

T.C.
MARMARA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
GAZETECİLİK ANABİLİM DALI
BİLİŞİM BİLİM DALI

**SOSYAL MEDYA'DA SÖYLEM DÜŞKÜNÜ OLARAK ÇOCUK; AYLAN
BEBEK ÖRNEĞİ**

Yüksek Lisans Tezi

Sahra KIRATLI

İstanbul-2017

T.C.
MARMARA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
GAZETECİLİK ANABİLİM DALI
BİLİŞİM BİLİM DALI

**SOSYAL MEDYA'DA SÖYLEM DÜŞKÜNÜ OLARAK ÇOCUK; AYLAN
BEBEK ÖRNEĞİ**

Yüksek Lisans Tezi

SAHRA KIRATLI

Danışman: YRD. DOÇ. DR. HALDUN NARMANLIOĞLU

İstanbul-2017



T.C.
MARMARA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜ

TEZ ONAY BELGESİ

GAZETECİLİK Anabilim Dalı BİLİŞİM Bilim Dalı TEZLİ YÜKSEK LİSANS öğrencisi SAHRA KIRATLI'nın SOSYAL MEDYA'DA BİR SÖYLEM DÜŞKÜNÜ OLARAK ÇOCUK: AYLAN BEBEK ÖRNEĞİ adlı tez çalışması, Enstitümüz Yönetim Kurulunun 22.11.2017 tarih ve 2017-33/13 sayılı kararıyla oluşturulan jüri tarafından oy birliği / oy çokluğu ile Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilmiştir.

Tez Savunma Tarihi 06.12.2017

Öğretim Üyesi Adı Soyadı

İmzası

Öğretim Üyesi Adı Soyadı	İmzası
1. Tez Danışmanı Yrd. Doç. Dr. HALDUN NARMANLIOĞLU	
2. Jüri Üyesi Prof. Dr. ÖZHAN TINGÖY	
3. Jüri Üyesi Yrd. Doç. Dr. ALİ BARIŞ KAPLAN	

İÇİNDEKİLER

	Sayfa No.
TABLO LİSTESİ	iv
ŞEKİL LİSTESİ	v
KISALTMALAR	vi
GİRİŞ	1
1. HABER SÖYLEM ve AKTÖRLER	3
1.1. Haber.....	3
1.2. Haber Oluşturulması.....	9
1.3. Eşik Bekçiliği (Gate Keeping).....	11
1.4. Söylem.....	13
1.5. Söylem Seçkinleri ve Söylem Düşkünleri.....	20
1.6. Söylem Düşkünü Olarak Çocuk.....	22
2. BİR HABER ÜRETİM ARACI OLARAK YENİ MEDYA	27
2.1. Karavanadaki Bilgiden Kafeteryadaki Bilgiye.....	27
2.2. Sosyal Medya.....	31
2.3. Sosyal Medyanın Kullanım Biçimleri.....	34

2.4. Twitter.....	36
3. SÖYLEM DÜŞKÜNÜ OLARAK AYLAN BEBEK ÖRNEĞİ.....	40
3.1. Araştırmanın Konusu ve Yöntemi.....	40
3.2. Araştırmanın Amacı.....	40
3.3. Araştırmanın Önemi.....	40
3.4. Araştırmanın Kapsamı ve Sınırlılıkları.....	41
3.5. Geleneksel Medyadan Seçilen Örnek Haberlerin Çözümü.....	59
3.6. Örnek Paylaşım Çözümlenmeleri Üzerine Tartışma.....	70
4. SONUÇ.....	72
KAYNAKÇA.....	76

TABLO LİSTESİ

	Sayfa No.
Tablo 1: Tweetlerin Temalara Göre Sayı ve Oranları.....	42
Tablo 2: Van Dijk'in Söylem Analizi Modeli.....	42
Tablo 3: Örnek Analiz 1.....	44
Tablo 4: Örnek Analiz 2.....	46
Tablo 5: Örnek Analiz 3.....	48
Tablo 6: Örnek Analiz 4.....	49
Tablo 7: Örnek Analiz 5.....	51
Tablo 8: Örnek Analiz 6.....	53
Tablo 9: Örnek Analiz 7.....	54
Tablo 10: Örnek Analiz 8.....	56
Tablo 11: Örnek Analiz 9.....	57

ŞEKİL LİSTESİ

	Sayfa No
Şekil 1: Suriye’de Çekildiği İddia Edilen Görüntü.....	24
Şekil 2: Sanatsal Faaliyetlere Ait Tweetlerden Bir Görüntü.....	45
Şekil 3: Batı Dünyası İçin Yapılan Olumsuz Eleştirilere Ait Bir Görüntü.....	47
Şekil 4: Hükümete Yönelik Eleştirilere Ait Bir Görüntü.....	48
Şekil 5: Birlik Beraberlik Teması Tweetlerine Ait Bir Görüntü.....	50
Şekil 6: İnsanlık Teması Üzerine Yazılan Tweetlere Ait Bir Görüntü.....	51
Şekil 7: Muhalefete Tepki Üzerine Yazılan Tweetlere Ait Bir Görüntü.....	53
Şekil 8: Irkçı Söylemleri Dile Getiren Tweete Ait Bir Görüntü.....	55
Şekil 9: Din Konusundaki Fikirlerin Yazıldığı Tweetlere Ait Bir Görüntü....	56
Şekil 10: Medyaya Yönelik Eleştirilere Ait Bir Görüntü.....	58

KISALTMALAR

- AB** Avrupa Birliği
- ABD** Amerika Birleşik Devletleri
- ADSL** Asimetrik Sayısal Abone Hattı
- AKP** Adalet ve Kalkınma Partisi
- B20** Business 20
- BBC** British Broadcasting Corporation (İngiliz Radyo Televizyon Kurumu)
- BM** Birleşmiş Milletler
- CHP** Cumhuriyet Halk Partisi
- DEAŞ** Devlet'ül Irak ve's Şam
- DVD** Çok Amaçlı Sayısal Disk
- G20** Group of 20
- GPRS** General Package Radio Service (Genel Paket Radyo Servisi)
- GSM** Global System for Mobile Communications (Mobil İletişim İçin Küresel Sistem)
- İŞİD** Irak ve Şam İslam Devleti
- ÖSYM** Ölçme Seçme ve Yerleştirme Merkezi

ÖZET

Geleneksel haber medyasında profesyonellerin üretimine dayalı öykülerde haberin öznesi ile nesnesi durumundaki kişiler “söylem seçkini” ve “söylem düşkünü” şeklinde tanımlanmaktadır. Söylem seçkinleri genellikle siyasetçiler, sanatçılar, bilim adamları gibi haberde baskın olarak ağırlığı görülen ve söylem üreten seçkinlerden oluşmaktadır. Söylem düşkünleri ise sıradan insanlardır, haber dilinde daha edilgen bir konuma denk düşmektedir. Yeni iletişim teknolojileriyle birlikte geleneksel medyanın tüketicileri olan söylem düşkünlerinin de söylem üretebildiği bir alanın açıldığı varsayılmaktadır. Bu çalışmanın ilgilisi yeni medya ile birlikte söylem üretme imkânına kavuşan söylem düşkünlerinin, profesyonel haber üreticilerine kıyasla nasıl farklılaştıkları merakına dayanmaktadır.

Bu amaçla Türkiye ve dünya gündemini uzun süre meşgul eden Aylan bebek olayı örnek olarak seçilmiştir. Kendisi de bir söylem düşkünü olarak tanımlanabilecek Aylan bebeğin ölümü üzerine geleneksel medyada yayınlanan haberler ile Twitter ’da paylaşılan içerikler söylem çözümlemesi yöntemiyle incelenmiştir. Çalışmada olayın bu iki farklı medya kanallarında yer alış temalarının değiştiği görülmüştür. Yeni medya üzerinden incelenen sıradan insanların (söylem düşkünlerinin) paylaşımları; insanlık, evrensel değerler, toplumsal ilişkiler teması üzerinde dururken, geleneksel medyadaki haberlerin; politika, savaş, diplomasi, AB, güvenlik gibi konularından oluştuğu anlaşılmıştır. Bu çalışmayla sıradan insanlar ile medya profesyonellerinin aynı konuyu değerlendirme biçimlerinin oldukça farklı olduğu ortaya çıkmıştır.

Konvansiyonel medyada Aylan Bebek olayı daha çok siyasi, reel tartışmalar ile ele alınırken; yeni medyada bu konu söylem düşkünleri tarafından duygusal içerikli temalar ile tartışılmıştır.

Anahtar kelimeler: Haber, Söylem, Söylem Seçkinleri, Söylem Düşkünleri.

ABSTRACT

The persons who are subjects and the objects of news described as “Discourse Elites” and, “Discourse Marginals” in the stories, which are, depend to the production of conventional media professionals. “Discourse Elites” generally formed of elites, as politicians, artists and, scientists, whose domination seen in news and produce discourse. However, the “Discourse Marginals” are ordinary people who have passive position in news. It is assumed that technologies a new realm has opened to the old media consumers via new communication, the “Discourse Marginals”, which they can produce discourse. The interest of this study depends on the curiosity about differentiation of Discourse Marginals, which have discourse production opportunity, in comparison with media professionals.

For this purpose, the “Aylan Bebek” case has been chosen as sample which occupy both Turkey’s and world’s agenda long time. The news on conventional media and the sharings on Twitter about the “Aylan Bebek”, who can be described as “Discourse Marginal”, has been examined with discourse analysis method. In this study it has been seen that the themes are changing in two different media. While the shares of ordinary people depend on humanity, universal values, and social relations, the conventional has formed with the themes of politics, war, diplomacy, European Union and, security. The study revealed that the themes for evaluating the same story are quite different. The Aylan Bebek take part in conventional news with the discussions about actual politics while setted as agenda of emotional discussions in new media by Discourse Marginals.

Key Words: News, Discourse, Discourse Elites, Discourse Marginals.

1. GİRİŞ

Haber ve haberin ele alınış biçimi, her dönem akademik ilginin içerisinde yer almıştır. Bu ilgi yelpazesinin önemli bir kısmını haber özneleri ve haberde söylem üreten aktörler oluşturmaktadır. Geleneksel haber medyası analizlerinde politikacı, sanatçı, sporcu, bilim adamı, iş adamı gibi seçkin aktörlerin söylem ürettiği göze çarpmaktadır. Medya tarafından sürekli başvuru alan haber kaynakları, halkın gündemine taşınan konuları yorumlayan, değerlendiren, fikir beyan eden uzmanlardan oluşmaktadır. Öte yandan sıradan insanlar haber söylemini üreten değil, genellikle söylemin edilgen nesnelere rolünde karşımıza çıkmaktadır. Sıradan insanlara gündemde yer tutan haberlerde özne olmak yerine haberin figüranı rolü biçildiğini söylemek yanlış olmamaktadır. Medya söyleminde birbirinden farklı yerlerde konumlandırılan söz konusu aktörler Rigel'in kavramlaştırmasıyla `söylem seçkinleri` ve `söylem düşkünleri` şeklinde tanımlanabilir.¹

“Söylem seçkinleri” daha çok söylem üreten, haberin aktif öznelerini oluşturan, habere konu olayları yorumlayan kişilerden oluşurken, “söylem düşkünleri” habere konu olan olayda daha çok hakkında konuşulan kişilerdir. “Söylem düşkünleri”nin belki de en önemli özelliği sessiz olmalarıdır. Nadiren söylem üretirler. Haber dilinde söylemi kuran özne olmalarına her zaman izin verilmez. Dezavantajlı gruplar, kadınlar, çocuklar, ezilen, sömürülen, yardıma muhtaç, hakkını savunmada yetersiz bireyler söylem düşkünü grubunun en önemli üyeleri arasında gösterilebilir.

Öte yandan yeni medya sıradan insanlara okuyucu / izleyici / dinleyici rollerinin ötesinde sağladığı “kullanıcı” olma imkanıyla akademik ilgide her geçen gün önemini artırmaktadır. Kullanıcı olma özelliği, konvansiyonel medyanın tüketicilerine artık kendi söylemlerini üretme ve ağda dolaşıma sokma imkânı sağlamaktadır. Denilebilir ki, konvansiyonel medyanın haber üretiminde çok fazla müdahale şansı bulunmayan, haber söyleminde ise düşkün pozisyonundaki insanlar yeni medya aracılığıyla söylem üretebilecekleri bir alana kavuşmuşlardır.

¹ Nurdoğan Rigel, **İleti Tasarımında Haber**, 1. Baskı, İstanbul: Der Yayınları, 2000, s.190.

Bu çalışmanın ilgisi ve merakı da yukarıda genel çerçevesi ile çizilmeye çalışılan konvansiyonel medya ve yeni medyadaki sıradan insanların söylem üretimi bağlamındaki değişimine dayanmaktadır. Bu amaçla Türk ve dünya kamuoyunu uzun süre meşgul eden “Aylan bebek” haberleri örnek olay olarak seçilmiştir. Avrupa’ya deniz yoluyla kaçmaya çalışan mülteci dolu bir teknenin batması sonucu hayatını kaybeden ve kıyıya vuran cansız bedeninin fotoğrafıyla dünya gündemine oturan Aylan bebek hakkında gerek konvansiyonel medyada gerek yeni medyada yüzlerce haber ve yazı kaleme alındı.

Çalışmada Aylan bebek olayı hakkında medya profesyonelleri tarafından hazırlanan haberler ile dünyadaki en popüler ve yoğun kullanılan mikro blog sitesi Twitter’da sıradan insanların paylaştığı gönderiler söylem analizi yöntemiyle incelenmiştir.

Çalışmanın önemli varsayımlarından biri, sıradan insanların yeni medya aracılığıyla konvansiyonel medyadakinden farklı söylem ürettikleridir. Medya profesyonellerinin, söylem seçkinlerine ve onaylanmış haber kaynaklarına dayalı haber söylemi ile konvansiyonel medyada söylem düşkünü rolündeki sıradan insanların söylemleri arasında anlamlı farklar bulunduğu varsayılmaktadır.

Araştırmada, söylem analiz modeli kullanılmıştır. Belirli tarihler arasında seçilen tweetler toplanarak kategorilere ayrılmış ve analiz edilmiştir. Çalışmanın birinci bölümünde, haber kavramı geniş çerçevede ele alınarak açıklanmaya çalışılmıştır. Daha sonra haber söylem üretimindeki önemli unsurlar, söylem tanımları literatür tarama yöntemiyle araştırılmıştır. Haberin dayandığı örnek olay nedeniyle medya ve çocuk kavramı çocukların medyada temsil ediliş biçimleri yine bu bölümde tartışılmıştır.

İkinci bölümde, yeni medya kavramının geleneksel medyadan farklı olarak kullanıcılara sağladığı avantajlar ve çalışmamızın ana unsuru olan Twitter bir mikro blog sitesi olarak incelenmiştir. Çalışmanın son yani üçüncü bölümde ise yeni medya ve geleneksel medyadan seçilen haberlerin analiz ve yorumları söylem analizi yöntemiyle incelenmiştir.

1. HABER, SÖYLEM ve AKTÖRLER

1.1. Haber

Haberleşmenin tarihini insanlığın var oluşuna kadar götürmek mümkündür. İnsanlık tarihinin başlarından itibaren ilkel yöntemler (duman, ateş, güvercin) ile iletişim kuran insanlar, toplumsal yapı karmaşıklaştıkça gelişen teknolojilerle bunu devam ettirmeye çalışmışlardır. Haberin amacı insanların gerçeği bulmalarına yardımcı olmak, bilgilendirmek, bireylerin etrafında olup bitenleri anlamlandırmasını sağlamaya çalışmak, bireyi aydınlatmak, geliştirmek olarak tanımlanabilir.²

“Gazetecilere göre haber, çabuk bozulabilecek özelliğe sahip bir ‘mal’ dır. Çünkü eğer haber yeni değilse, haber özelliği de kalmamıştır. Rakiplerinin önüne geçmek, haberi ilk almak ve ilk vermek habercilerin asıl meselesidir.”³ Haberin sunumunda hızlı olmak ve önce davranmak haberin tazeliği ve kitlelere sunumu açısından önemli özelliklerdendir. Haberi sunanlar bu özellikleri göz önünde bulundurarak zamanla yarışmaya çalışmaktadırlar. Fakat haberciler tarafından alınan istihbaratlar, doğruluğu kanıtlanana kadar haber olarak sunulmamaktadır; çünkü bu yalandan, dedikodudan ibaret bir durum da olabilmektedir. Olaylar kaynakları ile açıklığa kavuşturulunca, doğruluğu ispatlanınca haberleştirilebilmektedir.

*“Haber, okuyucu ve dinleyici için öncelikle yeni gerçeklerle (İngilizce’de haber için kullanılan ‘news’ sözcüğüyle bu özellik daha iyi vurgulanmaktadır) ilgili doğru ve anlaşılır bilgilerdir... Sunulan haberlerin büyük bir bölümü çoğu insan için önemli olmasa bile ilginçtir; yani ne bir sorunu çözüme bağlamaya yararlar ne de dünyadaki gelişmelere yönelik bir bilgi iletirler: Garip olaylar; cinayetler; trafik kazaları; spor etkinliklerinin sonuçları; İngiliz kraliyet ailesi ile ilgili dedikodular gibi”.*⁴

²Kahriman Gülsevil, “Yazılı Ve Görsel Basında Çocuk Haberlerinin

Seçiminde Eşik Bekçilerinin Rolü”, **Yüksek Lisans Tezi**. İstanbul Arel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2013.

³ Bülent Çaplı, **Medya ve Etik**, 1. Basım, Ankara, İmge Kitabevi, 2002, s.63.

⁴ Wolf Schneider ve Paul-Josef Raue, **Gazetecinin El Kitabı**, Işık Aygün, (Çev.), Ankara: Konrad Adenauer Vakfı, 1.Baskı, 2000, s.40-41.

Haberler; yakın zamanda gerçekleşen pek çok insanı ilgilendiren, sıra dışı, kimi zaman beklenmedik olayların konu edinildiği olaylar olarak tanımlanabilir. Doğal afetler, planlanan etkinlikler, siyasi-ekonomik konular, aniden gelişen olağanüstü durumlar bu tür olaylar arasında gösterilebilir. En küçüğünden en büyüğüne tüm bireylerin bilgiye ihtiyacı vardır. Bilginin edinimi, bilginin kazanımı ve paylaşılması yaşamın vazgeçilmez bir parçasıdır. Haber bu ihtiyaçları karşıladığı için önemli fonksiyonları üstlenmektedir. Haber, bilmek istemekten doğan ihtiyaçları gidermeye yardımcı olur. “Haber verme insan ihtiyacıdır. Bu yönüyle bakıldığında insan bilen ve bildiğini iletendir”.⁵ Özellikle de günümüzde bireylerin yaşam döngüsü enformasyon akışı ile gerçekleşmektedir. Bu akış insanlar arası etkileşim ile sağlanmaktadır. Bu tanımlamalara bakıldığında, haberin insan ihtiyacını gidermeye yönelik var olduğu anlaşılmaktadır. Bilme, öğrenme, aktarma gibi unsurlar haber alışverişi sayesinde giderilebilmektedir. Haberın oluşması için, bir olayın bazı özelliklerinin bir arada bulunarak meydana gelmesi gerekmektedir. Kimi haber toplumun bir bölümünü ilgilendirirken, kimi haber ise tüm toplumu ilgilendirmektedir. Kamuoyunun dikkatini çekme ve toplumsal sorunları konu edinme haberin önemli işlevleri arasında gösterilebilir.

Öte yandan haberin ne konu edindiğinin yanında haberin sunum biçimi de akademik tartışmalarda önemli bir yer tutmaktadır. “Haber, çoğu kez işlenmek ister, yorumu gerektirir. Haber ne kadar ilginç olursa olsun, kötü sunulan bir haberin okunma şansı çok azalır.”⁶ Yaşanılan olay tüm gerçekliği ile okuyucu ya da dinleyiciye sunulamaz, eldeki haber malzemesinin şekillenmesi gerekmektedir. Bu şekillenme ise doğru biçimde ve bazı belirli kriterlere göre yapılmaktadır. Kişisel düşüncelere göre şekillenme söz konusu olmamaktadır. Haberci, habercilik ilkelerine ve etiğine bağlı olarak haberini kurgulamaya çalışmaktadır.

⁵ Mustafa Açıkgöz, **İletişim Felsefesine Giriş**, 1.Basım, İstanbul: Birey Yayıncılık,, 2003, s.21.

⁶ Tekin Akgün, **Genç Gazeteciler Eğitim Semineri**, 1.Basım, İstanbul: Gazeteciler Cemiyeti Yayınları, , 1986, s.270.

“Herhangi bir ortamda meydana gelen olay sonucu yaratılmış yeni oluşumlara ilgi duyan halkın, bunları öğrenme gereksinimini karşılayan bilgilerdir.”⁷ Bu tanıma göre haber; gerçekleşen olaylar hakkında edinilen bilgiler ve bu bilgilerin aktarılmasıdır. Bu olaylar kişilerin yaşamında değişiklik oluşturacak, uluslararası gündemi belirleyecek özelliklere sahip olmaktadır. Yani haber okuyucu ya da dinleyicide duygu değişikliği meydana getiren kurgulanmış metindir. İzlenen ya da okunan bir ölüm veya kaza haberi, haberi alanları duygusal olarak etkilemektedir.

*“Haberin, elbette belirli tanımları vardır. ‘Dün bilinmeyen her şey bugün haberdır’ diyenler olduğu gibi, ‘Haber vaktinde verilen, toplumda çok sayıda kişileri ilgilendiren ve etkileyen, bu kişilerin anlayabileceği herhangi bir olay, düşünce ya da kanıdır’ diyenler de vardır... Ülkelerin, toplumda yaşayan insanların yapısına göre, haber anlayışı değişir. Sovyet Rusya için haber önemi olmayan bir olayın eşi, Amerika’da fırtınalar yaratabilir”.*⁸

Haber yeni bir olay meydana geldiğinde, bu yeni oluşan olay zamanında kayda geçirildiğinde, geniş kitleleri ilgilendirdiğinde ve etkilediğinde yazılabilmektedir. Her türlü düşünce ve anlayış kişilerde ve toplumlarda nasıl farklılık gösteriyorsa; haberin değeri, önemliliği, haber kavramı ülke ve toplumlara göre farklı önemler arz etmektedir. Örneğin Hindistan’daki bir inek trafik akışını durdurabilme gücüne sahipken, Türkiye’de trafiğe çıkan bir inek, güldürücü haber başlığı kategorisi ile sunulabilmektedir.

Haberin, İngilizce ‘deki North (Kuzey), East (Doğu), West (Batı) ve South (Güney) kelimelerinin baş harflerinden (NEWS) meydana geldiği bilinmektedir. Buna göre haber, "her yönde meydana gelen olaylar" olarak da tanımlanmaktadır.⁹ Kişilerin bilgi edinme evreninin ne kadar geniş olduğu ifade edilmektedir. İnsan sosyal varlıktır. Sadece kendisi ve yakın çevresinden ibaret şekilde yaşayarak hayatını devam ettirememektedir. Ulusal, uluslararası alanlarda da bilgi sahibi olabilmelidir.

⁷ Atilla Girgin, **Haber Yazmak**, 4. Basım, İstanbul: Der Yayınları, 2002, s. 5.

⁸ Nezh Demirkent, **Sayfa Sayfa Gazetecilik**, 2. Basım, İstanbul: Dünya Kitapları, 2003, s. 123.

⁹ Ünal Uyguç ve Ali Genç, **Radyo, Televizyon Haberciliği**, 2. Baskı, İstanbul: Avcıol Basım-Yayın, 1998, s.107., Aktaran: Girgin, s.3.

Türkiye’den ülkenin kuzeyindeki herhangi bir ülkeye seyahat edecek bir yolcunun; gittiği ülkenin hava şartlarını öğrenmesi, buna uygun giyinmesi, hazırlık yapması, ‘insanın her yönde meydana gelen olaylar’a bağlı olarak yaşadığının örneği olarak gösterilebilir.

Haber, üzerinde kesin bir uzlaşıya varılmış tanımlamadan uzak görünmektedir. Literatür taramasında haber kavramına dair birbirinden farklı onlarca tanımlamaya rastlamak mümkündür. Örneğin Oya Tokgöz’ün tanımlamasında haberin rapor niteliği ön plandadır; “Zamana uygun rapor haberdir. Haber, bir olayın raporudur.”¹⁰ Haberin değerlilik kazanması açısından zamanında sunulması, yaşanan olaya ilişkin bilgi verilmesi, kişileri aydınlatması gerektiği anlaşılmaktadır. Örneğin; belirli bir bölgede hissedilen depremin şiddeti, merkez üssü ve bu depremin artçıları bunu yaşayan insanlar tarafından anında bilinmek istenmektedir. Bu da haberin zamanında raporlanması gerektiğini anlatmaktadır. Bir olayın habere dönüşmesi için aşağıdaki unsurlardan en az birini ya da birkaçını içermesi gerekmektedir:

- I. Olağandışı olması (6 parmaklı bebek gibi)
- II. Yakınlık unsuru (Aynı semtte gerçekleşen hırsızlık)
- III. Duygusalılık (Kasıtlı öldürme)
- IV. Tekrarlanma (Gasp, cinayet)
- V. Geniş kitleleri ilgilendirme (Maaş, seçim, askerlik, göç)
- VI. Ünlü olmak (Bir ünlü sanatçının konseri)
- VII. Bilgilendirici olmak (Hava durumu)
- VIII. Tazelik (Hissedilen depremin şiddetini öğrenme isteği)
- IX. Şok etkisi oluşturan (Ölüm, savaş, salgın)¹¹

Gündelik hayatın sıradan konularının, haber tanımının kapsama alanı dışında olduğu anlaşılmaktadır. Olayın habere dönüşmesi için belli özellikleri içermesi gerektiğini anlatılmaktadır. Farklı özelliklere sahip olgular, zaman zaman benzersiz durumlar, duyulan ya da görülen ilk deneyimler haberin önemini arttırmaktadır.

¹⁰ Oya Tokgöz, **Temel Gazetecilik**, 1.Baskı, Ankara: İmge Kitabevi, 1994, s.127.

¹¹ Esra Arsan, “Haber ve Habercilik”, **Gazetecilik ve Habercilik**, Sevda Alankuş (dr.), İstanbul: IPS İletişim Vakfı Yayınları, 2005, s. 138.

“Yapısı gereği gerçeğe en yakın gibi görünen haberlerde bile, yaşanmakta olanla haber formatı içinde aktarılan gerçeklik farklıdır. Burada gözlemlenen farkın ya da bozulmanın, her zaman ve her koşulda bilinçli bir müdahalenin ürünü olmadığını ve olması gerektiğinin altını çizmek gerekmektedir. Söz konusu olan süreci, bilincin aktif müdahalesi bağlamında açıklamak, iletişimin içeriğinin gerçeklikle bütünüyle örtüştüğü bir ideal durumun var olabileceğine ilişkin inancı yeniden üretmek anlamına gelmektedir.”¹²

Haber; insana ve hayata dair gerçekliği bir kurgu ile anlatmaktadır. Haberi meydana getiren olay, olduğu gibi sunulmamakta belirli aşamalardan geçerek haberin bünyesini oluşturmaktadır. Bu aşamaların anlamlandırılması her düşünce yapısına göre farklılık göstermektedir. Haberin sunulmadan önce eşik bekçileri tarafından yapılandırılması; eşik bekçilerinin her zaman kendi zihinsel yapılarına uygun haber ürettikleri anlamına gelmemektedir. Okuyucu ya da dinleyici tarafından bu şekilde düşünülmesi yanlısamaya neden olabilmektedir. Haberi oluşturan olaylar, kahramanlar araştırılmakta ve gerektiğinde gözlemlenerek incelenmektedir. Araştırılma sonrasında doğruluğu ispatlanan haberler (kurumlar), kitlelerin güvenini kazanarak varlığını, değerini sürdürebilmektedir:

“Haber, güncele ait zamanlı bir bilgidir. Tanımlamada güncellik ve bilgi vurgusu kısmen açılıcıdır, ancak bu tanımlama da eksiktir. Haber kavramı dar anlamıyla ele alınmaktadır.”¹³

Haber olgusu tek yönlü perspektiften tanımlanmıştır. Tüm nitelikleri içinde barındıran haberler gerçek değerine erişebilmektedir. Güncele ait zamanlı bir bilgi; kime göre sorusunun cevabını karşılayamaz niteliktedir. ÖSYM tarafından sınav sonucunun açıklanmasını bekleyen birey ile maaş gününü bekleyen emeklinin ortak tarih ve zamanları bulunmamaktadır.

“Haber seçiminin temelinde yatan değerler kamuoyu üzerine bir tartışma için önemlidir. 1970'lerin ortalarında sosyolog Herbert Gans birkaç ay boyunca CSB, Newsweek ve New York Times'da haber üretim sürecini gözledi. Deciding What's News (neyin haber olduğuna karar verme)

¹² Bedriye Poyraz, **Haber ve Haber Programlarında İdeoloji ve Gerçeklik**, 1.Baskı, Ankara: Ütopya Yayınları, 2002, s.12.

¹³ Kemal Aslan, **Haberin Yol Haritası**, 1.Baskı, İstanbul: Anahtar Kitaplar Yayınevi, 2002, s.116.

(1979) adlı kitabında televizyon ve gazetelerde yer alan haberlerin temelinde yatan bir dizi değer üzerinde durdu. Bunlar için de en önemlileri "benmerkezcilikle kitle iletişim araçlarının ABD'yi diğer ülke ve uluslardan daha üstün gördüğünü ve başka ülkelere A.B.D. standartlarına uymaları ölçüsünde değer verdiğini anlatmak istemiştir".¹⁴

Haberin seçimi, sunumu, üretimi ve yapılandırılması toplumlara göre farklılık göstermektedir. Bu farklılık yapılan araştırmalar sonucu anlaşılabilir. Alıntıda ifade edilen Gans'da haber üretim sürecini gözlemiş, haber sunumunun temelinde yer alan çeşitli etmenleri açıklamıştır. En önemlisi de ABD'nin diğer toplumlar üzerindeki baskıcı gücü olarak tanımlanmıştır. Haber değeri olan konular, bazı iletişimciler tarafından şöyle belirlenmiştir:

- I. Yenilgi, başarısızlık, karmaşa, gerilim.
- II. Ülkeye, kültüre, coğrafyaya yakınlık ve yerellik.
- III. Yenilik, güncellik.
- IV. Başarı, toplum üzerine etki.
- V. Olağandışı, duygusal yönden ilgi çekicilik.¹⁵

Her iletişimciye göre belirlenen konular farklılık gösterse de, haberin oluşum sürecinde belli başlı temel konuların varlığı söz konusu olmaktadır. Bu konular her ne kadar olağandışı konuları kapsıyormuş gibi olsa da ortak nokta insan ve insan yaşamı olmaktadır.

Aytekin'e göre haber, genel anlamda yeni olan bir enformasyondur, özetlenmiş gerçeklerdir. Belirli yer ve zamanda medyada meydana gelmiş olayların; o olayı duymayanlara, okumayanlara aktarımıdır.¹⁶ İletişimcilere göre haberin değerini oluşturan etkenler arasında; farklılık, sıra dışılık, dikkate değer önemlenecek konuların seçilmesi, spesifik durumlar gibi daha birçok özellik sıralanabilmektedir. Aynı zamanda haber, gerçek bir olayın zamanında ve belirli bir düzen içerisinde kitleler ile buluşturulması olarak tanımlanmaktadır.

¹⁴ Michael A. Milburn, *Sosyal Psikolojik Açından Kamuoyu ve Siyaset*, Ali Dönmez, Veli Duyan (Çev.), Ankara: İmge Kitabevi, 1998, s.232.

¹⁵ Atilla Girgin, *Yazılı Basında Haber ve Habercilik 'Etik'i*, 1.Baskı, İstanbul: İnkılap Yayınevi, 2002, s.75.

¹⁶ Mesut Aytekin, *Yeni(lenen) Medya*, 1. Baskı, İstanbul: Kocav Yayınları, 2014, s.72.

1.2. Haberin Oluşturulması

Haberde kullanılan dil ve üslup, haberin anlamlandırılabilmesi açısından büyük önem taşımaktadır. Okuyucuya verilen enformasyon açıkça iletilmelidir. Haber oluşturulurken kullanılan dil bağımsız olmalıdır. Bağımlılık haberin değerini düşürmektedir. Saygınlık, tarafsızlık gibi temel ilkeler haberi oluşturan unsurlar arasında yer almaktadır. “Bir haber metni her şeyden önce inandırıcı olmayı amaçlar, ‘Gerçeği’ ilettiğini duyumsatmak için buna ihtiyacı vardır.”¹⁷ Haberin tanımı yapılırken gerçeğin kurgulanmış hali olduğu belirtilmişti. Fakat bu kurgu gerçeklik algısı yok edilmeden oluşturulmalıdır. Gerçek olaydan uzaklaşılmalıdır. Bu sebeptendir ki ispatlanabilir ve inandırıcı olmak belgelere dayandırmak, kaynaklar ile açıklamak gerekmektedir.

Haberin; sade, söz sanatlarına başvurulmadan, açık ve kesin bir dille iletilmesi doğru olarak anlaşılması adına önem taşımaktadır. Her seviyeden okuyucu ve dinleyicinin anlayarak sonuç çıkarabilmesi için haber dilinin sade olması gerekmektedir.¹⁸ Amaç meydana gelen olayı açıklamaktır, edebi kaygı göz önünde bulundurulmadan durumu aktarmaya çalışmaktır. Bu sebeple sade bir dil tercih edilmektedir. Haberin hedef kitlesi her kesimden insana hitap edecek genişlikte olmalıdır. Ağdalı, süslü, sanatlı dil kullanımından kaçınılmalıdır. Yalnlık esas alınmalıdır. Okuyucuya ya da dinleyiciye verilmek istenen mesajı, fazla düşünmeden kavratmak, anlatmak gerekmektedir. Çünkü verilmek istenen mesaj tam olarak iletilemezse, haberi alan kişi haberi okumaktan vazgeçebilmektedir.

Bir olayın haber olabilmesi için, 5N-1K kuralına uygun olarak haber metninin düzenlenmesi gerekmektedir. 5N-1K kuralına göre yazılan haberde, “Ne? Nerede? Ne Zaman? Neden? Nasıl? Kim?” gibi soruların cevapları yer almalıdır.

- Ne? Olay nedir?
- Nasıl? Olay nasıl başladı ve gelişti?
- Neden? Olayı doğuran nedenler?

¹⁷ Frederic Vasseur, **Geleceğin Medyaları**, 1.Baskı, İstanbul: İletişim Yayınları, 1993, s.122.

¹⁸ Tokgöz, s.54.

- Nerede? Olay nerede olmuştur?
- Ne zaman? Tarih ve saat?
- Kim? Olayda yer alan isim ya da isimler?

“Süreç içerisinde ‘5N’ ye bir soru daha eklenmiştir: ‘6N’, (Nereden). Bu sorunun yanıtıyla hedef kitleye, haberin kaynağı konusunda bilgi verilerek, ‘haberlin güvenilirliği’ pekiştirilmek istenmiştir.”¹⁹ Haberlin kaynağının bilinmesi, habere olan inancın, itimatın sağlanması adına nereden sorusunun cevabının bilinmesi de önemli olarak düşünölebilmektedir. Kaynağa ulaşımın sağlanması, haber hakkında ayrıntılı bilgiye ihtiyaç duyulması halinde kaynakla iletişime geçilme ihtiyacı duyulması, “6N” sorusunun önemini arttırmaktadır.

*“Haber metni; haber değerlendirme ölçütleri, haberlin unsurları ve haberlin üç bileşeni açısından irdelenir. Yazılanın haber olup olmadığı ve hangi unsurları taşıdığı bu değerlendirme sonucu ortaya çıkar... Haber metni sadece tek bir mesajdan oluşan bir ifade de olabilir. Özellikle elektronik habercilikte ani gelişen durumların hedef kitleye hemen aktarılmasında ‘son dakika’, ‘flaş, flaş, flaş’ olarak adlandırılan tek mesajdan oluşan haberler de kullanılmaktadır”.*²⁰

Bir haber metni belirli kurallar gözetilerek yazılmaktadır. Aktarılmak istenen olay ya da durum gelişigüzel anlatılmamaktadır. Her anlatının kitleleri ilgilendiren sorumlulukları vardır. Bu unsurlar dikkate alınarak haber inşa edilmektedir. Gelişen iletişim ağı ile birlikte, her şey de olduğu gibi haber ya da habercilikte değişime uğramıştır. Haber artık sadece bir metin ile sınırlı olmamaktadır. Tek bir mesaj ya da iki cümleden oluşan anlatılarda habercilik kavramında yerini almaktadır:

*“Haber, gazetecinin görev yaptığı sosyokültürel ve ekonomik belirleyicilerin çizdiği çerçevede izleyiciye, okuyucuya aktardığı bilgidir”.*²¹

¹⁹ Girgin, s.64

²⁰ Kemal Aslan, **Ben de Yazarım**, 1.Baskı, İstanbul: Anahtar Kitaplar Yayınevi, 2004, s.127.

²¹ Selda İçin Akçalı, **Türkiye’de Araştırmacı Gazetecilik**, 1.Baskı, İstanbul: Gazeteciler Cemiyeti Yayınları, 2002, s.5.

Haberi aktaran gazetecilerin belirli kriterlere göre, haberi nasıl aktardıkları ifade edilmektedir. Eşik bekçisi kavramı aklımıza gelmektedir. Çünkü eşik bekçisi kavramında, belirli kriterlere göre haberler süzgeçlenerek alıcılara iletilmektedir.

1.3. Eşik Bekçiliği (Gatekeeping)

Haberlerin toplanması, oluşturulması, sunulması, süzülmesi eşik bekçisi (*gatekeeper*) olarak adlandırılan kişiler tarafından yapılmaktadır. Eşik bekçileri, haberin oluşturulması sürecinde maksimum etkiye sahip kişilerden oluşmaktadır. Eşik bekçileri genellikle editörler, muhabirler, haber müdürleri, yazı işleri müdürleri, genel yayın yönetmenleri gibi sektörler göre değişiklik göstermektedir. Bu kişiler, haber konularını ayrıştırarak kendilerine uygun gündemi belirli kriterler çerçevesinde oluşturmaktadırlar. Eşik bekçisi pozisyonunda güçlü kişidir, haberin üretiminden sonra nasıl sunulacağına dair kararı almaktadır. Medya sahibinin de adına kararları veren, ona verilen otoriteyi kullanan genellikle alanında uzman kişilerden oluşmaktadır.

Narmanlıoğlu'na göre; eşik bekçileri, belirli kriterlere uygun olarak filtreleme yapmaktadırlar. Bu kriterler yayıncının ekonomi politikasına ve başka çeşitli kriterlerin varlığına bağlı olarak da değişmektedir. İçerik üreticilerin kişilik özellikleri, kültürel yapıları, aldıkları eğitim, cinsiyet farklılıkları, mesleki tecrübeleri, ait oldukları ırksal ve etnik yapıları gibi özellikler bu kriterler arasında sayılabilir.²² Gerçekten de bu kişiler çalıştığı kurum çatısı altındaki kuralları gözeterek yayın politikası yürütmektedirler. Gelen haberlerin şekillendirilmesi markanın yakın takibi ile ve eşik bekçisinin de kişisel özellikleri ile bütünleşerek sunulmaktadır.

*“Medya organizasyonuna yayın periyodu içinde gelen, haber, yorum ve görsel malzemenin, söz konusu medyanın yayın kimliği ve yayın politikasına uygun olarak seçilmesi işlemine ‘eşik bekçiliği’ (gatekeeping) ya da içeriği belirlemede seçicilik adı verilir”.*²³

Shoemaker ve Vos'a göre eşik bekçileri, izleyicilerin davranışlarını ve görüşlerini direkt olarak etkilemektedir. Yani izleyiciye ait düşüncüyü ya tamamen

²² Haldun Narmanlıoğlu, **İnternet Haber Sitelerinde Eşik Bekçiliği**, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 2016, 20, s.158.

²³ Nurdoğan Rigel, **İleti Tasarımında Haber**, 1.Baskı, İstanbul, Der Yayınları, 2000, s.22.

destekler ya da o düşünceye, karşıt düşünce üretirler.²⁴ Eşik bekçileri tarafından sunulan iletilerin amacı kanaat oluşturmak, düşünceleri şekillendirmektir. Eşik bekçileri tarafından bu durum bilinmekte ve bu duruma uygun yayın yapılmaktadır. Alıcılar da bu durumu bildiklerinden kendi düşüncelerine uygun iletileri oluşturacak kapı tutucularını takip etmektedirler.

“Kitle iletişim araçlarında, görece biçimsel iletişim sistemlerinde (örneğin, gazeteler, televizyon istasyonları) hangi enformasyonun nasıl aktarılacağını belirleyen bireylerin ya da grupların gördüğü işlevi niteleyen terim. Bu kavramı ilk kez Kurt Lewin (1947) aile içinde yiyecek harcamalarına ilişkin karar verme mekanizmasını araştırdığı bir çalışmada kullanmış, daha sonra D.M. White (1950) gazetelerde yayınlanacak haberlerin seçilmesindeki ilişkileri ve işleyişi bu kavramdan yararlanarak çözümlenmiştir.”²⁵

Haber metnini oluşturan olay ve durumların, düzenlenişindeki ayrıntı eşik bekçilerinin zihni süzgecine, dünya görüşüne bağlı olarak değişmektedir. Haber metnini meydana getiren olayın kurgulanışı her ideolojiye göre farklılık göstermektedir. Bu farklılıklar hâkim gücün yapısına göre de şekillenmektedir.

“Haber seçim sürecinde eşik bekçisinin ana işlevi, değişik bilgi kanalları ve kaynakları aracılığıyla dünyanın her yanından gelen haber, bilgi ve yorumlar arasından bireylerin alacağı mesajları derlemektir.”²⁶ Eşik bekçisi; haberin oluşumundan, sonucuna kadar her aşamada müdahale hakkına sahip olmaktadır. Çok çeşitli bilgi kanallarına sahip olmakla beraber, bu bilgilerin her türlü işlenmesi ya da işlenmemesi inisiyatifi kendi görüşüne bırakılmaktadır.

²⁴ Pamela J. Shoemaker Timothy Vos, **Gatekeeping Theory**, Thinking About Gatekeeping, 2009, https://books.google.com.tr/books?hl=tr&lr=&id=Fn2QAqAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=gatekeeping+theory&ots=z3EMemfdKy&sig=wQ5-uit93pUSBEgJgoYPt9kiClk&redir_esc=y#v=onepage&q=gatekeeping%20theory&f=false (20 Ocak 2017).

²⁵ Erol Mutlu, **İletişim Sözlüğü**, 1.Baskı, Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları, 2004, s.96.

²⁶ Murat Çebi, “Medyada Haber Seçiminin Teorik Boyutları”, **Bilig Dergisi**, Güz Sayısı, Ankara, s.247-265 (Çevrimiçi), <http://www.academia.edu/1435939/2013>., Aktaran: Uğur Küçüközyiğit, “Haber Üretim Sürecinde ‘Haber Kararı’ ve Karar Aşamasında Öne Çıkan Faktörler”, (Yayımlanmamış Doktora Tezi), İstanbul Üniversitesi, SBE, İstanbul, 2014, s.49.

Her ne kadar tarafsız, objektif yayıncılıktan bahsedilse de çoğu medyanın kendi ideolojisine göre oluşturduğu yayın politikası söz konusudur. Gazetesinde, dergisinde, portalında, televizyonunda yayınlanan haberler kendi hâkim zihniyet yapısına hizmet etmektedir. Bu sebeptir ki haberler, genel olarak düşünceler, inanışlar, ideolojilerdir. Ve doğal olarak piyasadaki kendi gibi olmayan rakip yayıncılar ile rekabet ve mücadele halinde olmaktadır.

Medya dünyasında kitlelere hangi mesajların aktarılacağına dair açıkça kurullarla belirtilmeyen ama bilinen güç savaşları vardır. Bu güç, haberin seçimini, sunumunu etkilemektedir.²⁷ Her zihniyetin kendi içerisinde barındırdığı bu rekabet anlayışı zaman zaman gazetecilik ahlakını ve tarafsızlığını zedelese de eşik bekçileri bu gibi durumlarda başrolde yer almaktadır. Eşik bekçilerinin araştırılan söylemleri ile bağlı olduğu medya kuruluşunun hangi ideolojiyi desteklediğini, hangi amaçları taşıdığını anlamak mümkündür. Her medyanın sahip olduğu bir ideolojik yapı, o ideolojiyi söylemde üreten eşik bekçisi, o eşik bekçisinin vermek istediği bir mesaj ve o mesajın ulaştırılmak istendiği, yönlendirilen kitleler söz konusudur.

Eşik bekçiliği, enformasyonun çeşitli araçlardan kitlelere ulaştırılırken yapılan denetlenmeye vurgu yapan bir terimdir. Eşik bekçileri, mesajların alıcıya ulaştırılırken denetimden geçtiği kişilerdir. İletileri, mesajları süzmek, denetlemek görevini yerine getirirler.²⁸ Kısacası oluşturulan içerik, belli bir gücün (medya patronları, iktidar vs.) süzgecinden geçerek ve onaylanarak hedef kitleyle paylaşılır. Doğal olarak içerik güçten izler taşır. Amaçta zaten bu izlerin hedef kitlelerde belli mesajlar uyandırmasıdır.

1.4. Söylem

Söylem; söyleyiş tarzı, söyleme, davranış biçimi olarak düşünülebilir. Her bireyin düşüncesini kendi anlamlandırması ile ifade etmesi olarak yorumlanabilir. Söylem konuşmacının sadece kullandığı dil ile çerçevelenmemektedir. Diyalog

²⁷ Umur Talu, **Dipsiz Medya**, 1.Baskı, İstanbul: İletişim Yayınları, 2000, s.33.

²⁸ Buğra Tokmakoğlu, Milliyet Blog, **Gazetecilikte Haber Yapım Süreci, Eşik Bekçiliği ve Mesleki Sorumluluk**, 2008, <http://blog.milliyet.com.tr/gazetecilikte-haber-yapim-sureci--esik-bekciligi-ve-mesleki-sorumluluk/Blog/?BlogNo=110044>, (05 Haziran 2016).

içerisindeki kişilerin iletişimini, çok yönlü alanda kapsamaktadır. İnanç yapısını, değerler sistemini içerisinde barındırmaktadır. Söylem, mesajın yönünü belirlemektedir. Örneğin; herhangi bir kaza haberi yöneticilerin ihmali olarak yansıtılabilirken, bireyin ihmalkârlığı olarak da yansıtılabilmektedir. Yani, aynı olay farklı söylemler ile farklı anlamlar kazanabilmektedir. “Söylem, en basit ifadeyle, anlamın dil içinde hareket etmesiyle ortaya çıkan şey olarak tanımlanabilir”.²⁹ Kullanılan dilin sunuluş biçimidir, anlamlandırılmasıdır. Söylemin anlaşılmasındaki en önemli unsur anlamdır. Göndericinin ne anlatmak istediği ve alıcının bu iletiden ne aldığıdır.

Söylem kavramı, bireyin hayatı boyunca yaşadığı birçok olayda karşılaştığı bir kavramdır. Dilsel, kültürel, toplumsal iletişim bağlamında yaşanan düşünce, davranış biçimidir. Özellikle toplumdaki hiyerarşik düzende ve iktidar yapılarında daha belirgin olarak göze çarpmaktadır. Bazı durumlarda toplumun kılavuzu, yönlendiricisi olabilmektedir. Çeşitli ilişkilerin yaşandığı süreçlerde, eylemin gerçekleşmediği zamanlarda devreye girmektedir.³⁰ Her söylemin kendine göre var olan bir anlamı söz konusudur. Bu anlam söylemi ifade eden bireyin, dili kullanım biçimine ve söylemin aktarıldığı kişinin düşünce yapısına, zihinsel süzgecine göre farklılık gösterir. Söylemi anlamak için aslında dile getirilen sözden ya da yazılan yazıdan önce; nasıl aktarıldığına bakılmalıdır. Aktarma ile anlamın kazanılması söz konusudur. Çünkü anlatılmak istenen düşünce aktarma yapılırken ki ifade de gizlidir. İfadenin göndericiye iletimi sonrasında kavrayış söylemi oluşturur. Bu ifadelerle göre; anlaşılacak söylemi belirler, yani hangi şekilde söylem kullanılırsa, o şekildeki bir anlayışın gerçekleşmesi söz konusudur.

“Söylem, maddi olan toplumsal dünyayı oluşturan ilişkilerin, pratiklerin, özne ve nesnelerin yeniden üretilmesine katkıda bulunmaktadır. Dil gerçekliğin ortaya çıkmasına yarayan bir olgudur. Hâkim ideoloji, medyayı kullanarak söylemler üretmeye yaramaktadır. Aynı zamanda söylemler de ideolojinin üretilmesini sağlamaktadırlar. Söylemin vücut bulmasına neden olan başlıca unsurlar: imgeler, söz dizimi, tonlama,

²⁹ Serpil Sancar, **İdeolojinin Serüveni- Yanlış Bilinç ve Hegemonyadan Söyleme**, 3.Baskı, Ankara: İmge Kitabevi, 2008, s.106.

³⁰ Barış Çoban, “Söylem, İdeoloji Ve Eylem: İktidar Ve Muhalefet Arasındaki Mücadeleyi Çözümleme Denemesi”, **Söylem Ve İdeoloji**, Barış Çoban, Zeynep Özarslan (dr.). 2. Baskı, İstanbul: Su Yayınları, 2003, s.225-226.

*konular, tutarlılık, (ön)varsayımlar, metaforlar (eğretileme) ve muhakeme (uslamlama), ilk olarak akla gelen unsurlardır. Sözcük ve tümcelelerin tonlama vurgusu, sayfa düzeni, genişliği ve yazı karakteri, renk, fotoğraflar ya da film gibi görsel yapılar, söylemi oluşturur”.*³¹

Her söylem kendi içinde bazı anlamlar barındırır. Bir diyalog söz konusu ise; söylem oluşturulurken, dil en önemli unsurdur. Dilin kullanılma biçimi söylemin şeklini oluşturur. Kelime telaffuzu, seçilen sözcükler, gramer yapısı, cümlelerin vurgulanması, kelime dizim sırası, kullanılan sıfatlar, benzetme biçimleri gibi daha birçok unsur eklenebilir. Söylemde, hangi inanç ve düşünce sisteminin ifade edilmek istendiği önemlidir. Düşünce farklılığı ile birlikte dil yapısı farklılaşarak kullanılabilir. Söylemin ifade edilmek istendiği bir metin söz konusu ise; anlatılan cümlelerin yazı tipi, paragraf düzeni, sayfanın kullanılış biçimi, metin haricinde görsel söz konusu ise; görselin boyutu, renklerin kullanım biçimi, büyüklük-küçüklük oranı gibi özellikler ifadenin anlamına göre değişiklik gösterebilmektedir. Yazanın ya da konuşmacının ifade ediş tarzı, belli sözcükleri tercih etmesi, aktaranın niyetinin, ideolojisinin ne olduğunu açıkça ortaya koymaktadır.

Laclau’ya göre söylem kavramı, temelde toplumdaki iktidar ilişkileri ve dilin anlaşılabilirliği ile bağdaştırılmıştır. Toplumsal gerçeklikte bu anlaşılabilirliği göre sürekli değişmektedir.³²Gerçekten de toplumun yapısı, hâkim iktidar anlayışı ile bu kavram farklı şekillerde kendine yer bulmaktadır. Hâkim iktidar anlayışının ideolojik zihin yapısına göre söylemin yerini bulduğunu söyleyebiliriz. Örneğin, laik devlet anlayışı ile toplumu yönetmeye çalışan bir iktidarın söylem biçimleri sosyalizm, eşitlik, komünizm gibi kavramlardan oluşabilmektedir.

“Söylem (discourse) sosyopsikolojik ve kültürel bir terimdir. Disiplinler arası özelliğe sahip olmakla birlikte ortaya çıkışı yapısalci gelenek içerisinde gerçekleşir. Özneyi öteleyen yapısalci yaklaşım, bunun yerine yapıları koyarken, dilbilimciler kanadında da öznenin yerine söylem, yani metnin kendisi konulur. Buna göre dil bir iletişim aracı olarak

³¹ Girgin, s.81.

³² Laclau Ernesto, ‘Söylem’. Felsefe Tartışmaları, 23. Kitap. (Yay. Haz.) Vehbi Hacıcadıroğlu. (Çev.), Mehmet Küçük. İstanbul: Panorama. 162-170. Aktaran: Tezcan Durna ve Çağla Kubilay, Medyadan Söylemler, ‘**Söylem Kuramları ve Eleştirel Söylem Çözümlemeleri**’, 1. Baskı, İstanbul: Libra Kitap, 2010, s.48.

*algılanmanın ötesinde her türlü ilişkinin kurulduğu ve üretildiği bir alan olarak görülmeye başlanır”.*³³

Çeşitli disiplinler ile açıklanabilen söylem kavramının yapısalcı gelenek ile ortak noktaları söz konusudur. Yapısalcılığa göre de, söylem kavramına göre de, gerçeklik; seslerde, harflerde değil anlamdadır. Her iki disipline göre de dil, dilbilgisi kurallarından oluşan bir yapı haricinde; anlamı, söylemi oluşturan bir yapıdır.

“Söylem, dilbilimsel ve dilsel olmayan etkinliklerin, özelliklerin bir arada oluşturduğu anlamlandırma ve sınıflandırma dizgisidir. Dilsel söyleyişlerde yer alan tüm öğeler düz anlamları, yan anlamları, farklı anlamlarıyla karmaşık bir yapı oluştururlar”.³⁴ Söylem, geniş çerçeveden bakıldığında insana ait tüm eylemleri kapsamaktadır. Örneğin; konuşma esnasında konuşanın ifadesi, dili kullanım biçimi, jest ve mimikleri o söylem ile ilgili kişinin ne aktarmak istediğini, düşünce yapısını açıkça belirtmektedir. Dilsel olmayan etkinliklerde de vücut dili, hareket şekli o kişinin söylemsel ifadesini açıkça ortaya koymaktadır. Örneğin, siyasi olarak zıt ideolojilere sahip iki siyasetçinin aynı ortamda bulunup birbirlerine selam vermemeleri aslında söylemek istedikleri açısından çok şey ifade etmektedir.

“Dilbilimde, cümlelerin üstünde dilin örgütlü bir biçimde kullanımı. Ama bu genel tanımın içinde farklı eğilimler varsayılabilir. Örneğin; söylem bir söz olayını (söyleşim, şarkı, şiir, söylev, vaaz, mülakat) oluşturan herhangi bir söz dizisini dile getirebilir”.³⁵ Dilbilim alanında söylem; dilin belirli kurallar, yapılar çerçevesinde kullanılması olmaktadır. Özellikle dilin kullanılış şekline vurgu yapılmaktadır. Bu şekillerde farklı yazı türleri ve biçimleri ile anlatılmaktadır.

“Söylemler, herhangi bir şeyin temsili veya konuşma yolu şekliyle, sosyal olarak yapılanma özelliği gösterir; onlar asla saf değildir”.³⁶ Yani söylem bir ifade şeklidir, bir zihniyetin yansıtıldığı araçtır. Konuşulurken, yazılırken, resmedilirken

³³ Nazife Güngör, **İletişim Kuramlar Yaklaşımlar**, 1.Basım, Ankara: Siyasal Kitabevi, 2011, s.

³⁴ Aysel Aziz, **Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri Ve Teknikleri**, 10.Baskı, Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık, 2015, s.149.

³⁵ Erol Mutlu, **İletişim Sözlüğü**, 4.Baskı, Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları, 2004, s.260-261.

³⁶ Edibe Sözen, **Medyatik Hafıza**, 1.Baskı, İstanbul, Timaş Yayınları, 1997, s.153.

farklı şekillerde tezahür etmektedir. Konuşurken cümlelerin ifadesi ile yazılırken sözcük biçimleri ve kullanımları ile resmedilirken kullanılan görsel materyaller ile anlamlar belirtilmektedir.

Söylem dilin yapısının, kullanılma biçimlerinin incelenmesidir. Dilin farklı şekillerde kullanılmasını meydana getiren biçimlerdir. Üretildiği, tüketildiği yani kullanıldığı sosyal siyasi her türlü koşullar ile birlikte dilin değerlendirilmesidir.³⁷ Söylemin üretimi, biçimlendirilmesi, tüketilmesi her zaman belirli yapılar ile meydana gelmektedir. Bu yapılar sosyolojik yapılar, politik yapılar, hukuki yapılar olmak üzere daha da çeşitlendirilebilir.

Söylem, içinde bulunduğu toplumun yapısına göre şekillenmektedir. Hatta toplumdaki farklı toplulukların, katmanların bile kendilerine göre söylem tarzı bulunmaktadır. Her düşünce yapısına göre değişen söylemin, her düşünce yapısına göre de kullanılış biçimi bulunmaktadır. Bu kullanılış biçimlerinin incelenmesi, söylem analizi kavramını meydana getirmektedir. Söylem analizi; insansız, toplumsuz, etkileşimsiz, dilsiz düşünülemez. İnsan ifadesidir, insan düşüncesinin temelini yansıtır. Bu düşünceler; topluma, sosyal ve ahlaki yapıya bağlı olarak değişmekte, yenilenmektedir. Değişim ve yenilikler, etkileşim ve dilin kullanımı ile kendini göstermektedir. Söylem analizi, enformasyonumuz dışındaki dünyanın anlaşılabilmesi adına bizlere iletişim alanında destek sağlamaktadır. Toplumsal ilişkileri, sosyal olayları anlamlandırmamıza yardımcı olmaktadır.

Söylemlerin çözümlenmesi, anlaşılmaları açısından önemlidir. Bu çözümlenmeler, söylem analizini meydana getirmektedir. Aziz'e göre söylem analizinin çalışma alanı, disiplinler arası olsa da temel alanı mikro-sosyolojidir. Söylemin etkili olabilmesi için, mesajı gönderen ile mesajı alan kişiler arasında ortak paydaların bulunması gerekmektedir. Verimli bir iletişim ancak bu şekilde gerçekleşir. Söylem analizi de oluşturulan iletilerin bu açılardan meydana gelen özelliklerini, yorumlayarak ortaya koymaya çalışır.³⁸

³⁷Necla Mora, **Medya Çalışmaları Medya Pedagojisi ve Küresel İletişim**, 1.Baskı, Ankara, Nobel Yayıncılık, s.60.

³⁸ Aziz, s.150.

“S.A geçmiş dönemlere ait sözleri, müzakerelerde kullanılan dili, belgelere aktarılan kavramları ve deyimleri, kültürel, siyasi ve sosyal bağlam içinde ele alan bir analiz biçimidir. S.A anlamların nasıl yapılandırıldığını, tümevarım ve tümdengelim ile ortaya koyarken, bilgi, düşünme, değerlendirme yöntemlerini kullanır”.³⁹ Analizi yapılan söylemler sadece bugünün araştırması ile sınırlı kalmamaktadır, önceki yılların izlerini taşımaktadır. Geniş çerçeve ve zaman dilimi dikkate alınarak, kültürel yapının tüm özellikleri göz önünde bulundurularak ve çeşitli araştırma yöntemlerinden destek alınarak çözümlene sağlanmaya çalışılmaktadır.

Söylemin analizinde dikkat edilecek en temel konular, çeşitli olay ve durumların, raporların, araştırmaların bir haber metni haline getirilirken ne şekilde düzenlendiğidir. Haber metinlerindeki gerçeklik olgusu bazı ideolojik değişimlere uğramaktadır.⁴⁰ Haber bilgi vermek amacıyla yazılmakta ve özellikle de günümüzde yaşamsal döngünün devamının sağlanması amacı ile takip edilmektedir. Yolculuğa çıkacak bir yolcunun hava durumundan haberdar olması gerektiği gibi. Fakat medyanın güçlü yapısı gerçek, birincil görev olan haber verme amacından biraz daha farklılaşmış gibi gözükmektedir. Haber metinleri ya da görüntüleri, haberdar etme haricinde belirli bir ideolojik görüşü olumlu yönde yansıtmakta ya da olumsuz şekilde yermektedir. Bu sistemle haberin tarafsızlığı, güvenilirliği zedelenmekte ve gerçeklik olgusu değişime uğramaktadır.

Devran’a göre, bazı çeşitli disiplinler belli bir güç kaynağıdır. Ve bu disiplin ile çalışan, birlikte hareket eden kişilerin kendilerine özgü söylemsel güçleri vardır. Bu kişiler alanlarında idodür. Örneğin, akademisyenler akademik konulardaki söylemleri üretir ve kontrol ederler. Söylem üzerindeki kontrol denetimi, güçle alakalıdır. Eleştirel söylem çözümlemesinin amaçlarından biri de bu güç biçimlerinin çeşitlendirilmesidir.⁴¹

“Kişilerarası iletişimde 'discourse' analizi bir ilişkinin sözlü ve sözsüz yanının incelenmesidir. Kültürel incelemelerde Foucault'un kullandığı anlamda, 'discourse analizi' dilin ve diğer kodların anlamı ile uğraşır ve bu kodlarda güç ilişkileri üzerine odaklanır. Kodlar ve anlamları

³⁹Ali Balcı, **Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntem, Teknik ve İlkeler**, 12.Baskı, Ankara: Pegem Akademi, 2016, s.195.

⁴⁰ Şengül A. Özerkan, **Medya Dil ve İletişim**, 1.Baskı, İstanbul, Martı Yayınevi, 2001, s.135.

⁴¹ Yusuf Devran, **Haber Söylem İdeoloji**, 1.Baskı, İstanbul: Başlık Yayın Grubu, 2010, s.27.

toplumun ve tarihin dışında durmazlar. Daima zamanın tarihsel ve sosyal bağlamına, var olan güç ilişkileri ve çatışmalara bağlıdırlar. Bazı söylemler diğerlerinden daha meşru olarak düşünülür. Televizyon haberleri söylemi, radyodan daha çok tercih edilir...’’⁴²

Kişiler arası iletişim bireyler arasında gerçekleşmektedir. Bu iletişim sözlü, yazılı ya da davranışsal olabilmektedir. Yazılı ya da davranışsal iletişim sözsüz iletişim kapsamı içerisine girebilmektedir. Söylem analizi tüm bu iletişim biçimleri üzerinde araştırma gücüne sahip olabilmektedir. Foucault söylem analizi anlayışına göre ise dil, kodlar ve güç ilişkileri önemli unsurlardır. Tüm bu unsurlar geçmişten bugüne yaşanan kültüre bağlı olmaktadır. Her söylem biçiminin kabulleniliş düzeyi birbirinden farklıdır. Medya dünyasındaki söylemlerden biri olan televizyon söylemleri de diğer araçlara göre daha çok tercih edilmektedir. Çünkü televizyon haberleri söylemlerinde yer alan görüntüler, görsel efektler, kameraların çekim açısı, olayın adım adım izlenişi, olayda yer alan kişilerin fiziksel görünüş ve ifadeleri gibi radyo haberlerinde aktarılamayan birçok durum söz konusudur. Televizyon haberleri söyleminde birden çok duyuya hitap edilirken, radyo haberleri kişiler üzerinde daha sınırlı etkilere sahiptir.

“Haber söyleminde serbest piyasa ekonomisi, tüketim, rekabet, başarı, karlılık, özelleştirme gibi konular öne çıkarılır. Sömürü, ezen-ezilen ilişkisi, baskının nasıl ortadan kalkacağı, farklı yaşamlar ve hayatlarında olabileceği vb. değerler yok sayılır... Olayların, olguların görünür yanı öne çıkartılır, yaşananların arka planı sorgulanmaz. Toplumsal düzen açısından temel rahatsızlıklar yer almaz. Var olan adaletsizlikler, hoşnutsuzluklar, eşitsizlikler bireysel düzeltilebilir olaylar olarak sunulur. Bunların toplumsal sorun olduğu, değişmesi için toplumsal ilişkilerin de yeniden düzenlenmesi gerektiği vurgulanmaz. Eleştirel ve sorgulayıcı haberlerin söylemi kurulu düzenin çerçevesinin dışına çıkmaz’’.⁴³

⁴² İrfan Erdoğan-Alemdar Korkmaz, **Öteki Kuram- Kitle İletişim Kuram ve Araştırmalarının Tarihsel ve Eleştirel Bir Değerlendirilmesi**, 1.Baskı, Ankara: Erk Yayınları, 2005, s.299.

⁴³ Kemal Aslan, **Haber Nasıl Okunur? Haberde İdeoloji, Söylem**, 1.Baskı, İstanbul: Anahtar Kitaplar Yayınevi, 2004, s.30-31.

Genel olarak haber söylemleri geleneksel bilgi aktarımının dışına çıkmamaktadır. Haksızlıklar, memnuniyetsizlikler çözümsüz şekilde aktarılmaktadır. Sosyal sorunlar altında yatan nedenler irdelenmeden, insanlara yaşamın bir parçası şeklinde sunulmakta, çözüme kavuşturulmamakta ve bu sorunlar normalleştirilmektedir.

1.6. Söylem Seçkinleri ve Söylem Düşkünleri

Önceki bölümlerde de değinildiği gibi haber, insan yaşamının sürdürülebilmesi adına büyük öneme sahiptir. Bireyler ancak aldıkları ve ilettikleri enformasyonlar ile hayatını devam ettirebilmektedir. Herhangi bir olay, kısa sürede geniş kitlelere ulaştırılabilir ama olayın çıkış kaynağı, o olayın haber değeri oluşturması açısından büyük öneme sahiptir.

Haber söylemi kaynağının yapısına göre söylem seçkinleri ve söylem düşkünleri olarak ikiye ayrılır. Bourdieu söylem üretiminin temelini iktidar uygulayanlar, gazeteciler, yazarlar, sanatçılar, yönetmenler, akademisyenler gibi 'sembolik seçkinler' olarak nitelendirmiştir. Haberin denetim mekanizmasını daha çok ellerinde bulunduran, toplum tarafından kabul görülmüş kimselerdir. Söylem düşkünleri ise sıradan halktır. Söylem düşkünleri suskun, zavallı, mahcup, mağdurdur. Bu sıfatlar söylem düşkünlerinin ezilmelerini meşrulaştırır. Kadınlar, çocuklar, mahkûmlar, etnik grup üyeleri, ekonomik ve belirli yönlerden yetersiz, güçsüz olan herkes bu grubun içinde yer alabilir. Söylem düşkünleri üzerinde baskı kurulabilir, pasifize edilebilirler. Söylem düşkünlerinin medyada temsil edilmesi için mağdur olmaları (dayak, tecavüz, ölüm) gerekir.⁴⁴

Söylemin iletimi ve alınmasında bu iki kavramın (seçkin-düşkün) varlığından söz edilebilir. Karar vericiler, gündem belirleyiciler, kitleleri yönlendirenler yani seçkinler; bir de daha çok konvansiyonel medyada varlığından söz edebileceğimiz kitleler, söylemlerin aktarıldığı sıradan insanlar söz konusu edilmektedir. Fakat yeni medya ile birlikte artık kullanıcılar hem üretici hem de tüketici konumunda yer almaktadırlar. Yeni medya ile birlikte söylem seçkini ve söylem düşkünü kavramları

⁴⁴ Bourdieu'dan aktaran; Necla Mora, **Medya Çalışmaları Medya Pedagojisi ve Küresel İletişim**, 1.Baskı, Ankara: Nobel Yayıncılık, 2011, s.63-64.

yeniden tanımlanmaktadır. Gelişen teknoloji ve ortamlarla birlikte söylem düşünleri de gündem oluşturabilme gücüne sahip olmuşlardır.

Shoemaker ve Vos'a göre okuyucular artık kendileri eşik bekçileridir. Yine aynı yazarlara göre, New York Times da okuyucular neyin haber olacağına karar vermektedirler. Spesifik anlamda eşik bekçilerinin söylem kuralları vardır. Kendi ilgilendikleri haberlere önem verirler⁴⁵. Bu ifadelere göre söylem düşünleri artık karar aşamasında daha güçlü etkiye sahiptir, diyebiliriz. Enformasyonu tüketenler kendileri olduğu kadar, günümüzde artık aynı zamanda enformasyonu üretenlerde kendileri olmaktadır. Twitteredaki trendtopic kavramı, bunun en belirgin örneğidir diyebiliriz.

“Söylem seçkinleri; gerektiğinde haber aktörü ya da kaynağı olarak medyanın içeriklerinde sıklıkla yer alan siyasi, askeri ve ekonomik alandaki iktidar seçkinlerinin yanı sıra, medyanın söylem üretiminde tematik yapının uygulanmasına katkı sağlayan sembolik seçkinlerin tümüdür”.⁴⁶ Gazetelerde okuduğumuz, programlarda dinlediğimiz, yeni medya aracılığı ile de takip ettiğimiz seçkinlerin haricinde, bir de medya da fazla yer almayan kişilerin varlığından söz edilmektedir. Bu kişilerin adı medyada sıklıkla yer almasa da varlıkları her zaman hissedilebilmektedir.

“Söylem düşünleri, tarihsel süreç içinde, özünde yönetenler ve yönetilenleri barındıran gelişimin kavramsal dönüşümleri, efendi-köle, aristokrat-halk tabakası, iktidar ve kitle şeklinde olmuştur. Demokrasi ile halk, yani kitle, seçkinini seçen bir konuma yükseltilmiş, medyatik demokrasi ya da elektronik cumhuriyet ise kitleyi birey olarak yetiştirme gayretine girişmiştir”.⁴⁷

Yani söylem düşünleri tarih boyunca pasifize edilmiş gruplardan meydana gelmiştir. Genelde yönetilen, şekillendirilen, baskı kurulan kitlelerden oluşmuşlardır.

⁴⁵ Pamela J. Shoemaker Timothy Vos, **Gatekeeping Theory**, Thinking About Gatekeeping, 2009, https://books.google.com.tr/books?hl=tr&lr=&id=Fn2QAQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=gatekeeping+theory&ots=z3EMemfdKy&sig=wQ5-uit93pUSBEgJgoYPt9kiClk&redir_esc=y#v=onepage&q=gatekeeping%20theory&f=false, (20 Ocak 2017), s.7.

⁴⁶ Rigel, s.192.

⁴⁷ Lawrence K. Grossman, **The Electronic Republic: Reshaping Democracy in The Information Age**, New York: Penguin Books, 1995. Aktaran: Rigel, s.192.

Demokrasi başlığı altında iktidarını seçmeye çalışan gruplar, medyanın ortaklığı ile birey olma vasfını hissetmeye çalışmıştır.

Söylem ve sosyal statüler arasında belli bir bağıntı söz konusudur, diyebiliriz. Akademisyenler, yazarlar, politikacılar, medya dünyasında tanınan simalar söylem konusunda etkili güce sahiptir. Belli bir meslek grubuna mensup kişiler, o meslek hakkında etkin söylem gücüne sahiptir. Örneğin gazete ve dergilerde; yazı işleri müdürleri, genel yayın yönetmenleri ya da editörler, partilerde siyasi kişiler söylem konusunda etkili güce sahiptir. Söylem seçkinleri akademisyenler, yazarlar, bürokratlar, medya patronları, alanında uzmanlaşmış kişilerden oluşmaktadır. Söylemlerle oluşturulanlar, bireylerin dünya görüşüne katkı sağlamaktadır.

1.7. Söylem Düşkünü Olarak Çocuk

Günümüz enformasyon toplumlarında bireylerin yaşamlarını sürdürebilmeleri adına bilgiye ihtiyaçları vardır. Medya, bu enformasyonun iletimi ve yayılmasında en önemli kanal görevini üstlenmektedir. Medya kanalının en önemli işlevi, haber verme işlevidir. Gazetelerde, televizyonlarda, radyolarda, İnternet'te birçok sosyal medya kanalını kullanan bireyler gündeme dair haber almak istemektedirler. Kişiler ekonomik alanda, eğitim alanında, sağlık alanında, ulusal ve uluslararası konularda haberler aracılığı ile bilgi sahibi olabilmektedirler. Medya yapıları, oluşturulan haberler ile var olmaktadır. Medya haberlerinde gerçek kurgulanarak yeni bir gerçeğe dönüştürülerek kitlelere sunulmaktadır. Haberdeki konunun özü çoğu zaman aynıdır, fakat her defasında farklı biçimlerle kurgulanarak seyredilesi, okunası hale getirilmeye çalışılmaktadır.

Medyanın insanlar, olaylarla ilgili olarak ürettiği değer ve düşünceler dolaşıma girdikleri andan itibaren kurgulanmış bir sahicilik kazanır. Kurgulanan, gerçeğin yerini almaya hazırdır. Özellikle de insan hakları, çocuk hakları gibi tartışmalı konular söz konusu ise.⁴⁸ Var olan gerçek bir olay, haber olarak sunulacağı zaman belirli kriterlere göre kurgulanarak hazırlanmaktadır. Medyalar reyting, tiraj ve tıklanma oranlarını

⁴⁸ Gülgün Erdoğan Tosun, "Çocuklar ve Çocuk Haklarının Medyada Temsili", **Çocuk Odaklı Habercilik**, Sevda Alankuş (drl), İstanbul: IPS İletişim Vakfı Yayınları, 2007, s.176.

yüksek tutmak adına kullandıkları dili, görüntüyü överek ya da yererek verdikleri mesajları alıcılara o şekilde aktarmaktadırlar. Haberler her gün insanlara yaşamın içinden çeşitli olaylar sunmaktadır; ölüm haberleri, kaza haberleri, doğal afet haberleri, yeni doğumlar, başlangıçlar, mucizeler ve daha sıralanabilecek birçok türden haber konularına yer verilebilir.

Cinayet, şiddet, hainlik, vahşet örneklerinin gösterildiği haberler kitleleri duyarsızlaştırmakta, sık sık gösterilen vahşet haberleri belli bir sürenin sonunda insanlar için normale dönüşmektedir.

*“İletişim alanındaki araştırmalar, medyanın toplumu merhamet yorgunluğuna sürükleyişindeki dört günahını şöyle sıralıyor: sansasyonel haber verme hevesi, kötü haberleri sıklıkla karşımıza çıkarma arzusu, sorunların ortaya çıktığı koşulları aktarmayı ihmal etmesi ve çözümlere değinmeden problemleri önümüze atması”.*⁴⁹

İletişim teknolojilerinin gelişimi ve küreselleşme ile birlikte tüm süreçler değişime uğramıştır. Toplumsal yapıda meydana gelen dönüşümler nedeni ile aile ilişkileri, bireysel ilişkiler yenilenme sürecine girmiştir. Bu yapılar arasında en çok erozyona maruz kalan aile ilişkileridir ve bu yönde etkilenen en zayıf halka çocuklardır. Her gün izletilen, dinletilen ya da okutulan özellikle olumsuz haberlere artık haber alıcıları duyarsızlaşabilmektedir. Okuyucular bu olumsuz olayları kanıksamış durumda yaşamlarını sürdürmektedir. Her birey habere bir müddet olumsuz eleştiri yaptıktan sonra, kaldığı yerden hayatına devam etmekte ve sonsuza kadar devam eden felaketlere sadece bazı yorumlarda bulunarak seyirci kalmaktadır.

Medyada yerleşik düzenin devamını sağlayacak değer yargılarını tekrar tekrar üreten egemen anlayış haberlerde yer alacak toplumsal kavramları iyi/kötü diye sınıflandırır. Kitle medyasında ünlü/popüler sıfatları yer alabildiğinden, sıradan bir çocuğun medyada yer alabilmesi suçlu, mağdur, muhtaç olduğunda mümkün olabilmektedir.⁵⁰

⁴⁹ Kemal Sayar ve Alperen Manisalıgil, **Merhamet Devrimi**, 1.Baskı, İstanbul, Timaş Yayınları, 2015, s.136.

⁵⁰ Mora, s.178.

Çocuklarla ilgili yapılan haberlere baktığımızda çocukların genelde mağdur durumda olduklarını görmekteyiz. Çocukların medyada yer aldığı görüntüleri incelediğimizde, bunların pekte iç açıcı olmadığını söylenebilir. Örneğin Görsel 1'deki fotoğrafın, Suriye'de çekildiği iddia edildi. Tüm dünyanın tepkisini çeken fotoğrafta daha bebek yaşta küçük bir çocuk yerde oturuyor. Etrafında silah tutan bir sürü adam. Çocuk şaşkınlıkla kendisine doğrultulan silahlara bakıyor.

“BİZİM EN GENÇ REHİNEMİZ”

Sham Times adlı internet sitesinde yer alan habere göre Özgür Suriye Ordusu taraftarınca sosyal medyada paylaşılan bu fotoğrafın altında “bizim en genç rehinemiz” yazıyor. Şoke eden bu fotoğraf kadar fotoğrafa yazılan yorum da tepki çekiyor”.⁵¹

Şekil 1:Suriye’de Çekildiği İddia Edilen Görüntü



Kaynak:http://www.cumhuriyet.com.tr/haber/dunya/62493/Dunya_bu_fotografi_konusuyor.html

Görüldüğü gibi çocuk haberde şiddet mağduru, savunmasız, aciz şekilde açık bir biçimde gösterilmektedir. Çocuğun haber yapılış şekli, onlara yönelik algının oluşmasını şekillendirmektedir. Çocuğun özellikle kendi yaşatlarının vahşi şekillerde resmedilmesi ruh sağlığına yönelik tehditler oluşturmaktadır. Gördüğü olumsuzluklar, çocuk kişilik yapısı üzerinde hasar oluşturabilmekte ve bu da çocuğun ileri yaşlardaki davranışlarının olumlu yönde gelişimine engel teşkil edebilmektedir.

"Türkiye'de çocuk haklarına saygılı habercilik açısından çeşitli kodlarda etik ilkeler bulunmasına karşın, bu ilkeler sık sık ihlal edilmektedir.

⁵¹Dünya Bu Fotoğrafi Konuşuyor, 2014, http://www.cumhuriyet.com.tr/haber/dunya/62493/Dunya_bu_fotografi_konusuyor.html, (08 Haziran 2016).

Çocuk yaşta evlilik, cinsel istismar, şiddet, çocuk emeğinin sömürülmesi gibi konularda medyanın sorumlu habercilik yaptığını söylemek zordur. Medyanın çocuklara da hakları olan bireyler olarak yaklaşması gerekirken, çocukların mağdur veya yetişkinlerin 'şirin uzantıları' olarak sergilediği görülmektedir. Çocuklarla ilgili haberlerdeki etik ihlaller, genellikle kimlik açıklanması durumlarında gündeme gelmektedir".⁵²

Çocuk yoksulluğu medyada farklı şekillerde ele alınmaktadır. En başta gelen anlatılar yoksul çocuk mağduriyetleridir. İkinci olarak devlet ya da çeşitli kuruluşların yoksul çocuklara el uzatmaması, üçüncüsü ise yoksul çocukların “tinerci” gibi nitelendirmelerle temsil edilmesidir.⁵³ Bu tür isimlendirmeler, medyanın çocuk haklarından habersiz olduğunun göstergesi olabilmektedir. Ya da bu hakları ihlal ettiğini önemsememesi ile ilgilidir. Medyanın etkili haber yapma çabası düşünüldüğü zaman, ne kadar objektif davranacağı tartışılabilir bir konudur. Medya, haber verme görevini yerine getirirken bağlı bulunduğu ekonomik ve siyasi gücün kontrolü ile bunu yapmaktadır. Haberin sunumunda çocuğun mağduriyetini kullanmadan bu işi gerçekleştirmek o haberle ilgilenen eşik bekçilerinin inisiyatifine kalmış bir durumdur. Medyayı elinde bulduran sermaye gruplarının, siyasi tercihleri nedeni ile haberi sunanlarında ekonomik çıkarını düşünmesi göz ardı edilemeyen bir gerçektir. Benzer kalıplaşmış konularla (hırsız çocuk, çocuk gelin, çocuk işçi, madde bağımlısı, bakıcı dehşeti) sebepleri araştırılmadan ve çözümlenmeden suçlu, mağdur duruma getirilen çocukların dertleri ile dertleniyormuş gibi sunum yapılarak, haberin yankı uyandırmasına yönelik çalışıldığı anlaşılmaktadır. Toplumda olağan olarak algılanan şiddet daha çok görmezden gelinerek, haber şeklindeki formüllerle değersizleşip, önemsenmemektedir. Hırsız, işçi, mağdur çocuk diye sunulan olaylarda bunu doğuran sebepler yok edilmekte, çözüm aranmamakta, olaya konu edinilen çocuk ya da çocuklar sadece yaftalanmaktadır.

BM tarafından, 20 Kasım 1989 yılında “Çocuk Hakları Sözleşmesi” kabul edilmiştir. Bu sözleşme 18 yaş altındaki tüm çocukları kapsamaktadır. Dünyanın

⁵² Ruhdan Uzun, **İletişim Etiği Sorunlar Ve Sorumluluklar**, 2.Baskı, Ankara: Dipnot Yayınları, 2009, s.133.

⁵³ Selma Ulus, “ Haber Söyleminde Dönüştürülen Hakikat; Yoksullukla Kuşatılmış Çocukların Medyada Temsillerinin İki Örnek Haberle Eleştirel Karşılaştırılması”, **Medya Mercek Altında**, Nesrin Tan Akbulut-Elif Eda Balkaş (drl), İstanbul: Beta Basım, 2006, s.262.

neresinde olursa olsun her çocuk bu haklardan yararlanmalıdır. Çocukların yararı gözetilmelidir. Tüm çocukların doğuştan devredilemez haklarının olduğuna dair maddeler bu sözleşmede yer almaktadır. Çocukların medyadan beklentisi aşağıdaki şekilde sınıflandırılmıştır:

- I. Başarılarının kamuoyuna sunumu bekler,
- II. Düşünce ve sorunlarının medya yolu ile paylaşımını ve saygı gösterilmesini bekler,
- III. Olumlu haberlerin öznesi olmayı bekler,
- IV. Kendi seviyesi ve gelişimine uygun yayınların yapılmasını bekler,
- V. Haber konusu edildiğinde, söz konusu olumsuz bir durum ise damgalanmamayı, deşifre edilmemeyi ve önemsenmeyi bekler.⁵⁴

Medyanın çocuk ile iletişim kurduğu zamanlarda, medya çalışanlarının çocuk hakları konusunda bilinçlenmesi, çocuk haberciliğine yönelik dikkat edilmesi gereken en başat unsurlar arasında yer almaktadır. Bilinçlenen medyanın, bu konudaki hassasiyeti, etik kuralları gözetmesi çocuk haberciliği açısından istenilen duyarlılığın yakalanmasını sağlayacaktır. Verilen haberlerde çocuğun başarısının ön plana çıkarılması, yaptığı işlerin ödüllendirilmesi ve desteklenmesi, bu tür haberlerin daha sık gündeme gelmesi gerekmektedir. Medyadaki olumsuz çocuk haberlerinde çocuğa yer verilirken kimliğin açıklanmaması, ifşa edici görüntülere yer verilmemesi, az da olsa çocuk haberciliği haklarına yapılan saygının göstergesi olabilmektedir. Yapılan hak ihlalleri söz konusu olduğunda ise bunu yapan özel ya da tüzel kişilere yasal yaptırımın uygulanması gerekmektedir. Geleceğin emanetçileri olan çocuklara yapılan haksızlıkların nedenlerinin araştırılması, haksızlıkların önüne geçilmesi toplumların sağlıklı gelişimine katkı sağlamaktadır.

⁵⁴Onat ve Akça, s.84.

2. BİR HABER ÜRETİM ARACI OLARAK YENİ MEDYA

2.1. Karavanadaki Bilgiden Kafeteryadaki Bilgiye

İletişim teknolojilerinin gelişimi ile birlikte, enformasyonun seçilmesi ve tüketilmesi artık çoklu ortamlara ulaşılarak sağlanmaktadır. Çeşitli ortamlarda istenilen mecraların birçoğuna birey kendi çabasıyla erişmektedir. Teknolojik imkânların yetersiz olduğu, çeşitlenmediği ve yaygın olmadığı dönemlerde kişilere sunulan bilgi sınırlı ve tek yönlü olmaktadır. Geleneksel mecralarda sunulan görsel ve yazılar tek tip halinde erişime olanak sağlamaktaydı. Örneğin; belli zamanlarda radyoda, televizyonda sunulan haberlere erişim oldukça kısıtlıyken, günümüzdeki olanakların gelişimi (İnternet gazeteciliği, haber siteleri) ile birlikte bireyler istedikleri zamanda, istedikleri kadar çok bilgiye erişimi kendi çabaları ile sağlamaktadırlar. Artık daraltılmış, kısıtlanmış bilgi değil; istenildiği zaman erişilebilen birden fazla seçeneğin bulunduğu bilgiye erişme imkânı sağlanmaktadır. Haluk Şahin, “İletişimde Karavanadan Kafeteryaya” adlı kitabında gelişen teknoloji ile birlikte özellikle televizyondaki bu açılımı ‘karavana düzeninden kafeterya düzenine geçiş’ olarak tanımlamaktadır. Şahin’e göre; tek tip ideolojiler tarafından sunulan medya zihniyeti, ne yeneceğini levazım subayının kararlaştırdığı ve yenenler arasında fazla bir farklılaşma olmayan (nohut, pilav, üzüm hoşafı) karavana düzenine benzetilmektedir. Buna karşın çok kanallı ortam ise, seçimin müşteri tarafından yapıldığı birçok yiyeceğin sergilendiği kafeterya düzenine uygun düşmektedir.⁵⁵Hâlihazırda sunulan ve tükettirilen enformasyon değil, seçilebilen enformasyon söz konusu olmaktadır. Buna destek olan en büyük etken sürekli gelişen ve değişen teknolojinin varlığıdır.

Fidler’e göre yeni medya sayesinde; kültür, iletişim ve davranış biçimlerimiz değişmektedir. Fakat bu değişim taklit edilerek gerçekleşmektedir.⁵⁶Medya ve özellikle de yeni medya toplumların yaşam biçimlerini yani kültürlerini aktaran bir araç görevi görmektedir. Günümüzde yeni medya kanalları aracılığı ile bu aktarım çok daha kolay,

⁵⁵ Haluk Şahin, *İletişimde Karavanadan Kafeteryaya*, 1.Basım, İstanbul: Dünya Kitapları, 2004, s.22.

⁵⁶Roger Fidler, *Mediamorphosis: Understanding New Media*, Coping With Change, Pine Forge Press 1997, s.1.

uluslararası alanda ve hızlı bir şekilde gerçekleşmektedir. Örneğin Amerikan popüler kültürü yeni medya aracılığı ile uluslararası kitlelere ulaşım sağlamakta ve ulaştığı yerlerde kendine yer edinerek hâkim kültürü de etkilemektedir. Amerikan tarzı hızlı yiyecek içecek tüketimi gibi.

Teknolojinin varlığı bu medyayı oluşturmaktadır. Yeni medyanın topluma ve dünyaya birçok etkisi söz konusudur. Örneğin; iletişime olan etkisinden bahsedilirse, yeni iletişim teknolojilerinin oluşturduğu birçok yeni alanlar söz konusudur. Sosyal medya, bloglar, online ortamlar bunlardan bazılarıdır.⁵⁷ Sürekli kendini yenileyen, gelişen teknoloji ve iletişim ağları ile yeni yeni sahalar açılmaktadır. Yeni medyada, kitleseel anlamda sürekli yenilenen bu alanlardan biridir. Web tabanlı uygulamalar, yeni nesil oyunlar, bluetooth teknolojileri; geniş çapta yankı uyandıran kitleleri peşinden sürükleyebilme gücüne sahip yeniliklerden olmaktadır.

Teknolojinin baş döndürücü hızı, ulaşım ve iletişim alanında kendini fazlasıyla göstermektedir. Mikroçipler, uydu antenleri ve internet gibi gelişmeler ile bu hız artarak devam etmektedir.⁵⁸ Teknolojinin sağladığı bu imkânlar sayesinde en çok kullandığımız ekranlar; yeni medya ve sosyal medya ekranları olmaktadır. İnternet ile bütünleşik olan tüm uygulamaların varlığı hayatımızı kolaylaştırırsa da Facebook, Twitter, Instagram gezintileri kullanıcılara daha cazip gelmektedir. İnternet'e giren her 10 kişi 'den 8'inin bilgisayarını açtığında baktığı ilk üç site arasında Google'ın ardından sosyal medyanın amiral gemileri olan Facebook ve Twitter gelmesi açısından fazlasıyla önemlidir.⁵⁹

Yeni iletişim araçları olan dijital oyunlar, web 2.0, cep telefonları yeni medyayı oluşturmaktadır. Paylaşımlı internet uygulamaları, web 2.0 mantığını meydana getirmektedir. Youtube, twitter, çeşitli bloglar, çeşitli içerik paylaşım ağları bunlardan bazılarıdır. Web 2.0 adındaki 2.0; sistemi tanımlamak, yazılım sürümünü ifade etmek amacı ile kullanılmaktadır.⁶⁰ Yani; dijital ortamların ve dijital araçların kullanıldığı

⁵⁷Jean Aitchison and Diana M. Lewis, **New Media Language**, 2003 s.1.

⁵⁸ Filiz Aydoğan, **Tüm Boyutlarıyla Küresel Medya**, 2.Baskı, İstanbul: Beta Yayınları, 2011, s.23.

⁵⁹Evenmag, 2012, <http://www.evenmag.com/sosyal-medya-nedir-26091.html>, (12 Haziran 2016).

⁶⁰ Tuğrul Comu-Mutlu Binark, Yeni Medya Ortamlarında Nefret Söylemi, **Medya ve Nefret Söylemi**, Mahmut Cınar (drl), İstanbul: Hrant Dink Vakfı Yayınları, 2013, s.199.

medyadır. Zaman ve mekân kavramının ortadan kalktığı, etkileşimin yoğun olarak yaşandığı bir medyadır. Kullanıcıların eşzamanlı olarak iletişim kurduğu bu yeni düzende birden fazla ortamın varlığı söz konusudur.

Özarslan'a göre yeni medya, internet ve telekomünikasyon teknolojilerinin gelişimi ile birlikte dijital ortamlarda kendine yer bulan bir alandır. Her bir kullanıcı amatör de olsa içerik üretebilmekte ve tüketebilmektedir.⁶¹ Her araştırmacı yeni medyaya farklı anlamlar yüklemişlerdir. Kimilerine göre; DVD, 3D, kimilerine göre akıllı cihazlar, multimedya ortamlar, gelişen ağ bağlantıları yeni medyanın tanımları içerisinde yer almaktadır. İnternet ve bilişim teknolojilerinin varlığı ile birlikte bu yeni ortam önem kazanmaktadır. İnternet bağlantısının bulunduğu her alanda bireyler herhangi bir yeni medya kanalını kullanabilmektedir. Bireyler bu çeşitli kanallarda farklı roller içerisinde yer almaktadırlar. İçerikleri gözleme haricinde, bir de içerikleri üretebilmektedirler. Uzmanlara göre, yeni medyanın tanımını farklı kavramlar oluşturmaktadır. İnternet ile kullanılabilen her uygulama, araç, ortam yeni medya tanımı içerisinde yer alabilmektedir. Bu sebeple bu kavramın net bir tanımı yapılamamaktadır.

Lev Manovich yeni medyayı yeni yapan beş temel özellik üzerinde durmuştur.⁶² Bunlar:

- I. Sayısal temsil: Ortamın matematiksel algoritmalarından oluşması.
- II. Modülerlik: yeni medyanın ortaya konuluş şekillerini belirtir.
- III. Otomasyon: Kullanıcı aktif olmadan üretilen etkinliklerdir.
- IV. Değişkenlik: Mevcut durumun birden fazla şekil ile karşımıza çıkmasını ifade eder.
- V. Kod Çevrimi: Dosyaların format uzantılarının değiştirilebilmesidir.

⁶¹ Zeynep Özarslan, **Çağın Mesleği: Yeni Medya**, 2015, http://www.ntv.com.tr/egitim/cagin-meslegi-yeni-medya,SzTfwyEi0GWrhZvPZEKJg?_ref=infinite, (18 Ocak 2017).

⁶² Lev Manovich, **The Language of New Media**, Massachusetts Institute of Technology, s.27-48, Aktaran: Emel Dilmen, "Yeni Medya Kavramı Çerçevesinde İnternet Günlükleri-Bloglar Ve Gazeteciliğe Yansımaları", **Marmara İletişim Dergisi**, 2007, Sayı:12, s.114-115.

Yeni medya teknolojisindeki en dikkat çeken gelişmelerden biri de sayısallaşmadır. Sayısallaşma, analog mesajların nakledilebilen, işlenebilen ve elektronik olarak depolanabilen ayrı vuruşlardan oluşan sinyallere dönüştürülmesidir. Mesajlar bu şekilde dönüştürüldüğünde kolaylıkla birleştirilebilmekte ve bilginin entegrasyonunu mümkün kılabilir. ⁶³ Verilerin çok daha etkin ve nitelikli kullanılmasını sağlayan bir ilerlemedir. Birçok enformasyonun, verinin geniş hafızalı alanlarda saklanması büyük veriyi (big data) oluşturmaktadır. Taşınabilen, portatif alanlarda geniş hafızalar ile saklanan bu mesajlar sayesinde bilgi akışı sağlanmaktadır.

“Analog denilen geleneksel sistemlerde, imler (radyo, televizyon imleri) elektrik dalgaları biçiminde taşınır. Sayısallaşma ile birlikte bu imler, kendilerini de çok zaman, ikili sistemle, 0 ve 1 grupları ile temsil edilen sayı dizileri biçiminde kodlanmıştır”. ⁶⁴ Konvansiyonel işleyişte bilgiler dalgalar ile aktarılırken, sayısallaşma bu boyutu farklı bir biçimde değiştirmiştir. Yeni sistemde, bilgisayar hafızasının çalışma mantığına göre bilgiler düzenlenmektedir.

Diğer bir gelişme multimedya özelliği; veri, ses, görüntü gibi farklı iletişim elemanlarını bir iletişim şebekesi içinde bir arada bulunduran yapıdır. İnsan ve makine arasındaki iletişimi insanın ihtiyaçlarına olabildiğince yakın hale getirilmesi sürecidir. ⁶⁵ Geleneksel sistemde, örneğin gazetede bir haberde olayın sadece birkaç karelik görüntüsü ve muhabirin yazısı yer almaktadır. Oysa ki yeni medya kanallarında bu durum teknolojinin gelişmesiyle birlikte daha farklı bir boyuta taşınmıştır. İnternet ortamında yer alan haberlerde olayla ilgili yazı, görüntü, video yer alabilmektedir. Aynı zamanda diğer bireylerin yorumları, düşünceleri, çeşitli köşe yazarlarının konu ile ilgili görüşlerine ulaşmak bu çoklu ortamda mümkün olabilmektedir.

Bazılarına göre yeni medya tanımı, geleneksel iletişim araçlarından ayrı duran internet, GSM, DVD, GPRS, bluetooth, bilgisayar oyunları ve benzeri sayısal

⁶³ Mehmet Özçağlayan, **Yeni İletişim Teknolojileri ve Değişim**, 2.Baskı, İstanbul: Alfa Yayınları, 1998, s.94.

⁶⁴ Frederic Vasseur, **Geleceğin Medyaları**, 1.Baskı, İstanbul: İletişim Yayınları, 1993, s.11.

⁶⁵ Özçağlayan, s.146.

teknolojilerdir.⁶⁶ Dijital kodlama sistemi ile belirlenmiş bu ortam içerisinde gelişen uygulamalar ve tarafsız içerikler sayesinde, yeni medya geleneksel iletişim araçlarından daha da farklılaşmaktadır. Sınırların kalktığı, etkileşimin yoğun olarak yaşandığı bu ortamın yayılma alanı her geçen gün daha da artmaktadır. Geleneksel iletişim araçlarından ne kadar farklı olduğu iddia edilse de Törenli'nin ifadesi şöyle bir ilişki kurar:

*“Yeni medya, bir bölümü bilgisayarlara (bilgi-işlem) özgü işlemleri, bir bölümü ise iletişim araçlarına (haberleşme-telekomünikasyon ve yayıncılık) özgü yapıları barındıran iki yönlü, ‘melez’ bir medyadır. Dolayısıyla yeni medya kavramı, iletişim araçlarının daha çok günümüze (bir gelişim ya da sürekli yenilenme süreci anlamında da geleceğe) özgü olanlarını nitelendirmek için kullanılmaktadır”.*⁶⁷

İletişim, bilişim çalışmalarının gelişimi ile daha da ilerleyen yeni medyanın birçok kanaldan beslendiği anlaşılmaktadır. Her ne kadar yeni olarak isimlendirilse de geliştirilen her bir içerik yeniyi eskitmekte, yeni dönüşerek yenilenmektedir. Yeni medya ile eski medya arasında etkileşim kurulabilmekte, eski medya yenilenebilmekte, yeni medyaya ayak uydurabilmektedir. Nasıl ki yeni medya nesnelere, bilgisayarlarda sayısal olarak üretilmekteyse, eski medya nesnelere de bilgisayar ortamında sayısallaştırılabilmektedir.⁶⁸

Oda büyüklüğündeki bilgisayarlardan tabletlere, ahizeli telefonlardan akıllı telefonlara, basılı fotoğraflardan dijital fotoğraflara, plak ve kasetlerden indirilen müzik uygulamalarına, haritalardan navigasyonlara, günlüklerden bloglara, basılı yayınlardan web ortamındaki yayınlara, siyah beyaz ekranlardan 3D görüntülere, mağazalardan sanal mağazalara geçiş gibi birçok yenilik günümüzde sayılabilmekte ve hızla artmaktadır.

2.2. Sosyal Medya

⁶⁶Eyüp Satıl, “Yeni Medya ve Sosyalleşme”, Yüksek Lisans Tezi s.43. Aktaran: Selin Okumuş, “**Yeni Medya ve Kısa Film Olgusu**”, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), İstanbul Kültür Üniversitesi, SBE, İstanbul, 2014, s.72.

⁶⁷ Nurcan Törenli, **Bilişim Teknolojileri Temelinde Haber Medyasının Yeniden Biçimlenişi: Yeni Medya, Yeni İletişim Ortamı**, 1.Baskı, Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları, 2005, s.87.

⁶⁸ Mesut Aytekin, **Yenilenen Medya**, 1. Baskı, İstanbul, Kocav Yayınları, 2014, s.157.

Tek noktadan çok noktaya, çok noktadan tek noktaya aktarım özelliğine sahip, mesajların eş zamanlı / eşzamansız geniş kitlelere hızla ulaştığı, sosyalleşmenin bilgisayar dolayımıyla gerçekleştiği yeni alanın adı artık sosyal medya olarak tanımlanmaktadır. Bilginin, haberin, arkadaşlıkların, müşteri ilişkilerinin bağlantı kurma amacı ile oluşturulduğu mecradır. Her geçen gün yeni modelleri geliştirilen bu mecraların yenilikleri yaşamın devinimine, belirli toplumsal dinamiklere uyum içinde üretilmektedir. Bireylerin yeni ve farklı kimlikler edindiği, var olma çabasını takipleşmelerle pekiştirdiği, değerlilik hissiyatını paylaşım ve beğenilerle ölçümlendiği, geri dönüşümlerin hızlıca gerçekleştiği sürekli akan ekranlardır. Spesifik grupların oluşması (edebiyatseverler topluluğu), kendi gibi düşünenlerle iletişim halinde olma (aynı ideolojiyi savunan) bu alanı kullanmayı çekici hale getirmektedir. Ayrıca kimi kapalı ya da açık toplumlarda alternatif düşüncelere olanak sağlayarak özgür düşünce ortamına katkıda bulunmaktadır.

Eraslan ve Eser'e göre; sosyal medya, sosyal yaşama katılan teknolojik bir olanaktır. Servis ağlarının, ADSL ile bütünleşmesi ile dijital ortam hızlı ve eşzamanlı veri paylaşım imkânı sağlamıştır. Bu ortamda artık sadece yazı değil, resim ve video gibi birçok duyuya hitap eden içeriklerde paylaşılmaktadır. Ve bu paylaşımın milyonlara ulaşması, bu ortamın belki de gücünün kaynağının bu özelliğinden oluşmaktadır.⁶⁹ Gerçekten de dijitalleşmenin etkisi ile birlikte sosyal medya da içerik paylaşımı fazlasıyla zenginleşmiştir. Fotoğraf, video, ses kayıtlarının gönderildiği bu alanda kullanıcıların birden fazla duyusuna hitap edilmektedir. Önceki ve hala kullanılmakta olan iletişim tekniklerinden SMS'te sadece görme duyusuna hitap edilmekteydi. Oysa şimdi videolar ses ve görüntüleri ile hem kulağa hem de göze hitap etmektedir. Teknolojinin daha da gelişimi ile birlikte belki de ilerleyen zamanlarda canlı sohbet sırasında tatma, koklama duyularına da hitap edilecek.

Sosyal medya, web 2.0 teknolojisi ile yaşamın her alanında haber, bilgi, ileti gibi çeşitli unsurların kullanıcı tarafından oluşturulan içerik haline dönüştürülmesini sağlayan ortamdır. Sosyal medya, birçok insanın mobil ve çevrimiçi olduğu günümüzde

⁶⁹ Levent Eraslan ve Derya Çakıcı Eser, *Sosyal Medya Toplum Araştırma-Sosyal Medya Sosyolojisine Giriş*, 1.Baskı, İstanbul: Beta Yayınları, 2015, s.20.

sınırları olmadan bireylere ve kurumlara özgür tartışma zemini oluşturan, bireylerin birbiri ile ve kurumlarla iletişimini sağlayan araç olarak görülebilir. Süreç doğru yönetildiği takdirde kurum ve markaların itibarı açısından olumlu etkileri göz ardı edilmeyecek kadar fazladır.⁷⁰ Günümüzde sosyal medya ortamları, kurumlar ile kurumların ya da kurumlar ile bireylerin birebir iletişim sağladığı alan konumunda olmaktadır. Artık markalar bilinirliklerini, reklam, satış kampanyalarını çeşitli kanallar aracılığı ile kitleler ile buluşturmaktadır. Bu da sosyal medyanın hayatımızdaki her alanın bir parçası olduğunun, kullanım alanının geniş olduğunun göstergesidir.

*“Gelişen İnternet teknolojileri sayesinde kullanıcıların daha önce okumak ve alışveriş yapmakla sınırlı olan web üzerindeki etkinliği maksimuma çıkı; teknik bilgiye gerek duymaksızın içerik oluşturmaları ve bunları paylaşımları mümkün oldu. Bu interaktifliğe ve iletişime dayalı, bilginin hızlı ve özgürce paylaşımını mümkün kılan yeni web konseptine ‘Web 2.0’ adını ise 2004 yılında O’Reilly Media’nın kurucusu Tim O’Reilly koydu... Günümüzde web 2.0 sayesinde her bir birey, daha önce yayın tekelini elinde bulunduran gruplardan tamamen bağımsız olarak, özgürce kendi içeriğini oluşturabiliyor, bunu istediği şekilde yayınlatabiliyor ve yine istediği kişilerle paylaşabiliyor. Böylece önümüzde sayılı miktarda geleneksel medya aracının yanı sıra neredeyse sonsuz sayıda bireysel yayıncı tarafından sunulan içeriklerden istediklerimizi seçme özgürlüğüne sahip olduk”.*⁷¹

Kullanıcının yani tüketicinin de pasif durumdan aktif kullanıcı durumuna dönüşmesi web 2.0 sayesinde gerçekleşmektedir. Daha öncesinde kullanıcılara sunulan mesajlar tek tip ve yorumlanamazken, şimdi iletiler, paylaşımlar herhangi bir baskıya maruz kalmadan eleştirilebilmektedir. Her ideolojinin kendi zihin yapısına uygun olarak ürettiği haber içerikleri her gün internet sitelerinde yer almaktadır. Bu siteler, aynı ya da zıt düşüncedeki birçok kitlenin erişimine açık yayın yapmaktadır. Doğal olarak bu yayınlar olumlu ya da olumsuz eleştirilere açık olmaktadır. Medya dünyasında tanınan simaların ya da sıradan halkın bile kendi şahsi sayfasından yaptığı paylaşımlar

⁷⁰ Gonca Telli Yamamoto ve Özgür Karamanlı Şekeroğlu, **Sosyal Medya ve Blog**, 1.Baskı, İstanbul: Kriter Yayınları, 2014, s.11.

⁷¹ Murat Kahraman, **Sosyal Medya 101-2.0-Pazarlamacılar İçin Sosyal Medyaya Giriş**, 1.Baskı, İstanbul: MediaCat, 2014, s.19-20.

takipçileri tarafından ağır eleştirilere maruz kalmakta ya da güzel düşüncelerle karşılaşmaktadır.

Sosyal medya siteleri ağ yapısını büyütmek ve sürekli kılmak için üyelerin, potansiyel arkadaş adayları ile çevrimiçi bağlantı kurmalarına yardımcı olan araçlar geliştirirler. Bu araçlar genelde kişisel profil sayfasındaki verilerden, e-posta adresindeki veya telefon rehberindeki kişilerden yola çıkarak kullanıcılara yeni bağlantılar önerir. Sosyal medya sitelerinin bu bilgileri istemesinin nedeni bağlantıları oluşturma, ağı genişletme isteğinin sonucudur.⁷² Kullanılan sosyal medya araçları da aslında kendi hedef pazarını, marka ismini büyütmek adına kullanıcılarına böyle bir olanak sağlamaktadır. Kullanıcılar ve üreticiler bu durumu niceliksel olarak değerlendirebilmektedirler.

*“Yeni medya ya da sosyal medya internetin kullanıma girmesinin ardından gelişmeye başladı. Önceleri elektronik posta iletişimi düzeyinde başlayan süreç son birkaç yıl içerisinde hızla ilerleyerek MSN, Messenger, GTalk, Facebook, Myspace, Twitter gibi sanal iletişim ortamlarıyla yaşamımıza girdi. Bu yeni sanal ortamlarla bir yandan yeni bir iletişim biçimi gelişirken, diğer yandan da insanlar için sanal da olsa yeni sosyal alanlar açılmış oldu”.*⁷³

Her sosyal medya farklı ilgi alanlarına yönelik ihtiyaçları karşılayacak nitelikte tasarlanmıştır. İletişim kurmak, haberleşmek, takipleşmek, müşteri edinmek, bilgi edinmek gibi çeşitli amaçlara hizmet eden alanlar mevcuttur. Her biri ayrı ayrı kullanım özelliklerine sahip, kullanıcının aktif olduğu, içeriği kendisi belirlediği, aynı yere aynı gözlerle bakıp, farklılıklar görebilme potansiyeli doğuran mecralardır.

2.3. Sosyal Medyanın Kullanım Biçimleri

Ülkelerin gelişmişlik düzeyi, cinsiyet ve yaş gibi birtakım faktörler etkili olmaksızın yeni medya, tüm insanların dünyadaki her türlü gelişmeleri İnternet üzerinden takip etmesini olanaklı kılmıştır. Yeni medyada etkileşim halinde olan insanlar birbirlerinin düşünsel, eğitsel, siyasal dünyasına dokunabilmektedir. Bu

⁷² Tolga Kara, **Sosyal Medya Endüstrisi**, 1.Baskı, İstanbul: Beta Yayınları, 2013, s.63.

⁷³ Nazife Güngör, **İletişim Kuramlar Yaklaşımlar**, 1.Baskı, Ankara: Siyasal Kitabevi, 2011, s.312.

dokunuş kimi zaman kişiler arasında tartışmalara, gruplaşmalara yol açarken; kimi zamanlarda da olumlu gelişmelere olanak vermektedir. Kaosa yol açan gruplaşmaların yaşandığı olaya örnek olarak verilebilecek; birçok Ortadoğu ülkesinde ayaklanmalar ve protestolarla meydana gelen ‘Arap Baharı’dır.

“Başta Mısır, Tunus, Libya olmak üzere birçok Orta Doğu ülkesinde meydana gelen siyasi içerikli halk ayaklanmaları, mitingler ve protestolar Arap Baharı olarak adlandırılmaktadır”.⁷⁴ Bu olayların nedenleri arasında ekonomik sıkıntılar, siyasal yaşamda oluşan sıkıntılar; kısacası tüm olumsuz yaşam koşulları yer almaktadır.

Olumlu gelişmelere örnek olarak verilebilecek olaylar arasında da yeni medya ortamında oluşturulan acil kan ihtiyacı grubu ile hayati önem taşıyan ihtiyacın giderilmeye çalışılması, zaman ve mekânın sıkışması ile uluslararası özel ve tüzel kişilere ulaşımın sağlanması, marka ve kurumların müşteriler ile etkileşim halinde olması, yine bu marka ve kurumların reklam ve çalışmalarını yeni medya üzerinden yayınlaması, müşterilerin ya da kullanıcıların bu ortamlar aracılığı ile mekân puanlaması, beğeni yapması diğer bir deyişle marka ve kurumların reklam yapması sayılabilmektedir. Bu etkileşim sayesinde kullanıcılarda aktif olarak, fikirlerini paylaşarak yeni medya ortamlarında yer almaktadır.

Bu yeni araçların; insanların merak ettikleri konuları bloglardan, forumlardan, çeşitli sitelerden öğrenmeye çalıştığı bilgi deryası bir ortam olduğu bilinmektedir. Fakat bu bilgi çeşitliliği ve bolluğunun yanı sıra, bilgi kirliliği ve bilginin niteliği de tartışılmaktadır. Yeni medyanın çeşitli kullanıcılarının gayri resmi ilişkiler kurması ile partnerini aldatma teşebbüsünde bulunması, aykırı ya da sapkın düşünceler ve ideolojiler amacı ile kullanılması, uygun olmayacak görüntülerin paylaşılması ve kısa

⁷⁴ Ali Korkmaz, “Arap Baharı Sürecinde İnternet ve Sosyal Medyanın Rolü”, Erciyes Üniversitesi İletişim Fakültesi, s.2.,

http://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/31219336/Book14.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53U L3A&Expires=1488289139&Signature=Ngg2qcQAfzxMIheS88pxc%2FPWEFA%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DArap_Bahari_Surecinde_Internet_ve_Sosyal.pdf, (28 Şubat 2017).

sürede, hızla, müdahale edilmeksizin yayılması gibi durumlarda bireye ve topluma olumsuz etkileri olarak tartışılabilmektedir.

2.4. Twitter

2006 yılında geliştirilen her gönderisinde en çok 140 karakter barındırabilen (2017 yılı içerisinde 280 karakter kullanımı denemelerine başlandığı açıklanmıştır) gönderiler içerisinde fotoğraflar, kısa videolar da eklenebilen sosyal ağ sitesidir.⁷⁵ Çeşitli medya kuruluşlarının haberlerini iletildiği, takipçi ve takip edilenler arasındaki düşünce paylaşımının gerçekleştiği, resim ve videoların paylaşıldığı bir mikroblog sitesidir.

Türk'e göre twitter; sosyal mesajlaşma işlevi gören bir araçtır. Twitter fikrinin ortaya çıkışındaki amaç; küçük bir proje grubunun iletişimini SMS yolu ile sağlamaktır, mesajlardaki karakter sınırının sebebi de bu olarak gösterilmektedir.⁷⁶ Bu açıdan incelendiğinde, dar bir perspektif ile Twitter'ın kullanım alanı sadece mesajlaşma ile sınırlandırılmıştır. Sosyal mesajlaşma işlevi olarak görülmüştür. Oysaki Twitter'ın, kullanıldıkça farklı alanlarda da rolünün olduğu bilinmektedir. Toplumsal olayları yönlendirmede etkili olduğu gibi.

Yolsal ve Uzun'a göre; Twitter herhangi birinin okuyabileceği 140 karakterle sınırlı iletinin yollanılmasını olanaklı kılan ücretsiz bir hizmetti. Twitterın denetlenmesi söz konusu değildi. Doğru ya da yanlış haberlerin başlıca kaynağıydı.⁷⁷ Yeni medya ürünü olan hemen hemen her sosyal ağ, denetim mekanizmasından yoksun şekilde kitlelerle buluşturulmaktadır. Bu ortamlarda, paylaşılan mesajların kaynağı belirsizdir. Bu belirsizlikler yanlış bilgi yayılımına neden olabilmektedir. Gönderilen mesajlar kısa bir sürede, geniş kitlelere ulaşarak soru işaretleri oluşturmaktadır. Twitter'da da paylaşılan asılsız içerikler hatalı enformasyon edinimine yol açmaktadır. Ogel, Twitter'ın bilgi deposu olduğunu iddia etmektedir. Teknolojinin gelişimi, internetin

⁷⁵ Arif Kazancı ve Fevzi İnan Dönmez, **Okul 2.0 Eğitimde Sosyal Medya ve Mobil Uygulamalar**, 1.Baskı, Ankara: Anı Yayıncılık, 2013, s.41.

⁷⁶ Cem Turk, Twitter nedir? Neye yarar? Nasıl kullanılır?, 2012, <http://www.cemturk.net/2012/03/02/twitter-nedir-neye-yarar-nasil-kullanilir/>, (05 Haziran 2016).

⁷⁷ Asa Briggs- Peter Burke, **Medyanın Toplumsal Tarihi-Gutenberg den İnternete**, 1.Baskı, Türkçesi: Ümit Hüsrev Yolsal- Erkan Uzun, Kırmızı Yayınları, İstanbul, 2011, s.354.

yaygınlaşması ile birlikte enformasyona erişimi kolaylaşmaktadır fakat twitterla bu daha da belirgin hale gelmektedir. Bilgi fetişizmi kavramından bahseden Ogel, anlamsız bilgilerin insanların hayatını zorlaştırdığını ifade etmektedir.⁷⁸

”2014 yılsonu itibari ile 280 milyona yakın kullanıcı sayısı ile önde olan sosyal medya şirketlerinden biridir. Dünyanın da en sık kullanılan 9. büyük internet sitesidir ve sitede günlük geçirilen zaman yaklaşık 9 dakikadır”.⁷⁹İletişim teknolojilerinin gelişmesi ile birlikte kullanıcılar sürekli enformasyon akışı içerisinde kalmaktadır. Enformasyon çeşitli mecralar ile alıcı verici arasında gidip gelmektedir. Twitter da kişisel mesajların dışında, markaların, kurumların, güç odaklarının kendi faydalarına yönelik kullandığı sosyal paylaşım ortamı olarak da kullanılmaktadır. Yeni iletişim ortamları, görsel kültür haricinde, siyasi kültüründe üretildiği alanlar arasında yer almaktadır. Bu ortamlar, keyfi imkânlarda söylem üretmenin dışında, politik alanlardaki söylemlere de katkıda bulunmaktadır. Twitter, çeşitli olaylar sırasındaki kullanımı nedeni ile inceleme alanı geniş olabilen sosyal paylaşım ortamıdır.

Sıradan insanlar, farklı düşünceleri ile Twitter’da politik söylemlerde bulunmaktadırlar.⁸⁰Yani gündelik, keyfi mesajlar haricinde alanında profesyonel ya da amatör kişiler tarafından siyasi, askeri, politik söylemlerin de yer alabildiği, rapor ve araştırmalarda incelenen kullanım alanı sınırları, kullanıcıya göre belirlenen twitter; birçok sosyal olayda rol oynamıştır. Twitter, özellikle aktivistler için en yoğun kullanım alanına sahip paylaşım sitesidir.

“Aktivizm; belli bir grubun çıkarları doğrultusunda yürütülen bir eylemlilik hali olmakla birlikte çoğunlukla söz konusu grubun isteklerinin ötesinde özel bir olay üzerinden kamunun geneli üzerinde bilinç uyandırma, farkındalık yaratma ve eyleme geçirme gayreti olarak da tanımlanmaktadır. Aktivizmin eylemlilikle bağı en alt seviyede toplumsal sorunların gündeme taşınması faaliyetidir. İleri seviyede ise aktivizmin

⁷⁸ Kültegin Ogel, **İnternet Bağımlılığı**, 1. Basım, İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, 2012, s.40.

⁷⁹ Eraslan ve Eser, s.95.

⁸⁰ Haldun Narmanlıoğlu, **Eleştirel Görsel Okuryazarlık Bağlamında Bir Twitter Analizi**, Uluslararası Hakemli İletişim Ve Edebiyat Araştırmaları Dergisi, Sayı: 10, www.uhedergisi.com, s.479.

*hedefi kanun koyucular ve yürütücüler üzerinde baskı oluşturarak istenilen yönde değişikliklerin sağlanmasıdır”.*⁸¹

Aktivistler önderliğinde kimi zaman özgürleştirici, kimi zaman örgütleştirici, kimi zaman bütünleştirici olarak kullanılan twitter, Türkiye’de yaşanan Gezi Parkı ve birçok Arap ülkesinde yaşanan Arap baharı eylemleri sırasındaki etkisi ile çok kez tartışılır hale gelmiştir. Akınhay’a göre; sosyal medya 2011 yılında halkın eylemlere katılmasında büyük rol oynamıştır. İlk olarak sosyal medya ortamları, birçok gencin toplumsal sorunlarda birlikte olma, mücadele edebilme, dayanışma duygusunu geliştirmesini sağlamıştır. Geniş çaptaki kitle hareketlerini başlatan, yönlendiren bu yöndeki çağrılarını geniş alanlara duyuran ortam olmuştur.⁸²

Bir olayın geniş çapta yankı uyandırması için aynı durumlardan rahatsız olan ve aynı düşünceleri paylaşan insanların bir araya gelmesi ve çok sayıda olmaları gerekmektedir.⁸³ Twitter sadece içerik paylaşımı değil, birçok alanda insanların kullandığı bir mecra haline gelmiştir. Öyle ki, artık insanlar kendileri ile ilgili güncel olayları twitter üzerinden takipçileri ile paylaşmaktadır. Özellikle de bu kişiler medya dünyasının tanınan simaları iseler, ilginin yoğunluğu da artmaktadır. Ya da herhangi bir konuda çağrıda bulunmak isteyen kişilerde bu çağrılarını uluslararası alanda paylaşmak için Twitter’ı kullanmaktadır.

Yaşanılan savaşlarda, algı yönetimi oluşturmada, kitleleri yönlendirmede siyaset ve medyanın dışında, sosyal medyanın desteği de önemli ölçüde etkilidir. Çeşitli sosyal platformlar arasında da bu konuda en iyi işlev gören ortam Twitter olmuştur.

⁸¹ Haldun Narmanhoğlu, **İnternet Aktivizmi Ve Miskin Eylemcilik Üzerine Bir Araştırma**, Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler Dergisi, Vol.9, Mart 2016, www.johschool.com, İzmir, s.438.

⁸² Paolo Gerbaudo, **Twitter ve Sokaklar**, Sosyal Medya ve Günümüzün Eylemciliği, Türkçesi: Osman Akınhay, 1.Basım, İstanbul: Agora Kitaplığı, 2013, s.14.

⁸³ Necla Odyakmaz Acar, Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, 2013, Sayı 20, **Özgürlük Alanı Olarak Sunulan Sosyal Medya ve Taksim Gezi Parkı Eylemleri**, Taksim Gezi Parkı Eylemleri ve Sosyal Medya, <http://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/34844053/20-sayi.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1485194736&Signature=2z6cz%2FPbj4VBaj0PZ%2BpEXNPr2KA%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DII.MESRUTİYET.DONEMİNDE.EMEKTEN.YANA.ve.pdf#page=202>, (23 Ocak 2017), s.212.

Etkileşimin en iyi şekilde sağlamakta ve insanların bilinçaltını etkilemektedir.⁸⁴Gerçekten de dünyada ve Türkiye’de yaşanan olaylara baktığımızda Twitter’ın büyük ve etkileyici rolünü görmekteyiz.

Tezin konusu açısından ise Twitter geleneksel medya haberlerinin tüketicisi konumunda olan sıradan insanlara haber yayma, bilgi verme ya da haber konuları hakkında yorum yapma imkânı sağlamaktadır. Tezin temel kavramlarıyla söylenecek olursa, geleneksel medyanın haber söyleminde edilgen pozisyondaki “söylem düşünleri” Twitter aracılığıyla kendi söylemlerini üretebilmektedir.

Twitter İle İlgili Bazı Terimler

Tweet: Yazılan her bir sözcük, paylaşılan resim video ve fotoğraf benzeri iletilmek istenen mesajlara tweet denilmektedir. Gerçekleştirilen bu eyleme ise tweetlemek ya da tweet atmak adı verilmektedir.

Retweet: Kişinin hesabında yer alan herhangi bir takipçisinin attığı tweeti, kendi hesabındaki takipçileri ile paylaşmasıdır. Kullanıcıların ilgisini çeken tweetler genelde retweet edilmektedir.

Hasthag (Etiket): Etiketlemek, belli bir konuyu seri şekilde ön plana çıkarmak, paylaşmak için kullanılır. “#” (diyez) işareti, Hasthag kelimesinin sembolüdür. Twitter’ın gündem oluşturmak amacı ile kullanıldığı önemli özelliklerinden biridir.

Favoriye eklemek: Savunulan, beğenilen bir tweetin kişinin kendi hesabında kayıt altına alınmasıdır. Buton simgesi kalp şeklindedir. Kişiler favoriledikleri ve daha sonra okumak istedikleri yazıları, görüntüleri kaydederek istedikleri zamanda detaylı şekilde inceleme imkânına sahip olmaktadır.

⁸⁴ Ümit Sanlav, **Sosyal Medya Savaşları**, Hayat Yayınları, 1.Basım, İstanbul, 2014, s.130-131.

3. SÖYLEM DÜŞKÜNÜ OLARAK AYLAN BEBEK ÖRNEĞİ

3.1. Araştırmanın Konusu Ve Yöntemi

Bir söylem düşkünü olarak medyada yer alan, Aylan Bebek hakkında çıkan haberlerin konvansiyonel ve yeni medyada ele alınış biçimleri araştırılmıştır. Yapılan incelemeler sonucunda olayın gerçekleştiği 2 Eylül 2015 ile 20 Eylül 2015 tarihleri arası tweetlerin atıldığı en yoğun dönem olarak gözlemlenmiştir. 20 Eylül ve sonrası tweet paylaşımlarında keskin bir azalma meydana geldiği için bu tarihten sonraki paylaşımlar araştırmaya dahil edilmemiştir. Tweetler anlam bütünlüğü gösteren kategoriler doğrultusunda ayrıştırılarak eleştirel söylem çözümlemesi yöntemi ile analiz edilmiştir. Yeni medyada yer alan kullanıcıların (söylem düşkünlüğü), Aylan Bebek olayını hangi açıdan ele aldıkları araştırılmaya çalışılmıştır.

Öte yandan sıradan insanların söylemi ile medya profesyonellerinin söylemleri arasındaki temel kategori farklarının belirlenmesi amacıyla konvansiyonel medyadan da tweetlerin derlendiği 2-20 Eylül 2015 tarihleri arasında bir tarama yapılmıştır. Rastgele örneklem seçme yöntemi ile ana akım medyayı oluşturan gazetelerin internet sürümlerinde konu ile ilgili 5 haber seçilmiş ve söz konusu haberlerin tematik yapısı eleştirel söylem çözümlemesi yöntemiyle incelenmiştir.

3.2. Araştırmanın Amacı

Araştırmanın en önemli amacı, geleneksel medya dilinde söylem düşkünü olarak kabul edilen sıradan insanların kendi medyaları aracılığıyla önemli toplumsal konular hakkında ne söylediğinin ve söylemlerini hangi vurgular üzerine inşa ettiklerinin belirlenmesidir. Öte yandan araştırmanın ön kabullerinden biri; medya profesyonelleri ile sıradan insanların söylem üretiminde farklı yöntemler izlediği, dolayısıyla ortaya çıkan söylemlerin farklı olduğuyla ilgilidir. Araştırmada her iki söylem üretim kaynağı (medya profesyonelleri ile sıradan insanlar) arasındaki söylem farklılığının belirlenmesi amaçlanmaktadır.

3.3. Araştırmanın Önemi

Sosyal medya aynı zamanda bireysel medyalardır. İnsanlar sosyal medya vasıtasıyla toplumsal, ekonomik, politik, dini vb. konularda geleneksel medyada yer bulması ihtimali çok düşük söylemlerini üretebilmektedir. Bu söylemler sıradan insanların farklı konulardaki düşüncelerini, farklı olaylar karşısındaki anlamlandırmalarını açığa çıkarmaktadır. Geleneksel medyada yalnız sessiz ve edilgen olan sıradan insanların, dünya gündemini meşgul eden olaylarla ilgili olarak geliştirdikleri söylemleri hangi dinamiklere dayandırdıklarının belirlenmesi gerekmektedir. Bu yöntemin aynı zamanda iki farklı haber ve söylem üretim kaynağı (geleneksel ve yeni medya) arasındaki söylem farklılığının da temellerini açığa çıkaracağı düşünülmektedir.

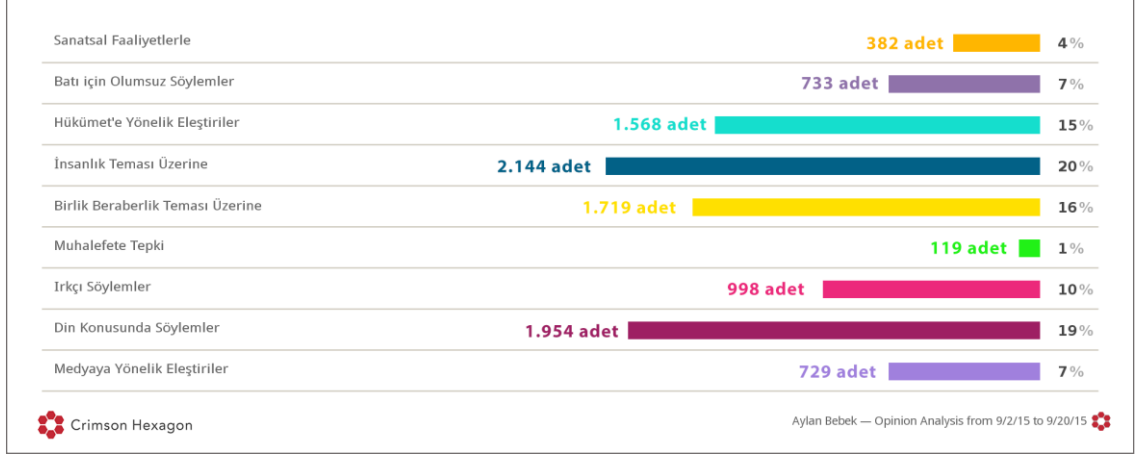
3.4. Araştırmanın Kapsamı ve Sınırlılıkları

Aylan Bebek ile ilgili olarak atılan tweetlerin ağırlıklı olarak Türkçe, Arapça, Kürtçe ve İngilizce olduğu görülmüştür. Araştırmanın sınırlılığı olarak sadece Türkçe atılmış olan tweetler araştırmaya dâhil edilmiştir. Yoğunlukla görsel malzeme içeren paylaşımlar araştırma dışında tutulmuştur. Araştırmada çalışma odağı ‘Söylem’ olduğundan yalnız görsel içeriğe sahip ya da yalnız görsel içerikle birlikte anlam kazanacak söylem barındıran tweetler araştırma kapsamına dahil edilmemiştir. Çalışmanın çerçevesi sıradan insanların söylemine dayandığından, eşik bekçisi olarak tanımlanabilecek medya profesyonellerinin tweetleri araştırma kapsamı dışında tutulmuştur. Bunun yanında kitle medyasına ait resmi twitter hesaplarından paylaşılan içeriklerde araştırmaya dâhil edilmemiştir. Kapsam dışında bırakılan bir diğer grup söylem seçkini olarak adlandırılan kitle medyası aracılığı ile belirli üne kavuşmuş yazar, sporcu, akademisyen, siyasetçi, iş adamı gibi bilinen figürlere ait tweetlerdir.

Öte yandan incelenen bütün tweetler anlamlı bir analiz arka planı oluşturması bakımından içerdikleri temalara göre çeşitli kategorilere ayrılmıştır. Tweetlerdeki söylemler baskınlığı en fazla hissedilen temalarına göre kaydedilmiştir. Buna göre çıkarılan temalar şöyledir: Sanatsal eleştiri, küresel yardıma davet, Batı için olumsuz yorumlar, hükümete yönelik eleştiriler, birlik beraberlik, insanlık, muhalefete tepki,

ırkçılık, din, medyaya yönelik eleştiriler. İncelenen tweetlerin temalara göre sayısal ve oransal dağılımı aşağıdaki gibidir:

Tablo 1: Tweetlerin Temalara Göre Sayı ve Oranları



Kaynak: Crimson Hexagon

Araştırma dönemi içerisinde taranan 10.336 tweetlerin tamamının söylem analizine tabi tutulması mümkün olmadığından, rastgele örneklem yoluyla ait oldukları kategorileri temsil eden 9 adet tweet seçilmiştir. Söz konusu tweetler ile geleneksel medyanın İnternet sunumlarından konu ile ilgili seçilen 5 adet haber, Van Dijk'ın söylem çözümleme yöntemine göre analiz edilmeye çalışılmıştır. Söylem analizi temelde bir metnin makro yapısı ile mikro yapısının ayrı ayrı incelenmesine dayanmaktadır. Ömer Özer Van Dijk'ın modelini şu şekilde açıklamıştır:⁸⁵

Tablo 2: Van Dijk'ın Söylem Analizi Modeli

A. Makro Yapı
1. Tematik Yapı
a. Başlık/lar
b. Haber Girişi

⁸⁵ Ömer Özer, **Haber Söylem İdeoloji-Eleştirel Haber Çözümlemeleri**, 1.Basım, Konya: Literatürk Yayınları, 2011, s.85.

1. Spot/lar

2. Spot olmadığında haber metninin ilk paragrafı alınmalıdır. Haber tek paragraftan oluşuyorsa ilk cümle haber girişi olarak alınabilir.

c. Fotoğraf

2. Şematik Yapı

a. Durum

1. Ana Olayın Sunumu

2. Sonuçlar

3. Ardaan Bilgisi (Önceki olay da dahil)

4. Bağlam Bilgisi

b. Yorum

1. Haber kaynakları

2. Olay taraflarının olaya getirdikleri yorumlar

B. Mikro Yapı

1. Sentaktik Çözümleme

a. Cümle yapılarının aktif ya da pasif olması

b. Cümle yapılarının basit ya da karmaşık olması

2. Bölgesel Uyum

a. Nedensel ilişki

b. İşlevsel ilişki

c. Referansal ilişki

3. Sözcük Seçimleri

4. Haber Retoriği

a. Fotoğraf

b. İnanıdırıcı bilgiler

c. Görgü tanıklarının ifadeleri

Kaynak: Ömer Özer, Haber Söylem İdeoloji- Eleştirel Haber Çözümlemeleri, 1.Basım, Literatürk Yayınları, 2011, s.85.

Tablo 3: Örnek Analiz 1

Paylaşılan tweet	Hintli bir sanatçının #AylanKurdi anısına yaptığı kumdan heykel.
Kullanıcı	Hayal.
Tarih	05.09.2015

Kaynak: Twitter

Şekil 2: Sanatsal Faaliyetlere Ait Tweetlerden Bir Görüntü



Kaynak: Twitter

A. Makro Yapı

1. Tematik Yapı

Örnek Analiz 1'deki tweet seçilerek çözümlenmektedir. İnsanlık kıyıya vurdu, çocukların öldüğü dünya hastag'i ile ilgili cümleler araştırılarak gönderiye ulaşılmıştır. Hintli bir sanatçı tarafından yapılan kumdan heykelin görseli, Hayal rumuzlu kullanıcı tarafından paylaşılmıştır. Hintli bir sanatçı ifadesi ile genelleştirme yapılmıştır. Oysaki tüm Hintli sanatçılar değil sadece bir kişi kastedilmektedir. Fakat bu kişi de belirtilmemiştir, kimliği açıklanmamıştır; enformasyon eksiltimi yapılmıştır. Heykelin yapılış amacı bildirilmiştir. Aylan Bebeğin anılması amaçlanmıştır.

Fotoğrafta Aylan Bebeğin son görüntüsü ile İngilizce olarak 'İnsanlık Kıyıya Vurdu' ve 'Utanç' kelimelerine yer verilmiştir. Yaşanan hüznü olayın sanatsal ifadesi tweet olarak paylaşılmıştır.

2. Şematik Yapı

Aylan bebek adına yapılan kumdan heykelin görüntüsü paylaşılmıştır. Bu hüznün verici olayın anısına bir sanatçının oluşturduğu heykeli kitlelere hatırlatan, dokunaklı bir dil kullanılmıştır. Bu tweetin söylem amacı incelendiğinde duygusal bir yaklaşımın söz konusu olduğunu görmekteyiz. Genel olarak tweetlerde aradalan ve bağlam bilgisi bulunmamaktadır. Çünkü zaten yazım alanı 140 karakterle sınırlıdır. Tweet (haber) kaynağı olarak, tweeti atan kişi gösterilebilir.

B. Mikro Yapı

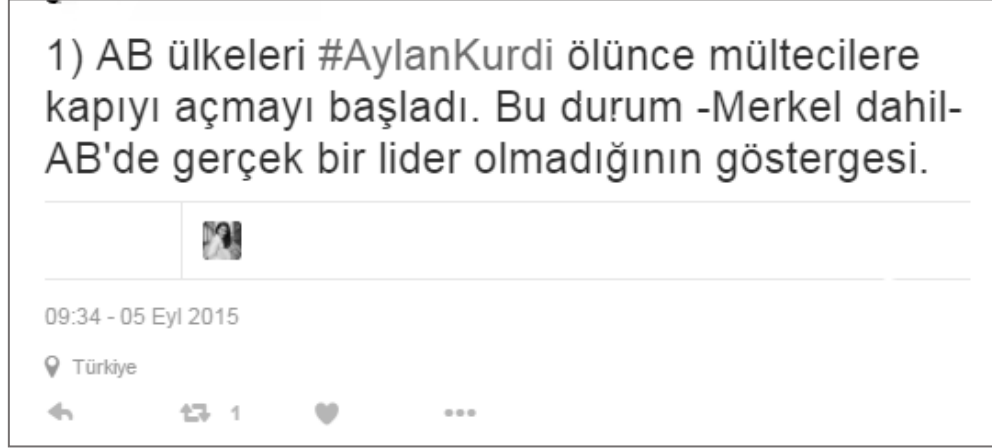
Yüklemi isimden oluşan, kurallı basit bir cümledir. Cümle yapı bakımından pasiftir. ‘Aylan Kürdi anısına yapılan kumdan heykel’ kelimesi ile nedensel ve işlevsel ilişkinin söz konusu olduğu görülmektedir. Hintli bir sanatçı yaşanan bu acı olayı kendi becerisi ile herkesin gördüğü anda hüznülenebileceği sanat haline dönüştürmüştür. Yer verilen görsel ve yazılar ile söylem pekiştirilmiştir, inandırıcılık sağlanmıştır. Cümlede “anısına” tanımlaması ile duygusal yaklaşımın ifade edilmek istendiğini anlamaktayız. Görsel unsurun kullanılması ve tweeti atan kişinin varlığı retorik desteklemiştir.

Tablo 4: Örnek Analiz 2

Paylaşılan tweet	AB ülkeleri #AylanKurdi ölünce mültecilere kapıyı açmayı başladı. Bu durum -Merkel dahil- AB'de gerçek bir lider olmadığının göstergesi.
Kullanıcı	Emre K.
Tarih	05.09.2015

Kaynak: Twitter

Şekil 3: Batı Dünyası İçin Yapılan Olumsuz Eleştirilere Ait Bir Görüntü



Kaynak: Twitter

A. Makro Yapı

1. Tematik Yapı

AB ülkeleri tanımı ile tüm ülkeler aynı durumda düşünülüp, genelleştirme yapılmıştır. Kapı açan AB ülkeleri hangileridir? Bu sorunun cevabı iletide yoktur, enformasyon eksiltiştir. Mülteciler tanımı ile de genelleştirme söz konusudur. Mültecilerin hangi uyruk vatandaşı olduğu belirtilmemiştir. Gönderide kullanılan sözcükler tweeti gönderen kişinin fikrini belirtmektedir. Avrupa Birliği ülkelerinin mültecilere yönelik olumsuz tutumu mecaz anlam kullanılarak ifade edilmeye çalışılmıştır. Ayrıca Merkel ve çoğu AB ülkelerinin liderleri eleştirilmiştir. ‘AB ülke liderleri’ kelimesi ile tüm liderler eleştiri odağına alınmış ve genelleştirme yapılmıştır. Metin eleştirel söylem üzerine kurulmuştur. Medyada fazlasıyla gündeme gelen olay ardından AB ülkelerinin harekete geçtiği ve bu durumun gösteri amaçlı yapıldığının ifade edildiğini anlamaktayız.

2. Şematik Yapı

Kullanılan dil iğneleyici, tahrik edici bir üslup ile kullanılmıştır. Karmaşık bir cümle yapısının kullanımı söz konusudur. Batı dünyasının mültecilere karşı olumsuz tavrı, Avrupa liderleri sert bir dille, görevlerinin hakkını veremedikleri eleştirisine

maruz bırakılmıştır. Tweet'e göre, AB ülkelerinin asıl amacı yardım etmek değil, gösteri yapmaktır.

B. Mikro Yapı

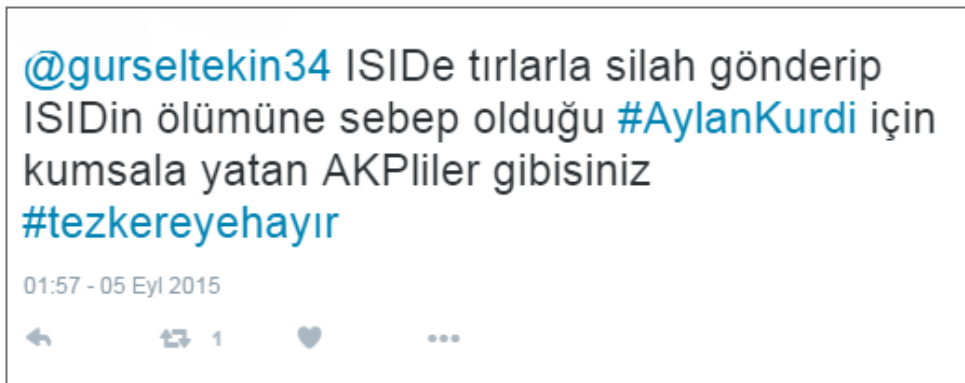
Cümle yapıları bakımından aktiftir. Nedensel, işlevsel ve referansal ilişkinin varlığı söz konusudur. Tweete ilişkin herhangi bir görselin kullanımı söz konusu değildir. AB ülkeleri, Merkel gibi isimlerin yer alması haber metninin inandırıcılığı açısından kullanılmış retorik unsurlardır. Tweet (haber) kaynağı olarak, tweet atan kullanıcı örnek gösterilebilir.

Tablo 5: Örnek Analiz 3

Paylaşılan tweet	ISIDe tırlarla silah gönderip ISIDin ölümüne sebep olduğu #AylanKurdi için kumsala yatan AKPliler gibisiniz #tezkereyehayır
Kullanıcı	Mehmet.
Tarih	05.09.2015

Kaynak: Twitter

Şekil 4: Hükümete Yönelik Eleştirilere Ait Bir Tweet



Kaynak: Twitter

A. Makro Yapı

1. Tematik Yapı

AKP'liler ISID' e silah göndermekle itham edilmiş, ayrıca ISID'in Aylan Bebeğin ölümüne sebep olduğu söylenmiş ve silah gönderenler diye suçlanan AKP olduğu için yine AKP'yi suçlayıcı bir dil kullanılmıştır. Söyleme göre, kumsala yatan AKP'liler ifadesi ile genelleştirme yapılmıştır. Ayrıca Aylan Bebeğin vefatından sonra Aylan Bebeğin son görüntüsündeki gibi kumsala yatan protestocu AKP'liler suçlanmıştır. Tweeti paylaşan kişinin AKP'ye muhalif olduğunu anlamaktayız, söylemde bir nefret olduğunu açıkça görülmektedir. Ayrıca AKP'liler gibisiniz ithamı ötekileştirici söylemin hâkim olduğu düşünce yapısını ifade etmektedir.

2. Şematik Yapı

Suçlayıcı, ötekileştirici, nefretin hâkim olduğu bir dil kullanılarak belli bir kesim nefretle eleştirilmiştir. Kullanıcı söyleminde nefretin egemen olduğu söylenebilir.

B. Mikro Yapı

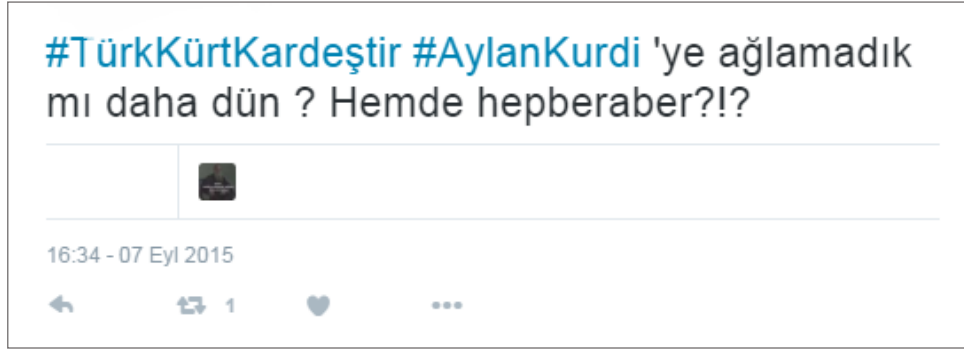
Birbiri ile bağlantılı, karmaşık sözcüklerin oluşturduğu, kurallı, pasif, isim cümlesidir. Birbiri ile bağlı birkaç cümleden oluşan söz öbeğidir; cümlede AKP'liler ISID'e silah gönderiyor diye ifadesi yer almaktadır, IŞID'in Aylan bebeğin ölümüne sebep olduğu belirtilmiştir. Cümlede nedensel ve işlevsel ilişkilerin kurulduğunu görmekteyiz. Tweet(haber) kaynağı olarak, tweet atan kullanıcı örnek gösterilebilir.

Tablo 6: Örnek Analiz 4

Paylaşılan tweet	#TürkKürtKardeşir #AylanKurdi 'ye ağlamadık mı daha dün? Hemde hepberaber?!?
Kullanıcı	Emre.D
Tarih	06.09.2015

Kaynak: Twitter

Şekil 5: Birlik Beraberlik(Kardeşlik) Teması Üzerine Yazılan Tweetlere Ait Bir Görüntü



Kaynak: Twitter

A. Makro Yapı

1. Tematik Yapı

Türk Kürt kardeşir, Aylan Kürdi Hashtagleri ile tweet bulunmaktadır. Aylan Bebeğin vefatı üzerine duygu yoğunluğu yaşayan tüm insanların ortak bir payda olan hüznün konusunda duyduğu üzüntü dile getirilmiştir. Türklerin ve Kürtlerin eşit değerlere sahip olduğu, Ayla Bebeğin ırkının Kürt olmasının herhangi bir ayrıma maruz kalmaması gerektiği belirtilmiştir. Birlik, beraberlik vurgusu yapılmıştır. Ağlamadık mı daha dün? Kelimesi ile enformasyon eksiltimi ve genelleştirme yapılmıştır. Türk, Kürt ırkı arasındaki söylem tartışmalarının pozitif yönde etkilenmesi amaçlanarak paylaşım yapılmıştır.

2. Şematik Yapı

Gönderen kişinin dili birleştirici, bütünleştirici bir temada kullanılmıştır. Eşit haklara herkesin sahip olduğunu gösteren duygusal içerikli bir iletinin paylaşımı söz konusudur. Politik söyleme yer verilmemiş, duygusal ifadeler kullanılmıştır.

B. Mikro Yapı

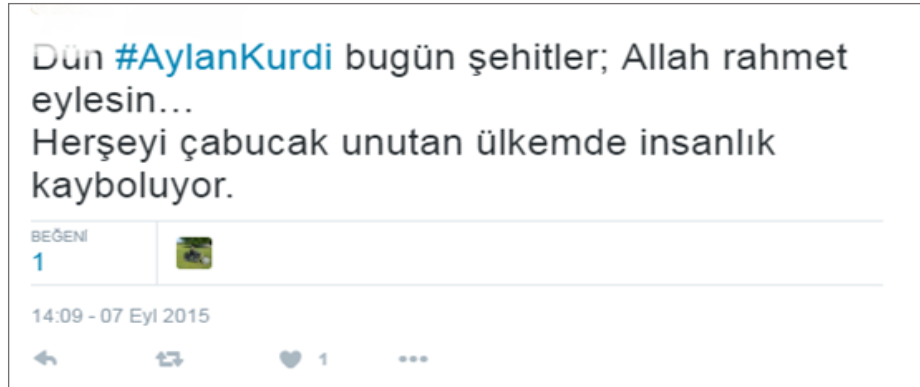
Basit, aktif, kurallı iki cümleden oluşan; iki cümlenin de yüklemine göre isim cümlesi olduğu söz öbeğidir. ‘Aylan kürdiye ağlamadık mı daha dün?’ Cümlesi, ‘Hem de hep beraber’ cümlesi ile bağlantılandırılmıştır. Nedensel, işlevsel ilişki kurulmuştur. ‘Hem de hep beraber’ cümlesi; birliği, beraberliği, bütünleştiriciliği, ayrım gözetmeksizin her insanı kapsamaktadır. Referansal ilişki kurulmuştur. Retorik unsur olarak, sürü mantığı oluşturulmaya çalışılmıştır. Hem de hep beraber, söylemi ikna ediciliği arttırmak amacı ile kullanılmıştır. Tweet (haber) kaynağı olarak, tweet atan kullanıcı örnek gösterilebilir.

Tablo 7: Örnek Analiz 5

Paylaşılan tweet	Dün #AylanKurdi bugün şehitler; Allah rahmet eylesin...Herşeyi çabucak unutan ülkemde insanlık kayboluyor.
Kullanıcı	Ali.T
Tarih	07.09.2015

Kaynak: Twitter

Şekil 6: İnsanlık Teması Üzerine (insanlık temasının konu edinimi) Yazılan Tweet



Kaynak: Twitter

A. Makro Yapı

1. Tematik Yapı

Aylan kürdi hastag'ı ile tweete ulaşılmaktadır. Aylan Kürdi'nin ölümü ve şehitlerin haberi ile karşılaşan gönderici; Aylan Kürdi ve şehitlere rahmet dileklerini iletmede, bu acı olayların yaşanmasının sebebini insanlığın kayboluşuna, insanların duyarsızlaşmasına bağlamaktadır. Her şeyin çabucak unutulduğu, acıların kanıksandığı bu ülkede insani vasıflarında yok olduğu belirtilmektedir. 'Her şeyi çabucak unutan ülkemde insanlık kayboluyor' cümlesi ile tüm ülke insanı üzerinden genelleştirme yapılmıştır. İnsanlığın kayboluşunun sebebi, ülke insanlarının duyarsızlığı ile bağdaştırılmıştır. Duygu yoğunluğu, duygusallık ön plandadır.

2.Şematik Yapı

Yaşanılan bu acı olaylardan duyulan üzüntü, şikâyet paylaşılmaktadır. İnsani duyguların yok oluşu ile beraber duyulan sıkıntı ifadesinin yer aldığı tweet siyasi, politik bir söylem içermemektedir.

B. Mikro Yapı

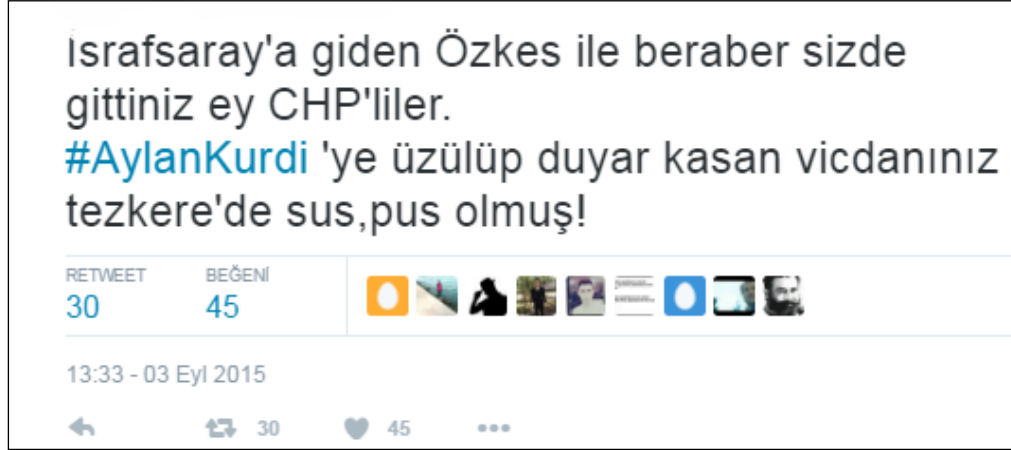
Cümle pasif, birleşik sözcüklerden oluşmuştur. Yüklemine göre fiil cümlesi olmakla beraber, kurallı bir cümledir. Aylan kürdi ve şehitler olayları; insani duyguların giderek yok oluşuna bağlanmaktadır. Verilen kayıpların yaşattığı acının ifadesi 'Her şeyi çabucak unutan ülkemde insanlık kayboluyor', cümlesi ile anlatılmaya çalışılmış, nedensel işlevsel ilişki kurulmuştur. Duyguların paylaşıldığı kelimeler sadece yazılar ile iletilmiştir. Retorik unsur olarak; Kibar Gözükme (Euphemism) amacı söz konusudur. Daha olumlu gözükme için 'Allah Rahmet Eylesin' ifadesi kullanılmıştır. Tweet (haber) kaynağı olarak, tweet atan kullanıcı örnek gösterilebilir.

Tablo 8: Örnek Analiz 6

Paylaşılan tweet	Demokrat Başkan İsrafsaray'a giden Özkes ile beraber sizde gittiniz ey CHP'liler. #Aylan Kürdi 'ye üzülop duyar kasan vicdanınız tezkere 'de sus, pus olmuş!
Kullanıcı	Demokrat.B
Tarih	03.09.2016

Kaynak: Twitter

Şekil 7: Muhalefete Tepkiyi Gösteren Tweet'e Ait Bir Görüntü



Kaynak: Twitter

A. Makro Yapı

1. Tematik Yapı

Birçok kişisel düşüncenin paylaşıldığı iletilerden biri olan bu tweette de muhalefet partilerinden Cumhuriyet Halk Partisi (CHP) ve CHP eski milletvekili hedef alınmıştır. CHP'liler kelimesi ile genelleştirme yapıldığı görülmektedir. Bir dönem CHP de milletvekilliği yapan İhsan Özkeş'in Cumhurbaşkanlığı Külliyesi ile ilgili "israf sarayı" şeklindeki eski eleştirisine gönderme yapılmaktadır. Fakat CHP'den istifa

edince bu yargısını destekler nitelikte eylemlerde bulunmamıştır. İhsan Özkeş liderliğinde tüm CHP'liler israf saraya gitmekle itham edilmiş, genelleştirme yapılmıştır. Ayrıca CHP yandaşlarının tezkere kararına suskun kalmaları “sus, pus” tepkisi ile ifade edilmiştir.

2. Şematik Yapı

Ey CHP'liler ifadesi alaycı bir hitap ile yazıya geçirilmiştir. CHP'lilerin vicdan anlayışı iğneleyici bir ifade ile eleştirilmiştir. Bir muhalefet partisi olan CHP ve CHP'liler hedef alınmıştır. CHP'lilerin vicdani duyarlılığı olumsuz yönde eleştirilmiştir.

B. Mikro Yapı

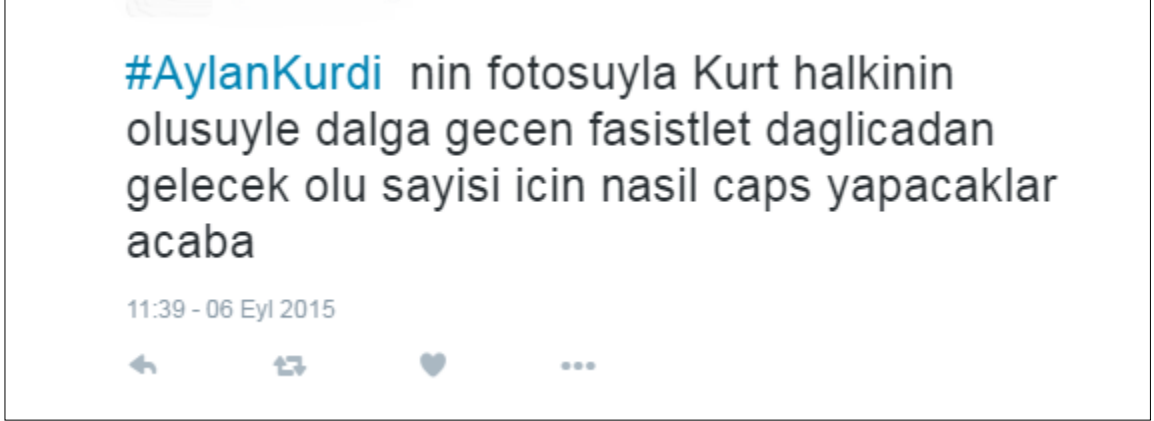
Aktif yapıların kullanıldığı, karmaşık bir cümle yapısı ile karşılaşılmaktadır. Birinci cümle devrik, ikinci cümle kurallı şekildedir. Her iki cümle de yüklem yapılarına göre fiil cümlesidir. Aylan Kürdi vefatına üzülen CHP'lilerin tezkereye suskun kalmaları eleştirilmiştir. Nedensel ve işlevsel ilişki kurulmuştur. 'Duyar kasan vicdan' ifadesi ile sokak jargonu kullanılmış, “sus pus olmak” deyimini ile de duyulan tepki dile getirilmiştir. Ve retorik unsur olarak, inandırıcılık (ses uyumu kurulmaya çalışılarak) arttırılmıştır. Tweet (haber) kaynağı olarak, tweet atan kullanıcı örnek gösterilebilir.

Tablo 9: Örnek Analiz 7

Paylaşılan tweet	#AylanKurdi`nin fotosuyla Kurt halkının olusuyle dalga gecen fasistlet daglicadan gelecek olu sayisi icin nasıl caps yapacaklar acaba?
Kullanıcı	Kayar.S
Tarih	06.09.2015

Kaynak: Twitter

Şekil 8: Irkçı Söylemler’i Dile Getiren Tweet’e Ait Bir Görüntü



Kaynak: Twitter

A. Makro Yapı

1. Tematik Yapı

Aylan Kürdi hasthagi ile bulunan bu tweette de ‘faşistler’ terimi kullanılarak enformasyon eksiltimine gidilmiş, genelleştirme yapılmıştır. Faşistlerin kimler oldukları belirtilmemiş, Kürt halkının ölüsü ile dalga geçenler olarak tanım yapılmıştır. Nefret söyleminde bulunulmuştur. Kürt halkı ve faşistler tanımlaması ile eksiltim ve genelleştirmenin yapıldığı anlaşılmaktadır.

2. Şematik Yapı

Tweet kullanıcısı faşistler tabiri ile itham ettiği kişileri Kürt halkının ölüsü ile dalga geçmek ile suçlamış, ‘Dağlıcadan gelecek ölü sayısı için nasıl caps yapacaklar acaba’ cümlesi ile iletisini paylaşan kişi Aylan Bebek olayı ile terörle mücadele konusuna gönderme yapmıştır. İdeolojik ırkçı söyleme yer verilmiştir.

B. Mikro Yapı

Cümle yapısına göre aktif, devriktir. Soru cümlesi mevcuttur. Nedensel ve işlevsel ilişki varlığı söz konusudur. Retorik unsur olarak hızlı bir ritim oluşturulmaya çalışılmıştır. Güç ve dinamizmin vurgulanmaya çalışıldığı hızlı ve sert bir ritim tercih

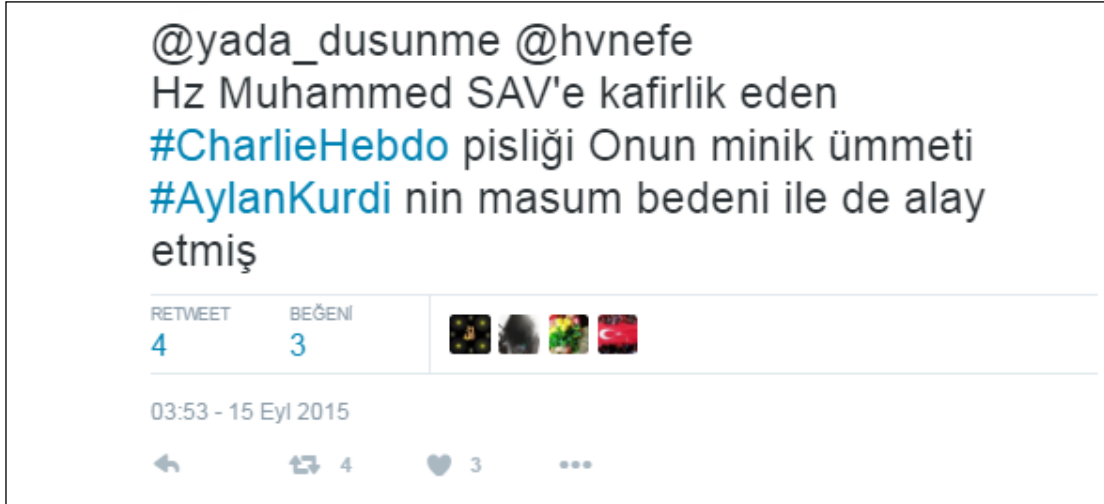
edilmiştir. Faşistler sözcüğü ırkçı söylemin ifadesidir. Tweet (haber) kaynağı olarak, tweet atan kullanıcı örnek gösterilebilir.

Tablo 10: Örnek Analiz 8

Paylaşılan tweet	Zümrüt Ay @Zumrudu_Ay Hz Muhammed SAV'e kafirlik eden #CharlieHebdo pislği Onun minik ümmeti #AylanKurdi nin masum bedeni ile de alay etmiş
Kullanıcı	Zümrüt.A
Tarih	15.09.2015

Kaynak: Twitter

Şekil 9: Din Konusundaki Fikirlerin Yazıldığı Tweetlere Ait Bir Görüntü



Kaynak: Twitter

A. Makro Yapı

1. Tematik Yapı

CharlieHebdo, Aylankurdi hasthagleri bulunan bir paylaşımıdır. Dini duyguların ön planda olduğu söylem hakimdir. 'CharlieHebdo pislği' terimi ile enformasyon eksiltimine gidilmiş ve genelleştirme yapılmıştır. Derginin tüm çalışanları dolaylı yoldan ifade edilerek bu ithama maruz kalmıştır. Dergide çalışanların tümünün, tweet kullanıcısının tabiri ile Hz. Muhammed'e kâfirlik ettiği ve AylanKurdi ile alay ettiğini söylemek mümkün değildir. Yani genelleştirme ve söylemde eksiltimi söz konusudur.

2. Şematik Yapı

Tweet kullanıcısı önceden yaşanan bazı olayları da göz önünde bulundurarak dergiye olan nefretini hakaret edici bir dil ile ifade etmeye çalışmıştır. Hz. Muhammed SAV, ümmet, kâfirlik gibi sözcüklerin kullanılması tweetin dini duygular ile yazıldığıın göstergesidir.

A. Mikro Yapı

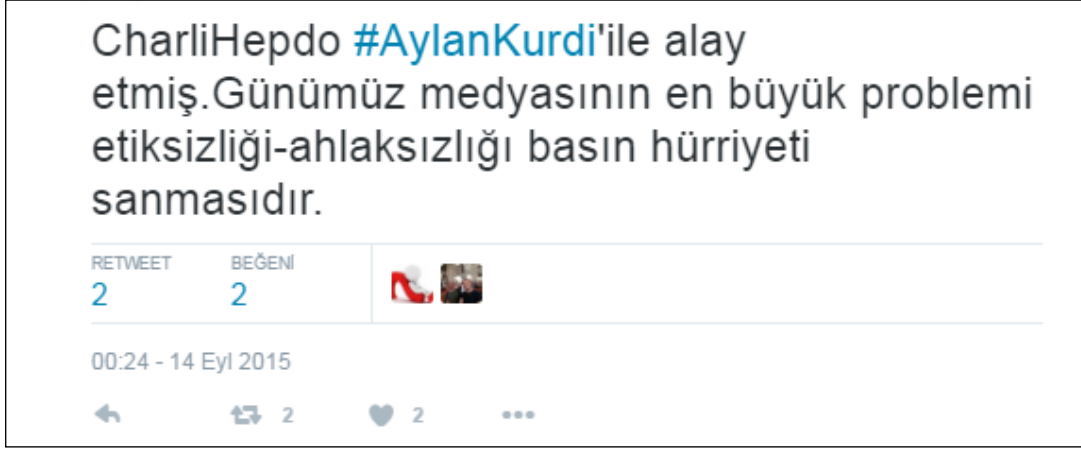
Cümle yapısı bakımından aktiftir. Kurallı, fiil cümlesidir. Nedensel, işlevsel ve referansal bir ilişkinin varlığı görülmektedir. Retorik olarak; kişiselleştirme söz konusudur. Adı geçen dergiden bahsedilirken, bir insandan bahsedilir gibi söz edilmiş, inandırıcılık arttırılmaya çalışılmıştır. Tweet (haber) kaynağı olarak, tweet atan kullanıcı örnek gösterilebilir.

Tablo 11: Örnek Analiz 9

Paylaşılan tweet	CharliHepdo #AylanKurdi'ile alay etmiş. Günümüz medyasının en büyük problemi etiksizliği-ahlaksızlığı basın hürriyeti sanmasıdır.
Kullanıcı	Serap.Ç
Tarih	14.09.2015

Kaynak: Twitter

Şekil 10: Medyaya Yönelik Eleştirilere Ait Bir Görüntü



Kaynak: Twitter

A. Makro Yapı

1. Tematik Yapı

Aylankurdi hasthagi ile ulaşılan tweette, insani bir duygu olan ahlak kavramı ve medyanın yaşanan olayla alakalı tutumundan bahsedilmiştir. Genelleştirme yapılmıştır. Günümüz medyası ile hangi kuruluş kastedilmektedir, bilinmemektedir. CharlieHebdo dergisi önderliğinde, tüm medya kurum ve kuruluşları bir çatı altında tutularak olumsuz eleştiriye maruz bırakılmıştır.

2. Şematik Yapı

Tweet kullanıcılarına göre, günümüz medyası basın hürriyeti adı altında ahlaksızlığa yer vermektedir. Ve yine twitter kullanıcılarına göre, CharlieHebdo Dergisi AylanKurdi ile alay etmiştir. Medyanın olaylara olan tutumunda etik olmayan, ahlaksızca içerikleri paylaştığı atılan tweet ile iddia edilmiştir.

B. Mikro Yapı

Cümle yapısına göre aktif cümledir. Kurallı, isim ve fiil cümlelerini içerir. Nedensel ve işlevsel ilişki varlığı görülmektedir. Örnek verilerek retorik arttırılmaya çalışılmıştır. Adı geçen dergi ile basın hürriyeti kavramı örnek gösterilerek eleştirilmiştir. Tweet (haber) kaynağı olarak, tweet atan kullanıcı örnek gösterilebilir.

3.5. Geleneksel Medyadan Seçilen Örnek Haberlerin Çözümü

Rastgele örneklem seçme yöntemi ile tweetlerin derlendiği 2-20 Eylül 2015 tarihleri arasında ana akım medyayı oluşturan gazetelerin İnternet sürümlerinde konu ile ilgili 5 haber seçilmiş ve söz konusu haberlerin tematik yapısı aşağıya çıkarılmıştır.

Haber 1: “Cumhurbaşkanı Erdoğan: Avrupa ölen her mültecinin vebaline ortak”

B20 konferansında konuşan Erdoğan, Bodrum'da 12 mültecinin hayatını kaybettiği facia üzerinden Avrupa'yı eleştirdi. Avrupa'nın ölen her mültecinin vebaline ortak olduğunu söyleyen Erdoğan, ‘Sahillerimize vuran 3 yaşındaki yavrunun hesabını kim verecek’ dedi. Küresel ekonominin gündemindeki konuların masaya yatırılacağı B20 Türkiye Konferansı, Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan ve küresel ekonominin baş aktörlerinin katılımıyla başladı. Konferansta bir konuşma yapan Erdoğan, Mardin'de 4 polisin şehit olduğu terör saldırısına değindi. Cumhurbaşkanı, ‘Terör örgütünün alçakça saldırısı sonrası şehit olan 4 polisimize Allah'tan rahmet diliyorum. Biri emniyet amiri 3'ü polis memuru olan kardeşlerimizin yakınlarına ve polis teşkilatımıza başsağlığı diliyorum’ dedi.

Başta Batılı ülkeler olmak üzere teröre karşı birlikte mücadele çağrısı yapan Erdoğan, şunları söyledi:

“Şehit ve gazilerimizin fedakârlıklarıyla yaşadığımız bu vatanda akıtılan tek damla kan ve gözyaşı boşa gitmemiştir. Yine boşa gitmeyecektir. Türkiye terörle ve teröristle mücadelesini tek başına kalsa da sürdürecektir. Bazılarının ayırım yaparak kimilerine karşı mücadele ederken kimini de doğrudan ya da dolaylı desteklemesini huzurlarınıza bir kez daha şiddetle kınıyorum. Terör nerede alev alırsa alsın sonunda tüm dünyayı yakıp kavuran bir felakete dönüşeceği asla unutulmamalıdır. Terörle mücadele konusunda başta Batı olmak üzere hassas olmaya ve iş birliği yapmaya davet ediyorum”.

Erdoğan, ‘sadece bir ekonomik iş birliği zemini olarak işlemesi halinde G20'nin, arzu edilen etkiye sahip olamayacağını’ söyleyerek şu ifadeleri kullandı:

‘G20'nin aynı zamanda küresel barış ve istikrara da katkı yapmasını sağlamak zorundayız. Çünkü küresel düzeyde barış, huzur, güven ortamı sağlanmadan ekonomik hedeflere ulaşılabilmesi mümkün değildir’.

“3 YAŞINDAKİ YAVRUNUN HESABINI İNSANLIK VERMEYECEK Mİ?”

Erdoğan konuşmasında dün Bodrum'da 12 mültecinin hayatını kaybettiği bot faciasına da değindi. “Ekonominin en önemli tehdidi terördür” diyen Erdoğan, Avrupa ülkelerini eleştirdi ve şunları söyledi:

“Küresel terör ülkemizin güney sınırlarından başlayarak Suriye ve Irak ile birlikte pek çok ülkeyi adeta ateşten bir gömlek gibi yakan bu sorun karşısında Batılı ülkelerin gerekli duyarlılığı göstermediğini, gösteremediğini üzüntüyle ifade etmek durumundayım. Dünyanın en kadim medeniyetlerine beşiklik eden Akdeniz'i mülteciler için bir mezara dönüştüren Avrupa ülkeleri, hayatını kaybeden her mültecinin vebaline ortaktır. Akdeniz'de batan bir botta, mültecileri taşıyan bir botta ölen 3 yaşındaki bir yavru bizim sahillerimize vuruyor. Bizim sahillerimizdeki bu 3 yaşındaki yavrunun hesabını tüm insanlık vermeyecek mi? Birçok savaşlarda mazotların içerisinde çarpınan hayvanları farklı bir şekilde ananlar bu 3 yaşındaki yavruyu ağabeyini, annesini, babasını acaba hatırlamayacak mı? Bunun hesabını bunlar neyle verecekler?”

BİRLEŞMİŞ MİLLETLER'E ELEŞTİRİ

BM'ye de eleştirilerde bulunan Erdoğan, ‘İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra tesis edilen küresel güvenlik sistemi işlemiyor. Bu sistemin en önemli unsuru olan Birleşmiş Milletler Güvenlik Konseyi daima üyesi olan 5 ülkenin çıkarları dışında hiçbir konuya, hiçbir soruna eğilmeyen bir yapı haline dönüşmüştür. Bunun için biz 'dünya beşten büyüktür' diyoruz’ ifadelerini kullandı.

Erdoğan, şöyle devam etti: ‘196 tane, 200'e yakın ülkenin kaderi bu beş tane ülkenin içinden bir tanesinin iki dudağı arasına mahkûm edilemez' diyoruz. Öyleyse bunları birilerinin söylemesi lazım. Erdoğan söylediği için dünya medyası tarafından

her zaman 'kötü' olarak lanse ediliyor. Varın kötü lanse edin. Ben hakkı hayatım boyunca söylemeye devam edeceğim.'

“AKDENİZ'DE BOĞULAN İNSANLIĞIMIZ”

“Akdeniz'de boğulan sadece mülteciler değildir, insanlığımızdır insanlığımız” diyen Erdoğan, şunları kaydetti:

“Akdeniz'de bizi biz yapan değerler boğulmaktadır, Avrupa kapılarında kaderlerine terk edilen, hatta kasten gemileri, botları batırılarak ölüme gönderilen, sınırlarda insanlık dışı muamelelere tabi tutulan her mülteci bu gerçeğin acı birer temsilcisidir. Huzura ve refaha kavuşmak isterken, Akdeniz'de ve Ege'de boğularak ölen ve cesetleri kıyılarımıza vuran erkek, kadın, çocuk, yaşlı... Her insan bizim yüreğimizde derin bir yara açıyor. Ama bu insanları Akdeniz'de Ege'de ölüme terk edenlerden en küçük bir pişmanlık, vicdan azabı emaresi görmedik, duymadık.”⁸⁶

A. Makro Yapı

1. Tematik Yapı

Cumhurbaşkanı Erdoğan: Avrupa ölen her mültecinin vebaline ortak

Bu şekilde başlığa baktığımızda, Avrupa ülkelerinin çoğu itham edilmekte ve mülteciler başlığı da genelleştirilmektedir. Avrupa başlığı altında hangi ülkeler söz konusudur, bu bilinmemektedir. Henüz ayrıntılı bir anlatım söz konusu değildir. Bu başlık ile kısıtlı bir anlatım söz konusudur. Enformasyon eksiltimine gidilmiş, genelleştirilme yapılmıştır. Haberin ilerleyen bölümlerinde, genelden özele gidiş olduğu anlaşılmaktadır. Tüm mültecilerin ölümünden bahseden Erdoğan, 3 yaşındaki Aylan Bebeği sembolleştirmiştir. Erdoğan, Avrupa'nın mülteciler konusunda sorumlu

⁸⁶Cumhurbaşkanı Erdoğan: Avrupa Ölen Her Mültecinin Vebaline Ortak, 2015, <http://www.ntv.com.tr/turkiye/cumhurbaskani-erdogan-avrupa-olen-her-multecinin-vebaline-ortak.EjoKoT1KA0SZC7g7nLUGEQ>, (13 Ekim 2016).

davranması gerektiğini belirtmiştir. Avrupa'nın müdahale etmesi ile mültecilerin ölümünün engelleneceği gibi bir anlam çıkmaktadır. Bu ifadelere göre Bodrum'da hayatını kaybeden mülteciler ve Aylan Bebeğin ölümünün vebali de Avrupa'nın kayıtsız tutumları sebebiyledir. Haberin teması Erdoğan'ın Avrupa'yı politik olarak eleştirmesidir. Haberde siyasi söyleme yer verilmiştir.

2. Şematik Yapı

Erdoğan'ın mülteciler başlığı altında AB'nin kayıtsız tutumunu eleştirmektedir. Tüm ülkelerin özellikle AB ülkelerinin; yaşanan problemler karşısında birlikte mücadele etmesi gerektiği siyasi bir söylem ile ifade edilmiştir.

Haberin ilerleyen bölümlerinde Erdoğan; Avrupa'nın mültecilere karşı nasıl hoyratça davrandığını açıklamakta, mültecilere karşı olan kayıtsız tutumu eleştirmektedir. Ve Avrupa'nın bu tutumundan dolayı kendini sorumlu hissetmediğini belirtmektedir. Ortada bir sorumsuzluk vardır. Avrupa ülkelerinin liderlerinden de aynı hassasiyeti beklediğini dile getirmektedir.

Ardalan ve Bağlam Bilgisi bulunmamaktadır.

B. Mikro Yapı

Cümle yapılarına bakıldığında aktif yapılar görülmektedir. "B20 konferansında konuşan Erdoğan, Bodrum'da 12 mültecinin hayatını kaybettiği facia üzerinden Avrupa'yı eleştirdi". Cümlesi ile neden ilişkisinin kurulduğu örnek gösterilebilir.

Referansal ilişki açısından; "Akdeniz'de bizi biz yapan değerler boğulmaktadır, Avrupa kapılarında kaderlerine terk edilen, hatta kasten gemileri, botları batırılarak ölüme gönderilen, sınırlarda insanlık dışı muamelelere tabi tutulan her mülteci bu gerçeğin acı birer temsilcisidir. Huzura ve refaha kavuşmak isterken, Akdeniz'de ve Ege'de boğularak ölen ve cesetleri kıyılarıımıza vuran erkek, kadın, çocuk, yaşlı..." Cümleleri yardım çağrısının ifade edildiğinin göstergesidir. Anlamsal bir buzdağı oluşturmaktadır.

Retorik olarak; muhabirin tanıklık etmesi, Akdeniz, Avrupa, ege gibi bölge kıta isimlerinin kullanılması ve ayrıca Avrupa'nın söz konusu edilerek örnek gösterilmesi inandırıcılığı arttırmıştır.

Haber 2: 'Hiç kimse Türkiye kadar yardım etmedi'

Bodrum'da geçen hafta cesedi sahile vuran Suriyeli çocuk Aylan Kurdi'nin babası Abdullah Kürdi, Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın kendisine Türkiye Cumhuriyeti vatandaşlığı teklif ettiğini söyledi. BBC Türkçe'nin aktardığına göre Kürdi, bir Mısır televizyonuna 'Erdoğan vatandaşlık teklif etti. Normalde kabul ederdim. Çünkü Türk hükümeti bana hiç kimsenin yapmadığını yaptı. Onur duydum. Ama teklifi şimdi kabul etmeyeceğim' dedi. Kürdi; 'Türk hükümeti, cenaze masraflarında bana gerçekten çok yardıma bulundu. Cenazelerin Kobani'ye nakli için büyük uçak tahsis ettiler. Kobani Bodrum'dan çok uzak' diye konuştu.

Kürdi, aralarında Başbakan Ahmet Davutoğlu, eski Cumhurbaşkanı Abdullah Gül ve Kürdistan Bölgesel Yönetimi'nden üst düzey bir yetkili dâhil çok sayıda siyasetçinin kendisine başsağlığı dilediğini belirtti. Abdullah Kürdi, bir Kuveytli yetkili ve Mısırlılar dışında hiçbir Arap yetkilinin kendisiyle konuşmadığını belirterek, 'Batı umurunda değil. Arap ülkelerinin sesini duymak isterdim' dedi. Bodrum'dan Yunanistan'ın Kos adasına geçmeye çalışan Kürdi ailesinin bindiği lastik bot devrilmiş, 3 yaşındaki Aylan'la birlikte beş yaşındaki abisi ve annesi de boğulmuştu.

Aylan'ın Bodrum'da sahile vuran cesedinin fotoğrafı tüm dünyada büyük yankı uyandırmıştı. Abdullah Kürdi, geçen hafta Kanada hükümetinin vatandaşlık teklifini reddetmişti. Kanada hükümeti haziran ayında sığınma başvurusu yapan Kürdi'yi reddetmişti".⁸⁷

A. Makro Yapı

⁸⁷Hiç kimse Türkiye kadar yardım etmedi, 2015, <http://www.milliyet.com.tr/-hic-kimse-turkiye-kadar-yardim/dunya/detay/2114682/default.htm>, (13 Ekim 2016).

1. Tematik Yapı

Başlıkta cümleyi söyleyen kişi belirtilmemiştir. Kişi kimdir? Ne durumdadır? Kimleri kastetmektedir? Tüm soruların cevabı bu başlıkta bulunmamaktadır. Enformasyon eksiltimi söz konusudur.

Haberin ilerleyen bölümlerinde başlıkta belirtilen cümleyi söyleyen kişinin Abdullah Kürdi olduğu anlaşılmaktadır. Erdoğan'ın kendisine vatandaşlık teklif ettiğini dile getirmektedir. Abdullah Kürdinin Türkiye haricindeki diğer tüm ülkelere, her ne kadar belirtmemiş olsa da sitemli olduğu anlaşılmaktadır. Bu sitem konvansiyonel medyada siyasi bir söylem olarak yerini almıştır.

2. Şematik Yapı

Ana olay; Abdullah Kürdi'ye göre Türkiye haricindeki diğer ülkelerin gerekli yardımda bulunmadığıdır. Fakat haberin ilerleyen bölümlerinde, Abdullah Kürdinin eksik destek konusunda tüm ülkeleri kastetmediğini sadece Arap ülkelerini kastettiği anlaşılmaktadır. Haberin ilerleyen bölümlerinde, ardalan ve bağlam bilgisi olarak; "Bodrum'dan Yunanistan'ın Kos adasına geçmeye çalışan Kürdi ailesinin bindiği lastik bot devrilmiş, 3 yaşındaki Aylan'la birlikte beş yaşındaki abisi ve annesi de boğulmuştu. Aylan'ın Bodrum'da sahile vuran cesedinin fotoğrafı tüm dünyada büyük yankı uyandırmıştı. Abdullah Kürdi, geçen hafta Kanada hükümetinin vatandaşlık teklifini reddetmişti. Kanada hükümeti haziran ayında sığınma başvurusu yapan Kürdi'yi reddetmişti". İfadeleri örnek gösterilebilir.

B. Mikro Yapı

Cümle yapıları aktiftir. Basit ve karmaşık cümleler kullanılmıştır. Kürdi; "Türk hükümeti, cenaze masraflarında bana gerçekten çok yardımda bulundu. Cenazelerin Kobani'ye nakli için büyük uçak tahsis ettiler", cümlesi referansal ilişkiye örnektir. Anlamsal bütünlük söz konusudur. Retorik olarak muhabirin tanıklığı, Abdullah Kürdi ve iki çocuğuna ait fotoğraf kanıt gösterilerek inandırıcılık gücü artırılmıştır.

Haber 3: "Ben Suriyeliyim, Beni Esad Öldürdü"

Suriye'deki savaş nedeniyle ÷lkelerini terk etmek zorunda kalan Suriyeli m÷ltecilerin Avrupa kapılarına dayanması ve Rusya'nın Esad rejimine açıktan askeri desteğini artırması sonrası Suriye politikasında değişikliğe gideceği iddia edilen Fransa'da binlerce kişi Suriyeliler için toplanarak Esad'a tepki gösterdi. Paris'te #PasEnNotreNom (Bizim adımıza değil) etiketiyle sosyal medyada başlatılan kampanya ile binlerce kişi Paris'te Cumhuriyet (Republique) Meydanı'nda biraraya geldi. 10 binden fazla kişinin katıldığı gösteride, küçük Aylan'ın üzerinde 'Ben Suriyeliyim. Beni Esad, DEAŞ öldürdü' yazısının yer aldığı fotoğrafları taşındı. Her yaştan protestocunun yer aldığı meydanda 'Sınırları a!', 'Herkes için Sığınma hakkı', 'Onun adı Aylan. Küçük melek barışa uyu', 'Avrupa uyan' 'Hoş geldin göçmen' yazan pankartlar taşındı. Fransa Cumhurbaşkanı François Hollande'ın eski sevgilisi Valerie Trierweiler de destek için meydandaydı. Öte yandan aralarında Isabelle Adjani, Carole Bouquet, Matthieu Chedid ve Charles Berling gibi ünlü isimlerin de olduğu Fransız sanatçılar ise Suriyeli sığınmacılar için imza kampanyası başlattı. 66 sanatçı, imza attıkları 'Yeni Aylanlar olmasın' adlı kampanya ile AB hükümetlerine sorunun çözümlü için çaba göstermeleri çağrısında bulundu.

M÷lteci Konvoyu yola ıktı

Macaristan'daki sığınmacıları Avusturya'ya getirmek üzere gönüllü aktivistler tarafından oluşturulan 'M÷lteci Konvoyu', 140 araçla Viyana'dan Budapeşte'ye doğru yola ıktı. Eylemciler, Avusturya hükümetinin cezalandırma tehditlerinden korkmadıklarını belirterek, 'İnsani dayanışma durdurulamaz' ifadelerini kullandı. Akdeniz'de bu yıl Avrupa'ya kaçak yollardan girmek isteyen 2 bin 800 sığınmacı can verdi.

Davutoğlu: Avrupa'nın katkısı gülünç

Başbakan Ahmet Davutoğlu, Avrupa'nın m÷lteci sorununun çözümlüne katkısını 'sınırlı ve gülünç' olarak nitelendirdi. Alman Frankfurter Allgemeine Zeitung gazetesine konuk yazar olarak bir makale yazan Başbakan Davutoğlu, AB'nin tüm dünyayı saran m÷lteci sorununun çözümlüne katkısını eleştirdi. Başbakan Davutoğlu,

‘Türkiye olarak sadece biz Suriye ve Irak’tan iki milyondan fazla mülteciyi kabul ederek kaosu yaşadığı bölge ile Avrupa arasında etkin bir bölge oluşturduk’ dedi.

Paris’te toplanan binlerce kişi, 300 binden fazla Suriyeliyi öldüren ve milyonlarcasının ülkesini terk ederek mülteci konumuna düşmesine neden olan Esad’ın durdurulmasını istedi”.⁸⁸

A. Makro Yapı

1. Tematik Yapı

Başlığa baktığımızda; Suriyeli kişinin adına, cinsiyetine, yaşına dair bir bilgi bulunmamaktadır. Haberin başlığında enformasyon eksiltimi söz konusudur. ‘Ben Suriyeliyim’ cümlesi ile de tüm topluluklar bu başlık altına alınarak genelleştirme yapılmıştır, diyebiliriz. Haberin ilerleyen bölümlerinde, bir olayı protesto için toplanan kişilerin olduğunu ve bu kişilerin Esad’ı protesto ettiğini anlamaktayız. Haberin fotoğrafında; birçok kişinin bir arada bulunması, ellerinde yazılı pankartlar içeren görüntüler taşınması protestonun resmidir. Haberde siyasi bir şahıs olan Esad’a yönelik tepki dile getirilmektedir. ‘Sınırları aç, göçmen, sığınma hakkı` gibi ifadelerin yer alması siyasi, ideolojik anlamları ifade etmektedir.

2. Şematik Yapı

Fransa’da binlerce kişi Suriyeliler için toplanarak Esad’a tepki göstermiştir. Paris’te #PasEnNotreNom (Bizim adımıza değil) etiketiyle sosyal medyada başlatılan kampanya ile binlerce kişi Paris’te Cumhuriyet (Republique) Meydanı’nda bir araya gelmiştir. 10 binden fazla kişinin katıldığı gösteride, küçük Aylan’ın üzerinde “Ben Suriyeliyim. Beni Esad, DAES öldürdü” yazısının yer aldığı fotoğrafları taşınmıştır. Haberin ortalarına geldiğimizde; başlığı daha da anlamlandırabilmekteyiz. Esad’ın yaptığı zulme yönelik gösterilen tepkiler kalabalıklar ile protesto edilmiştir. Suriye’deki savaş nedeniyle ülkelerini terk etmek zorunda kalan Suriyeli mültecilerin Avrupa

⁸⁸ Ben Suriyeliyim Beni Esad Öldürdü, 2015, <http://haber.star.com.tr/dunya/ben-suriyeliyim-beni-esad-oldurdu/haber-1054816-06.09.2015>, (13 Ekim 2016).

kapılarına dayanması ve Rusya'nın Esad rejimine açıktan askeri desteğini artırması sonrası Suriye politikasında değişikliğe gideceği iddia edilmesi sonucu birçok kişi protesto için toplanmıştır. Haber kaynağı gazete muhabiridir.

A. Mikro Yapı

Gösterdi, taşındı, meydandaydı cümleleri ile pasif cümle yapılarını görmekteyiz. Haber basit ve karmaşık cümlelerden oluşmuştur. Nedensel ilişki; “Suriye’deki savaş nedeniyle” cümlesi ile kurulmuştur. İşlevsel ilişki; “Esad’a tepki gösterdi, pankartlar taşındı” cümleleri ile kurulmuştur. Referansal ilişki; “Ben Suriyeliyim. Beni Esad, DAEŞ öldürdü” yazısının yer aldığı fotoğraflar ile protesto resmedilmiştir.

Retorik; muhabirin tanıklığı, fotoğraflarda yer alan birçok kişi, aylan bebeğin bulunduğu pankartlarla ve mitonomi kullanımı ile inandırıcılık etkisi artırılmıştır.

Haber 4 : “DAEŞ'ten Aylan'ın fotoğrafı ile kirli propaganda”

Terör örgütü DAEŞ'in propaganda dergisi Dabiq 11. sayısında 2 yaşındaki Aylan Kurdi'nin cansız bedeninin fotoğrafını kullanarak tehditler savurdu. Spiegel Online 'in haberine göre, DAEŞ terör örgütünün propagandasını yapan Dabiq dergisi, bu sayısında Aylan'ın fotoğrafını ‘Darul-İslam'a sırtını dönenleri bekleyen tehlike’ başlığı altında kullandı.

BİZDEN KAÇANLAR'IN KADERİ BU

Yazıda, ‘Bizden kaçanlar, bu tür kaderle karşı karşıya kalırlar’ denirken, batıya kaçmanın büyük bir günah olduğu vurgulandı. DAEŞ, dergideki yazıda batının, DAEŞ'ten kaçanları nefsi tutkular, uyuşturucu ve Alkol ile aldattığı ve İslam'a sırt çevirttiğini iddia ediyor. Ayrıca, Avusturya'da bir kamyonunda havasızlıktan ölen 71 Suriyeli de yazıda söz konusu ediliyor”.⁸⁹

⁸⁹DAEŞ'ten Aylan'ın Fotoğrafı İle Kirli Propaganda, 2015, <http://haber.star.com.tr/guncel/daesten-aylanin-fotografii-ile-kirli-propaganda/haber-1055745>,(13 Ekim 2016).

A. Makro Yapı

1. Tematik Yapı

Başlığa baktığımızda propagandanın amacının ne olduğu, nerede kullanıldığı, nasıl kullanıldığı ve kime yönelik olduğu anlaşılmamaktadır, sınırlı bilgi verilmiştir. Enformasyon eksiltimine gidilmiştir. Metnin ilerleyen bölümünde; ise “DAEŞ'in propaganda dergisi Dabiq 11. sayısında 2 yaşındaki Aylan Kurdi'nin cansız bedeninin fotoğrafını kullanarak tehditler savurdu”, cümlesine göre Daeş, terör örgütü olarak nitelendirilmiş. İdeolojik ifadeler yer verilmiştir. “Kullanarak” sözcüğü de derginin fotoğrafı istismar ettiği yönündeki söyleminin ifadesidir. Yani ideolojik söylemler ile Aylan Bebek haberi politik gündemde yerini almıştır.

B. Şematik Yapı

Yazıda, "Bizden kaçanlar, bu tür kaderle karşı karşıya kalırlar" denirken, batıya kaçmanın büyük bir günah olduğu vurgulandı. DAEŞ, dergideki yazıda batının, DAEŞ'ten kaçanları nefsi tutkular, uyuşturucu ve Alkol ile aldattığı ve İslam'a sırt çevirttiğini iddia ediyor. Ayrıca, Avusturya'da bir kamyoncu havasızlıktan ölen 71 Suriyeli de yazıda söz konusu ediliyor.

İfade edilenlere göre Daeş propaganda dergisi “Dabiq”, Ayla Kürdi fotoğraflarını kullanarak tehditler savurmaktadır. Haber kaynağı, muhabir olarak gösterilebilir.

Ardalan ve Bağlam Bilgisi bulunmamaktadır.

B. Mikro Yapı

Haberin cümleleri; pasif, basit ve karmaşık yapılardan oluşmuştur. Referansal ilişki; “cansız bedeninin fotoğrafını kullanarak, tehditler savurdu” cümlesi ile kurulmuştur. Ve dergi fotoğrafı da paylaşılmıştır. Dabiq dergisinin “The Danger” başlıklı yazısının görseli ikna edici unsurdur. Haber kaynağı; Spiegel Online'dır. Terör örgütü, DAEŞ, Suriye gibi sözcüklerin seçilmiş olması, haberin siyasi söylem

içerdiğinin kanıtıdır. Haber de bazı isimlerin özellikle vurgulanması metnin inandırıcılığını etkilemiştir.

Haber 5: CHP’li vekiller Aylan’ın cenazesine gidecek

Tanrıkulu ile Nazlıaka, 3 yaşındaki Aylan Kürdi'nin Kobani'deki cenazesine katılacak. CHP Genel Başkan Yardımcısı Sezgin Tanrıkulu ile Ankara Milletvekili Aylın Nazlıaka, bontan düşüp boğularak yaşamını yitiren ve bedeni kıyıya vuran 3 yaşındaki Aylan Kurdi'nin Kobani 'deki cenazesine katılacak".⁹⁰

A. Makro Yapı

1. Tematik Yapı

Başlığa baktığımızda bir genelleştirme ve enformasyon eksiltimi söz konusudur. CHP’li vekiller sözü kapsamlı bir sözdür. Geniş kitleyi içinde barındırır. Hangi vekillerin olduğu cenazenin nerede olacağı başlıkta açıklanmamıştır.

İlerleyen bölümlerde; Tanrıkulu ile Nazlıaka, 3 yaşındaki Aylan Kürdinin Kobani'deki cenazesine katılacak cümlesi yer almaktadır. Bu cümleye baktığımızda, iki vekilin törene katılacağı anlaşılmaktadır. Ama vekillerin partisinden henüz bahsedilmemiştir. Haberin daha da ilerleyen bölümlerinde, CHP Genel Başkan Yardımcısı ve Ankara milletvekili sıfatları ile durum daha netleşmiştir. Cenazenin nerede olacağı bilgisi de verilmiştir. CHP, milletvekili gibi sözcükler siyasi söylemin üretimine neden olmuşlardır.

2. Şematik Yapı

Haberde CHP’li vekillerin cenazeye katılacağı bilgisi verilmiştir. Geleneksel medya internet sitesinde yer alan yazıya göre Aylankurdi vakası siyasi söylemler ile haber değeri oluşturmuştur. Habere yer veren mecra ile haberde adı geçen vekillerin

⁹⁰CHP’li Vekiller Aylan’ın Cenazesine Gidecek, 2015, <http://www.sozcu.com.tr/2015/gunun-icinden/chpli-vekiller-aylanin-cenazesine-gidecek-927693/>, (13 Ekim 2016).

ideolojik yapılarının aynı olduğu düşüncesi politik söylemin gücünü arttırmaktadır. Haberin kaynağı, muhabir olarak ifade edilebilir.

B. Mikro Yapı

Haber cümleleri aktif, basit ve karmaşık yapılardan oluşmuştur. Nedensel ve işlevsel ilişkinin kurulduğu, yazılan haber cümleleri ile görülmektedir. Kobani, Ankara gibi yer isimlerinin kullanılması ve bazı isimlerin örnek verilmesi inandırıcılığı arttırmıştır. Ve yine muhabirin tanıklığı, haberin kaynakları arasında gösterilebilir.

2.6. Örnek Paylaşım Çözümlenmeleri Üzerine Tartışma

Twitter üzerinden yapılan Van Dijk'ın söylem analiz modeli bir metni ya da cümleyi iki ana başlık olan makro ve mikro yapı içerisinde incelemektedir. Makro yapı, tematik ve şematik yapıdan mikro yapı ise, sentaktik çözümlenme, bölgesel uyum, sözcük seçimleri ve haber retoriğinden oluşmaktadır. Bu düzene göre çözümlenen metinlerin anlamlandırılması ayrıntılı ve derinlemesine olmaktadır. Belirli tarihler aralığında seçilen tweetlerin toplanması ve kategorilere ayrılması analizin yapılmasında kolaylık sağlamıştır. Her kategori belirli bir sayıda paylaşılan tweet oranını ifade etmektedir. 1. Sıradaki kategorideki söylem, sanatsal faaliyetlerde bulunan kişilerin Aylan Bebek olayını sanatsal bir dille ifade etmesi, sanatın icra edildiği görüntülere yer verilmesi ile anlatılmaktadır. Kişilerin ilgi alanları ve algıları olaylara verdikleri tepkilerde etkili olmuştur. Çünkü Aylan Bebek anısına kumdan heykel görüntüsünü oluşturan Hintli bir sanatçıdır. 2. Kategorideki tweet söyleminde kullanıcı, batı ülkeleri için olumsuz bir eleştiride bulunmuştur. Hatta Avrupa'da yer alan bir ülke başbakanının bizzat ismi belirtilerek yaşanan durumla ilgili eleştiri yapılmıştır. 3. Kategorideki iletide, iktidar partisine yönelik suçlamalara yer verilmiştir. Bazı paylaşılan tweetler gündemdeki sıkıntıları, Aylan Bebek olayı üzerinden yeniden dile getirilmiştir. 4. Kategorideki ileti paylaşılan mesajlar arasında en fazla yere sahip, oranı en yüksek iletidir. Birçok kullanıcı tarafından Aylan Bebek olayına verilen tepkiler 'insanlık' sözcüğü ile tamamlanmıştır. 5. Kategorideki iletide duygu yoğunluğu ile yazılan bir mesaj görülmektedir. Türkiye gündeminin geçmiş yıllarından bu yana sorun haline getirilmiş olan ırkçı düşünceleri yumuşatmayı hedefleyen kardeşlik duyguları ile

paylaşmış olan bir tweettir. 6. Kategorideki tweet, muhalefete yönelik karşıt düşüncenin yer aldığı söylemlerden oluşmaktadır. Muhalefet partisi ve partililer vicdani duyarlılıkları ile eleştirilmiştir. 7. Kategorideki tweet, nefret dilini kullanan, belirli bir grubu hedef alan sözlerin kullanıldığı bir ifadeden oluşmaktadır. İdeolojik zihniyetlerdeki taraflılık iletilen mesajda oluşturulan söylemler ile anlaşılmaktadır. 8. Kategorideki iletide, dini duyguların hassasiyeti ile yazılmış bir ileti paylaşmıştır. 9. Kategorideki ileti medya dünyasına yapılan eleştiridir. Her kategori kendi içerisinde ayrı ayrı değerlendirilse de tümüne bakıldığında yapılan paylaşımlarda insani, ahlaki, etik, toplumsal değerler ile kurulan cümlelerin varlığı görülmektedir. Söylem düşkünüleri Aylan Bebek olayını birtakım duyarlılıkları ile içselleştirerek iletilere dönüştürmüşlerdir.

Geleneksel medyadan seçilen örnekler incelendiğinde temaların Twitter paylaşımlarına göre oldukça farklılaştığı göze çarpmaktadır. Buna göre medya profesyonelleri tarafından hazırlanan haberlerin genel temaları daha çok politika, uluslararası ilişkiler, vatandaşlık, insani yardım, diplomasi, siyasi liderlik, Orta Doğu, Avrupa ve terör gibi konulardan oluşmaktadır. Örnek olarak incelenebilecek haberlerin taranması sırasında yalnız bir haberde söylem düşkünü olarak Aylan bebeğin babasına söz verildiği görülmüştür.

Genel bir değerlendirme yapılacak olursa; Twitter aracılığıyla sıradan insanların Aylan bebek olayı üzerinden daha çok duygusal bağlamda paylaşımlar yaptığını, medya profesyonelleri tarafından işlenen konuların ise daha çok reel politikaya dayandığı görülmüştür. Bunun yanında geleneksel medyada yer alan haberlerdeki eleştirilerin daha çok Avrupa ve Suriye yönetimine yönelik olduğu görülürken, söylem düşkünü insanların eleştirilerinin hükümet, muhalefet ve Avrupa'ya dönük olduğu tespit edilmiştir. İnsanlık vurgusunun daha çok ağırlığının hissedildiği Twitter paylaşımlarında bir diğer eleştiri noktası ise medya ile ilgilidir. Geleneksel medyada, haber profesyonellerinin haberde kendilerini doğal olarak eleştirmelerinin karşısında sıradan insanların bu türden paylaşımda bulunması yeni iletişim teknolojilerine içkin bir özellik olarak değerlendirilebilir.

3. SONUÇ

Haberin varlığı insanlık tarihi ile başlamaktadır. Çünkü insan her zaman edindiği ve aktardığı bilgiler ile var olmuştur. Haberin bu köklü yapısı ve enformasyon toplumları için giderek etkisinin güçlenmesi ile bireyler tarafından daha da vazgeçilemez hale gelmiştir. Öyle ki artık günümüzde medya, 4. Kuvvet olarak tanımlanmaktadır. Haberlerin oluşturulmasında, yayına hazırlanmasında çeşitli faktörlerin varlığı hissedilmektedir. Bunlar arasından en önemlilerinden biri eşik bekçiliği kavramıdır. Eşik tutucuları, haberlerin seçiminde çalıştığı kuruma ait genel yayın politikasından kendi öznel tarihine kadar bir dizi etkenin sınırlamaları altında çalışmaktadır.

Fakat tek ölçüt bunun ile sınırlı değildir. Eşik bekçilerinin eğitim düzeyleri, ideolojileri, cinsiyetleri, tecrübeleri, etik ve ahlaki ilkeleri, kişisel özellikleri haber şekillenme sürecinde etkili diğer faktörlerdir. Kurum ve kuruluşlara göre bu etkenlerden daha önemlisi kendi ticari menfaatleridir. Zaman zaman ticari menfaatler uğruna profesyonel habercilik kuralları ihlal edilebilmektedir. Saniyelerin para anlamına geldiği televizyon dünyasında ya da tıklanmaların milyonlara ulaştığı İnternet sitelerindeki haberler istismar edilmeye fazlasıyla müsait mecralardır.

Bunun yanında her haber kurumunun ideolojik yapısına hizmet eden söylem biçimi vardır. Haber kurumları, bu söylem biçimleri sayesinde kitleler tarafından kabul görür ve kitlelere hitap ederler. Çoğu zaman bilgilendirme amaçlı haberler propaganda, dezenformasyon, bilgi saklama gibi kavramlarla beraber anılmaktadır. Akademik ilgede profesyonel haber medyasının enformasyon iletimi çerçevesinden çok güç ilişkileri bağlamında bir analize tabi tutulduğu görülmektedir. Profesyonel haber medyasına getirilen en büyük eleştiriler objektif ve güvenilir habercilik anlayışının ekonomik, siyasi ilişkiler bağlamında büyük bir tahribata uğradığıyla ilgilidir.

Geleneksel medyanın gündemini belirlerken ve haber aktörlerini seçerken sahip olduğu refleksler ve geliştirdiği politikalar da akademik eleştirinin önemli konuları arasında yer almaktadır. Bu çalışmanın da ana konusunu oluşturan “söylem seçkinleri” ve “söylem düşkünleri” diyalektiğinde şekillenen yaklaşıma göre geleneksel

medya dezavantajlı gruplar, topluluklar ve insanların söylemlerinden ziyade kamuoyunda sürekli görünürlüğü bulunan ayrıcalıklı olarak da tanımlanabilecek haber kaynaklarının söylemlerine aracılık etmektedir. Sıradan insanlar geri besleme imkânının çok kısıtlı bir çerçevede yürüdüğü geleneksel medyanın haber üretim süreçlerine katılmadığı gibi, haber dilinde de edilgen bir pozisyonda sunulmaktadırlar. Sıradan insanların hayalleri, yaşamları, sıkıntıları, sevinçleri, durumları “söylem seçkinleri” olarak gösterilen politikacılar, sanatçılar, sporcular, iş adamları, bilim adamları gibi farklı özneler dolayısıyla habere konu edilmektedir.

Bu noktada yeni iletişim teknolojileri hayata kazandırdığı birçok avantajın yanında habercilik açısından da “söylem seçkinleri” ve “söylem düşkünleri” diyalektiğinde bir kırılmaya yol açabileceği öngörüsüyle değerlendirilmektedir. Bu görüşe göre profesyonel habercinin söyleminde edilgen haber nesnesi konumundaki “söylem düşkünleri” yeni medya aracılığıyla kendi hayallerini, eleştirilerini, umutlarını, sıkıntılarını, sevinçlerini, kimliklerini ifade edebileceklerdir.

Her geçen gün büyüyen, çeşitlenen ve önemini artıran sosyal paylaşım siteleri de söylem düşkünlerinin kendi kimliklerini söylemleriyle ortaya koyabilecekleri mecraların başında gelmektedir. Söz konusu mecralar arasında Twitter ayrıcalıklı bir konumda bulunmaktadır. Gerek dünya çapındaki farklı toplumsal olaylardaki kullanımı, gerek ulaştığı insan sayısı, gerek geleneksel medyayı da içerisine alan etki alanıyla Twitter son yıllarda dezavantajlı grupların kendilerini ifade edebilecekleri en önemli sosyal paylaşım sitesi haline gelmiştir. Mikro blog özelliği, akışkanlığı, mesajları dünya çapında yayabilme kapasitesi Twitter’ın yalnız eski dönemin söylem düşkünlerinin değil söylem seçkinlerinin de önemli paylaşım kanallarından biri olmasını sağlamıştır. Devlet başkanlarından, sanatçılara, sporculardan kamu kurumlarına kadar birçok gerçek ve tüzel kişilik resmi Twitter hesabıyla hedef kitlelerine ulaşmaya çalışmaktadır.

Twitter’ın bu özellikleri kendisini akademik ilgide de önemli bir inceleme alanı haline getirmiştir. Bu çalışmada da geleneksel haber söyleminde suskun rolü biçilen ve kendisi adına genellikle söylem seçkinlerinin konuşmasına izin verilen söylem

düşkünlerinin Twitter üzerinden kendi söylemlerini üretmeleri konu edinilmiştir. Söylem üretimi gibi geniş bir konu özellikle medya, medya profesyonelleri, haber gibi tartışmalı konularla beraber düşünüldüğünde araştırması ve çerçevesinin sağlıklı olarak çizilmesi oldukça güç bir çalışma alanına denk gelmektedir. Bu nedenle çalışmanın kendisi de bütün “suskunluğu” ile bir söylem düşkünü olan Aylan bebek örneği üzerinden daraltılmıştır.

Çalışmanın başında da belirtildiği üzere çalışmanın en önemli ön görüşü olarak söylem düşkünleri ile söylem seçkinleri arasında anlamlı bir söylem farkının olduğu düşünülmekteydi. Böyle bir öngörünün oluşmasının nedeni literatür taramasında karşılaşılan yeni medya kullanım amaçlarının geleneksel medya içeriklerinden oldukça farklı olduğunun tespit edilmesidir. Yeni medya kullanımında ortaya çıkan politik eleştiri, toplumsal muhalefet, aktivizm, örgütlenme gibi olgular ile ekonomik ve siyasal süreçlerde önemli bir bileşen haline gelen geleneksel medya kavramlarının örtüşmediği bilinmektedir. Böylece yeni medya söylemi ile geleneksel medya söyleminin farklı olduğu varsayımının dayanaksız bir başlangıç noktası olmayacağı açığa çıkmaktadır.

Çalışmanın üçüncü bölümünde incelenen medya içerikleri yukarıda gerekçelendirilen ön kabulü doğrular nitelikte sonuçlar vermiştir. Yapılan incelemede sıradan insanlar kendileri gibi sıradan insanların haber nesnesi olduğu konularda profesyonel medya üreticilerine göre çok farklı bir refleks ortaya koymaktadır. Aylan bebek örneğinde eski medya haberlerinde “söylem düşkünü” rolü biçilen sıradan insanlar söylem üretme imkânına kavuştuğunda oldukça eleştirel bir pozisyon almaktadır. Buna göre sıradan insanların eleştirel söylemleri yönetici erkten muhalefete, Batı’dan Ortadoğu’ya kadar daha geniş bir yelpazeye denk gelirken, geleneksel medyada bu eleştirinin daha dar bir çerçeveye oturduğu anlaşılmaktadır. Bunun yanında sıradan insanlar daha fazla duygu yoğunluklu bir söylemin üretimine odaklanmışken, geleneksel medyanın “reel politik” gelişmeler, tartışmalar etrafında bir söylem ürettiği göze çarpmaktadır. Yapılan incelemede söylem seçkinleri ile söylem düşkünleri arasında temalar açısından yalnız Batı’ya yöneltilen eleştirilerin kesiştiği diğer konularda tamamen farklı bir söylem üretimin söz konusu olduğu görülmüştür. Geleneksel medya haberlerinde söylem düşkünlerine yer verilmediği, Aylan bebeğin bir

söylem düşkünü olarak yalnız söylem seçkinlerinin hakkında konuştuğu bir haber nesnesi olarak kullanıldığı tespit edilmiştir. Geleneksel medyanın haber refleksi beklenildiği üzere söylem seçkinlerinin söylem düşkünleri üzerine söylem üretmesine dayanmaktadır.

Çalışmanın bütünü göz önünde bulundurulduğunda denilebilir ki; geleneksel haber medyası dayandığı ekonomik – politik dinamikler nedeniyle farklı bir söylem üretimi refleksine sahiptir. Bu refleks içerisinde sıradan insanlar genellikle edilgen bir konumlama tercihiyle habere konu edilmektedir. Bu yönüyle sıradan insanlar medya profesyonellerinin söyleminde suskundur. Bu suskunluk hem söylem üretmemeyi hem de sıradan insanların söylemlerinin medya profesyonellerinin özne konumuyla haberlerinde yer verdiği söylem seçkinlerine göre daha düşkün bir pozisyonda olmayı ifade etmektedir. Ancak sıradan insanların yeni medya ortamlarında söylem üretebilme imkânıyla birlikte önemli toplumsal konularda kendi görüşlerini ortaya koydukları görülmektedir. Bu yönüyle yeni medya sıradan insanların arzularının, sıkıntılarının, olayları kavrayış, ele alış ve çözüm üretim biçimlerinin anlaşılması için önemli bir kaynak haline dönüşmektedir. Sıradan insanların söylemlerinin kültürel, tarihsel arka planlarının araştırılması, üretilen söylemin medya profesyonellerinin habercilik refleksini etkileyip etkilemediğinin belirlenmesi gibi konuların farklı araştırmalara konu edilerek değişen “söylem seçkini” / “söylem düşkünü” diyalektiğinin daha kapsamlı değerlendirilmesi gerekmektedir.

KAYNAKÇA

- Acar Odyakmaz, Necla. “**Özgürlük Alanı Olarak Sunulan Sosyal Medya ve Taksim Gezi Parkı Eylemleri**”, Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi. 2013, Sayı 20. <http://s3.amazonaws.com/academia.edu.den...> (23 Ocak 17).
- Açıkgöz, Mustafa **İletişim Felsefesine Giriş**, 1.Basım, İstanbul: Birey Yayıncılık, 2003.
- Aitchison Jean & Lewis Diana M., **New Media Language**. Psychology Press, 2003
- Akçalı, Selda. **Türkiye’ de Araştırmacı Gazetecilik**, 1.Basım, İstanbul: Gazeteciler Cemiyeti Yayınları, 2002.
- Akgün, Tekin. **Genç Gazeteciler Eğitim Semineri**, 1.Basım, İstanbul: Gazeteciler Cemiyeti Yayınları, 1986.
- Alankuş, Sevda, **Çocuk Odaklı Habercilik**, 1.Basım, İstanbul: İletişim Vakfı Yayınları, 2007.
- Arsan, Esra. “Haber ve Habercilik”, **Gazetecilik ve Habercilik**, Sevda Alankuş (drl.). İstanbul: IPS İletişim Vakfı Yayınları, 2005.
- Aslan, Kemal. **Ben de Yazarım**, 1.Basım, İstanbul: Anahtar Kitaplar Yayınevi, 2004.
- Aslan, Kemal. **Haber Nasıl Okunur? Haberde İdeoloji, Söylem**, 1.Basım, İstanbul: Anahtar Kitaplar Yayınevi, 2004.
- Aslan, Kemal. **Haberin Yol Haritası**, 1.Basım, İstanbul: Anahtar Kitaplar Yayınevi, 2002.
- Aydoğan, Filiz. **Tüm Boyutlarıyla Küresel Medya**, İstanbul: Beta Yayınları, 2011.
- Aytekin, Mesut. **Yeni(lenen) Medya**, 1.Basım, İstanbul: Kocav Yayınları, 2014.
- Aziz, Aysel. **Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri Ve Teknikleri**, 10.Basım, Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık, 2015.
- Balcı, Ali. **Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntem, Teknik ve İlkeler**, 12.Baskı, Ankara: Pegem Akademi, 2016.
- Ben Suriyeliyim Beni Esad Öldürdü, <http://haber.star.com.tr/dunya/ben-suriyeliyim-beni-esad-oldurdu/haber-1054816> 06.09.2015, (13 Ocak 2016)

- Briggs, Asa ve Peter Burke, **Medyanın Toplumsal Tarihi-Gutenberg den İnternete**, Ümit Hüsrev Yolsal- Erkan Uzun (çev.), İstanbul: Kırmızı Yayınları, 2011.
- CHP'li Vekiller Aylan'ın Cenazesine Gidecek, <http://www.sozcu.com.tr/2015/gununden/chpli-vekiller-aylanin-cenazesine-gidecek-927693/> , (13 Ocak 2016)
- Comu, Tuğrul ve Mutlu Binark. “Yeni Medya Ortamlarında Nefret Söylemi”, Mahmut Çınar (Ed.). **Medya ve Nefret Söylemi**. İstanbul: Hrant Dink Vakfı Yayınları, 2013, s.199.
- Cumhurbaşkanı Erdoğan: Avrupa Ölen Her Mültecinin Vebaline Ortak, <http://www.ntv.com.tr/turkiye/cumhurbaskani-erdogan-avrupa-olen-her-multecinin-vebaline-ortak,EjoKoT1KA0SZC7g7nLUGEQ>, (13 Ocak 2016)
- Crimson Hexagon. “**Machine Learning**” <https://www.crimsonhexagon.com/machine-learn> (5 Ekim 2017).
- Çaplı, Bülent. **Medya ve Etik**, 1.Basım, Ankara: İmge Kitabevi, 2002.
- Çoban, Barış “Söylem, İdeoloji Ve Eylem: İktidar Ve Muhalefet Arasındaki Mücadeleyi Çözümleme Denemesi”, **Söylem Ve İdeoloji**, Barış Çoban, Zeynep Özarslan (drl.). İstanbul: Su Yayınları, 2003, ss.225-226.
- DAEŞ'ten Aylan'ın Fotoğrafi İle Kirli Propaganda, <http://haber.star.com.tr/guncel/daesten-aylanin-fotografi-ile-kirli-propaganda/haber-1055745>, (13 Ocak 2016)
- Demirkent, Nezih. **Sayfa Sayfa Gazetecilik**, 1.Basım, İstanbul: Dünya Kitapları, 2003.
- Devran, Yusuf. **Haber Söylem İdeoloji**, 1.Basım, İstanbul: Başlık Yayın Grubu, 2010.
- Dünya Bu Fotoğrafi Konuşuyor, 2014, http://www.cumhuriyet.com.tr/haber/dunya/62493/Dunya_bu_fotografi_konusuyor.html, (08 Haziran 2016).
- Emel Dilmen, “Yeni Medya Kavramı Çerçevesinde İnternet Günlükleri-Bloglar Ve Gazeteciliğe Yansımaları”, **Marmara İletişim Dergisi**, 2007, Sayı:12.
- Eraslan, Levent ve Derya Çakıcı Eser, **Sosyal Medya Toplum Araştırma-Sosyal Medya Sosyolojisine Giriş**, 1.Basım, İstanbul: Beta Yayınları, 2015, s.95.
- Erdoğan, İrfan ve Alemdar Korkmaz, **Öteki Kuram- Kitle İletişim Kuram ve Araştırmalarının Tarihsel ve Eleştirel Bir Değerlendirilmesi**, 1.Basım, Ankara: Erk Yayınları, 2005.

- Evenmag. 2012. <http://www.evenmag.com/sosyal-medya-nedir-26091.html>, (12 Ocak 2016)
- Fidler Roger, *Mediamorphosis: Understanding New Media, Coping With Change*, Pine Forge Press 1997
- Gerbaudo, Paolo. **Twitler ve Sokaklar- Sosyal Medya ve Günümüzün Eylemciliği**, Osman Akınhay (Çev.). 1.Basım, İstanbul: Agora Kitaplığı, 2013, s.14.
- Girgin, Atilla. **Haber Yazmak**, 4.Basım, İstanbul: Der Yayınları, 2002.
- Girgin, Atilla. **Yazılı Basında Haber ve Habercilik 'Etik'i**, 1.Basım, İstanbul, İnkılap Yayınevi, 2002.
- Güngör, Nazife. **İletişim Kuramlar Yaklaşımlar**, 1.Basım, Ankara: Siyasal Kitabevi, 2011.
- Hiç kimse Türkiye kadar yardım etmedi, <http://www.milliyet.com.tr/-hic-kimse-turkiye-kadar-yardim/dunya/detay/2114682/default.htm>, (13 Ocak 2016)
- Kahraman, Murat. **Sosyal Medya 101-2.0-Pazarlamacılar İçin Sosyal Medyaya Giriş**, 1.Basım, İstanbul: MediaCat, 2014.
- Kahriman, G. “Yazılı Ve Görsel Basında Çocuk Haberlerinin Seçiminde Eşik Bekçilerinin Rolü”, **Yüksek Lisans Tezi**. İstanbul: Arel Üniversitesi, SBE, 2013.
- Kara, Tolga. **Sosyal Medya Endüstrisi**, 1.Basım, İstanbul: Beta Yayınları, 2013.
- Kazancı, Arif ve Fevzi İnan Dönmez, **Okul 2.0 Eğitimde Sosyal Medya ve Mobil Uygulamalar**, 1.Basım, Ankara: Anı Yayıncılık, 2013.
- Korkmaz, A., Arap Baharı Sürecinde İnternet ve Sosyal Medyanın Rolü, International Symposium on Language and Communication: Research Trends and Challenges, 2017
- Milburn, Michael. **Sosyal Psikolojik Açından Kamuoyu ve Siyaset**, Ali Dönmez ve Veli Duyan (Çev.). Ankara: İmge Kitabevi, 1998.
- Mora, Necla. **Medya Çalışmaları Medya Pedagojisi ve Küresel İletişim**, 1.Baskı, Ankara, Nobel Yayıncılık.
- Mutlu, Erol. **İletişim Sözlüğü**, 1.Basım, Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları, 2004.

- Narmanlioğlu, Haldun. “İnternet Haber Sitelerinde Eşik Bekçiliği”, **Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, 20, 2016.
- Narmanlioğlu, Haldun. Eleştirel Görsel Okuryazarlık Bağlamında Bir Twitter Analizi, **Uluslararası Hakemli İletişim Ve Edebiyat Araştırmaları Dergisi**, Sayı: 10, s.479. 2017,
- Narmanlioğlu, Haldun. İnternet Aktivizmi Ve Miskin Eylemcilik Üzerine Bir Araştırma, **Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler Dergisi**, Vol.9, Mart 2016, s.438. 2017,
- Ogel, Kültegin. **İnternet Bağımlılığı**, 1.Basım, İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, 2012.
- Özarıslan, Z. “Çağın Mesleği: Yeni Medya”, 2015, http://www.ntv.com.tr/egitim/cagin-meslegi-yeni-medya,SzTfwyEi0GWrhZvPZEkJg?_ref=infinite, (18 Ocak 2017)
- Özçağlayan, Mehmet. **Yeni İletişim Teknolojileri ve Değişim**, 1.Basım, İstanbul: Alfa Yayınları, 1998.
- Özer, Ömer. **Haber Söylem İdeoloji- Eleştirel Haber Çözümlemeleri**, 1. Basım, Konya: Literatürk Yayınları, 2011.
- Özerkan, Şengül. **Medya Dil ve İletişim**, 1.Basım, İstanbul: Martı Yayınevi, 2001.
- Poyraz, Bedriye. **Haber ve Haber Programlarında İdeoloji ve Gerçeklik**, 1.Basım, Ankara: Ütopya Yayınları, 2002.
- Rigel, Nurdoğan. **İleti Tasarımında Haber**, 1.Basım, İstanbul: Der Yayınları, 2000.
- Sancar, Serpil. **İdeolojinin Serüveni- Yanlış Bilinç ve Hegemonyadan Söyleme**, 3.Baskı, Ankara: İmge Kitabevi, 2008.
- Sanlav, Ümit. **Sosyal Medya Savaşları**, 1. Basım, İstanbul Hayat Yayınları, 2014.
- Sayar, Kemal ve Alperen Manisalıgil, **Merhamet Devrimi**, 1.Basım, İstanbul: Timaş Yayınları, 2015.
- Schneider, Wolf ve Paul Josef Raue, **Gazetecinin El Kitabı**, Işık Aygün (Çev.). Ankara: Konrad Adenauer Vakfı, 2000.

- Shoemaker Pamela J. & Vos Timothy Gatekeeping Theory, Routledge, 2009.
- Sözen, Edibe. **Medyatik Hafıza**, 1.Baskı, İstanbul, Timaş Yayınları, 1997.
- Şahin, Haluk. **İletişimde Karavanadan Kafeteryaya**, 1.Basım, İstanbul: Dünya Kitapları, 2004.
- Talu, Umur. **Dipsiz Medya**, 1.Basım, İstanbul: İletişim Yayınları, 2000.
- Tokgöz, Oya. **Temel Gazetecilik**, 1.Basım, Ankara: İmge Kitabevi, 1994.
- Tokmakoğlu, B. “Gazetecilikte Haber Yapım Süreci, Eşik Bekçiliği Ve Mesleki Sorumluluk”, Milliyet Blog, 2008, (05 Haziran 2016).
- Törenli, Nurcan. **Bilişim Teknolojileri Temelinde Haber Medyasının Yeniden Biçimlenişi: Yeni Medya- Yeni İletişim Ortamı**, Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları, 2005.
- Ulus, Selma. “Haber Söyleminde Dönüştürülen Hakikat; Yoksullukla Kuşatılmış Çocukların Medyada Temsillerinin İki Örnek Haberle Eleştirel Karşılaştırılması”, **Medya Mercek Altında**, Nesrin Tan Akbulut- Elif Eda Balkaş (dr1), İstanbul: Beta Basım, 2006.
- Uzun, Ruhdan. **İletişim Etiği Sorunlar Ve Sorumluluklar**, 1.Basım, Ankara: Dipnot Yayınları, 2009.
- Vasseur, Ferdinand. **Geleceğin Medyaları**, 1.Basım, İstanbul: İletişim Yayınları, 1993.
- Yamamoto, Gonca ve Özgür Karamanlı, **Sosyal Medya ve Blog**, 1.Basım, İstanbul: Kriter Yayınları, 2014.