncı Beş Yıllık Kalkınma Planı, 1990-1994, Ankara.

Yazarı Olmayan Kitap:

Metin içindeki yollamada:

Kitap Adı Kısaysa:

(Kütüphaneciliğe Giriş, 1987).

Kitap Adı Uzunsa:

(Sanal..., 1995: 70).

Kaynakçada:  
Kütüphaneciliğe Giriş, (1987). Ankara: Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi Yayınları.  
Görüşme:

Metin içindeki yollamada:  
(O. Koloğlu ile kişisel iletişim, 13 Mart 2007).

Kaynakçada:  
Orhan Koloğlu ile 13 Mart 2007 tarihinde gerçekleştirilen kişisel iletişim.

Elektronik Kaynak  
Metin içindeki yollamada:  
(Çubukçu, 2009).

Kaynakçada:  
Çubukçu, Mete, (2009). "Bu Kimin Zaferi?", <http://arsiv.ntvmsnbc.com/news/473346.asp>. Erişim Tarihi:15.06.2010.

Yazarı Olmayan Elektronik Kaynak  
Metin içindeki yollamada:  
(Dışişleri Bakanlığı, 2010).

Kaynakçada:  
Dışişleri Bakanlığı (2010), <http://www.mfa.gov.tr/default.tr.mfa>. Erişim Tarihi:16.06.2010.  
Tüm web site  
[www.iletgazi.edu.tr](http://www.iletgazi.edu.tr)

Kişisel web sayfaları  
Landis, Barbara, (1996). Carlisle Indian Industrial School  
History, <http://home.epix.net/~landis/histry.html>,Erişim Tarihi: 20 Ekim 2001.

Gazete ya da Aktüel Dergilerde Yer Alan Yazılar  
Metin içindeki yollamada:  
(Nadi, 1950).

Kaynakçada:  
Nadi, Yunus, (1950). "Kuvvetin Sırrı", Cumhuriyet, 9 Temmuz.  
Gazete ya da Aktüel Dergilerde Yer Alan İsimsiz Yazılar

Metin içindeki yollamada:  
(Cumhuriyet, 7 Mayıs 1924).

Kaynakçada:  
Cumhuriyet, 7 Mayıs 1924.

Metin içerisinde aynı gazetelerin farklı kopyalarına atıf yapılmışsa:  
Cumhuriyet, 1950-1960, Hürriyet, 1948-1960.

Belgeler  
Metin içindeki yollamada:  
(Ticaret Bakanlığı, Karar Sayısı, 21/48/26).

Kaynakçada:  
Ticaret Bakanlığı, Muamelat Umum Müdürlüğü Kararları, Erişim: T.C. Başbakanlık Arşivi.

# IBAD

İletişim Bilimi Araştırmaları Dergisi  
Journal of Communication Science Researches



*Benim manevi mirasım ilim ve akıldır.*

*K. Atatürk*