



İSTANBUL AYDIN ÜNİVERSİTESİ

İLETİŞİM ÇALIŞMALARI DERGİSİ

MAYIS 2026

ISSN : 2149-486X

e - ISSN : 2717-8617

ÇİLT 12 SAYI 2

Genel DOI : 10.17932/IAU.ICD.2015.006

Cilt 12 Sayı 2 DOI : 10.17932/IAU.ICD.2015.006/2026.1202

İlişim

<https://icd.aydin.edu.tr/tr/2026-mayis-cilt-12-sayi-2/>

Editör

Doç. Dr. Veli BOZTEPE

Editör Yardımcısı

Arş. Gör. Meltem BAŞARAN

icd.aydin.edu.tr

İstanbul Aydın Üniversitesi / İstanbul Aydın University
İletişim Çalışmaları Dergisi / The Journal of Communication Studies

ISSN : 2149-486X e-ISSN : 2717-8617

Sahibi/Proprietor
Prof. Dr. Mustafa AYDIN

Yazı İşleri Müdürü/Editor-in-Chief
Zeynep AKYAR

Editör/Editor
Doç. Dr. Veli BOZTEPE

Editör Yardımcısı/Assistant Editor
Arş. Gör. Meltem BAŞARAN

Yayın Kurulu/Editorial Board
Prof. Dr. Cem S. SÜTCÜ
Prof. Dr. Özer KANBUROĞLU
Prof. Dr. Okan ORMANLI

Dil/Language
Türkçe & İngilizce/Turkish & English

Yayın Periyodu/Publication Period
Yılda Üç sayı: Ocak, Mayıs, Eylül
Published three times a year: January, May,
September

Akademik Çalışmalar Koordinasyon Ofisi
Academic Studies Coordination Office (ASCO)

İdari Koordinatör/Administrative
Coordinatör
Dr. Öğr. Üyesi Burak SÖNMEZER

Türkçe Redaksiyon/ Turkish Redaction
Arş. Gör. Meltem BAŞARAN

İngilizce Redaksiyon/English Redaction
Arş. Gör. Meltem BAŞARAN

Grafik Tasarım/Graphic Desing
Başak GÜNDÜZ

Yazışma Adresi/Correspondence Address
Beşyol Mahallesi, İnönü Caddesi, No: 38
Sefaköy, 34295 Küçükçekmece/İstanbul
Tel: 0212 444 1 428
Fax: 0212 425 57 97
Web: icd.aydin.edu.tr
E-posta: icd@aydin.edu.tr
Dergipark: dergipark.org.tr/tr/pub/icd

Baskı/Printed by
Levent Baskı Merkezi
Sertifika No: 35983
Emniyetevler Mahallesi Yeniçeri Sokak
No:6/A
4.Levent / İstanbul, Türkiye
Tel: 0212 270 80 70
E-mail: info@leventbaskimerkezi.com

BİLİM (DANIŞMA) KURULU / EDITORIAL BOARD

- Prof. Dr. Hülya YENGİN**, İstanbul Aydın Üniversitesi, İletişim Fakültesi
Prof. Dr. Ali BAYRAKTAROĞLU, Trakya Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi
Prof. Dr. Aysel AZİZ, Yeniüzyıl Üniversitesi, İletişim Fakültesi
Prof. Dr. Suat GEZGİN, Yeditepe Üniversitesi, Avrupa Çalışmaları Enstitüsü
Prof. Dr. Cem S. SÜTCÜ, Marmara Üniversitesi, İletişim Fakültesi
Prof. Dr. Ruken ÖZTÜRK, Ankara Üniversitesi, İletişim Fakültesi

İstanbul Aydın Üniversitesi / İstanbul Aydın University
İletişim Çalışmaları Dergisi / The Journal of Communication Studies
ISSN : 2149-486X e-ISSN : 2717-8617 CİLT 12 SAYI 2 MAYIS 2026

HAKEM KURULU

Prof. Dr. Emine Özden CANKAYA

Prof. Dr. Özer KANBUROĞLU, İstanbul Aydın Üniversitesi, İletişim Fakültesi

Prof. Dr. Deniz YENGIN, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, İletişim Fakültesi

Prof. Dr. Battal ODABAŞ, Giresun Üniversitesi, İletişim Fakültesi

Prof. Dr. Neşe KARS, İstanbul Üniversitesi, İletişim Fakültesi

Prof. Dr. Murat ÖZGEN, İstanbul Üniversitesi, İletişim Fakültesi

Prof. Dr. Belkis ULUSOY NALCIOĞLU, İstanbul Üniversitesi, İletişim Fakültesi

Prof. Dr. Aslı YAPAR GÖNENÇ, İstanbul Üniversitesi, İletişim Fakültesi

Prof. Dr. Seda ÇAKAR MENGÜ, İstanbul Üniversitesi, İletişim Fakültesi

Prof. Dr. Simber ATAY ESKİER, Dokuz Eylül Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi

Prof. Dr. Müge ELDEN POGUN, Ege Üniversitesi, İletişim Fakültesi

Prof. Dr. Ebru ÖZGEN, Marmara Üniversitesi, İletişim Fakültesi

Prof. Dr. Ahmet KALENDER, Selçuk Üniversitesi, İletişim Fakültesi

Prof. Dr. Mine SARAN, Ege Üniversitesi, İletişim Fakültesi

Prof. Dr. Erol Nezih ORHON, Anadolu Üniversitesi, İletişim Bilimleri Fakültesi

Prof. Dr. Emel KARAYEL BİLBİL, Marmara Üniversitesi, İletişim Fakültesi

Prof. Dr. Tevhide Serra GÖRPE, Zayed University

Prof. Dr. Ayhan Oğuz ÜNLÜER, Uşak Üniversitesi, İletişim Fakültesi

Prof. Dr. Emine Nilüfer PEMBECİOĞLU, İstanbul Üniversitesi, İletişim Fakültesi

Prof. Dr. Erkan YÜKSEL, Anadolu Üniversitesi, İletişim Fakültesi

Prof. Dr. Suat GEZGİN, Yeditepe Üniversitesi, Avrupa Çalışmaları Enstitüsü

Prof. Dr. R. Ayhan YILMAZ, Anadolu Üniversitesi, İletişim Fakültesi

Prof. Dr. Hamid VELİYEV, Bakü Devlet Üniversitesi, Azerbaycan

Prof. Dr. Mehmet ALXAN, Bakü Devlet Üniversitesi, Azerbaycan

Prof. Dr. Fiona CREAM, Universidad San Jorge, Spain

Prof. Dr. Cem Sefa SÜTCÜ, Marmara Üniversitesi, İletişim Fakültesi

Prof. Dr. Necmi Emel DİLMEN, Marmara Üniversitesi, İletişim Fakültesi

Prof. Sefa ÇELİKŞAP, İstanbul Aydın Üniversitesi, İletişim Fakültesi

Prof. Dr. Okan ORMANLI, İstanbul Aydın Üniversitesi, İletişim Fakültesi

Prof. Dr. Tolga KARA, Marmara Üniversitesi, İletişim Fakültesi

Prof. Dr. Nilüfer SEZER, İstanbul Üniversitesi, İletişim Fakültesi

Prof. Dr. Nilay ULUSOY, Bahçeşehir Üniversitesi, İletişim Fakültesi

Doç. Dr. Deniz AKBULUT, İstanbul Aydın Üniversitesi, İletişim Fakültesi

Doç. Dr. Mustafa SAMİ MENCET, Akdeniz Üniversitesi, İletişim Fakültesi

Doç. Dr. Nebahat AKGÜN ÇOMAK, Galatasaray Üniversitesi, İletişim Fakültesi

Doç. Dr. Elgiz YILMAZ ALTUNTAŞ, Galatasaray Üniversitesi, İletişim Fakültesi

Doç. Dr. Hale TORUN, İstanbul Aydın Üniversitesi, İletişim Fakültesi

Doç. Dr. Ayten ÖVÜR, İstanbul Aydın Üniversitesi, İletişim Fakültesi

Doç. Dr. Umur BEDİR, İstanbul Aydın Üniversitesi, İletişim Fakültesi

Doç. Dr. Aybike ÖZEL, Kocaeli Üniversitesi, İletişim Fakültesi

Doç. Dr. Neşe KAPLAN, Marmara Üniversitesi, İletişim Fakültesi

Doç. Dr. Vuqar ZİFEROĞLU, Bakü Devlet Üniversitesi, Azerbaycan

Doç. Dr. Hatice Hale BOZKURT, Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, İletişim Fakültesi

Doç. Dr. Çiğdem AYTEKİN, Marmara Üniversitesi, İletişim Fakültesi

Doç. Dr. Ayda UZUNÇARŞILI SOYDAŞ, İstanbul Üniversitesi, İletişim Fakültesi

Doç. Dr. Şebnem GÜRSOY ULUSOY, İstanbul Gelişim Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Fakültesi

Doç. Dr. Gönül CENGİZ, Başkent Üniversitesi, Güzel Sanatlar, Tasarım ve Mimarlık Fakültesi

Doç. Dr. Nur Emine KOÇ, İstanbul Aydın Üniversitesi, İletişim Fakültesi
Doç. Dr. Bilgen AYDIN SEVİM, Sakarya Üniversitesi, Sanat, Tasarım ve Mimarlık Fakültesi
Doç. Dr. Umur BEDİR, İstanbul Aydın Üniversitesi, İletişim Fakültesi
Doç. Dr. Gülsün BOZKURT, Nişantaşı Üniversitesi, İktisadi, İdari ve Sosyal Bilimler Fakültesi
Doç. Dr. Mert GÜRER, Kocaeli Üniversitesi, İletişim Fakültesi
Dr. Fatih GÖKSU, Rotterdam Erasmus University, The Netherlands
Dr. Elena BANCIU, Ecological University of Bucharest, Romania
Dr. Öğr. Üyesi Özkan AVCI, Bartın Üniversitesi, Bartın Meslek Yüksekokulu
Dr. Öğr. Üyesi Deniz KURTYILMAZ, Giresun Üniversitesi, İletişim Fakültesi
Dr. Öğr. Üyesi Cem YILDIRIM, İstanbul Ayvansaray Üniversitesi, Güzel Sanatlar, Tasarım ve Mimarlık Fakültesi
Dr. Öğr. Üyesi Begümhan GÖKTÜRK, İstanbul Arel Üniversitesi, İletişim Fakültesi
Dr. Öğr. Üyesi Gonca YILDIRIM, İstanbul Aydın Üniversitesi, İletişim Fakültesi
Dr. Öğr. Üyesi Fatma NAZLI KÖKSAL, İstanbul Aydın Üniversitesi, İletişim Fakültesi
Dr. Öğr. Üyesi Gözde SUNAL, İstanbul Ticaret Üniversitesi, İletişim Fakültesi
Dr. Öğr. Üyesi Gamze Nil ARKAN, Fenerbahçe Üniversitesi, İletişim Fakültesi
Dr. Öğr. Üyesi Mustafa Cebrail SADAĞOĞLU, İstanbul Aydın Üniversitesi, İletişim Fakültesi
Dr. Öğr. Üyesi Mustafa ÖZTUNÇ, Sakarya Üniversitesi, İletişim Fakültesi
Dr. Öğr. Üyesi Tamer BAYRAK, Çanakkale On Sekiz Mart Üniversitesi, İletişim Fakültesi
Dr. Öğr. Üyesi Burhan KILIÇ, İstanbul Aydın Üniversitesi, İletişim Fakültesi
Dr. Öğr. Üyesi İlkay Burak TAŞKIRAN, İstanbul Aydın Üniversitesi, İletişim Fakültesi
Dr. Öğr. Üyesi Adem AYTEN, İstanbul Gedik Üniversitesi, MYO
Dr. Öğr. Üyesi Buket AKDEMİR DİLEK, Hasan Kalyoncu Üniversitesi, İletişim Fakültesi
Dr. Öğr. Üyesi Emre DAŞAR, Amasya Üniversitesi, MYO
Dr. Öğr. Üyesi Hakan BAKAR, Iğdır Üniversitesi, MYO
Dr. Öğr. Üyesi Alper ÖNEN, Nişantaşı Üniversitesi, İktisadi, İdari ve Sosyal Bilimler Fakültesi
Arş. Gör. Dr. Ayşe Uğur BALCI, Hacı Bayram Veli Üniversitesi, İletişim Fakültesi
Öğr. Gör. Tuğba Çedikçi FENER, İstanbul Kültür Üniversitesi MYO
Öğr. Gör. Olcay HOLAT, Ege Üniversitesi
Öğr. Gör. Ceren PARÇAL, İstanbul Nişantaşı Üniversitesi, MYO

İLETİŞİM ÇALIŞMALARI DERGİSİ (İCD)

(ISSN: 2149-486X) - (E-ISSN: 2717-8617)

Odak ve Kapsam

İletişim Çalışmaları Dergisi, bilimin rehberliğinde dünyaya açılmak, içinde bulunduğu topluma ulaşabilmek, onların değişen ve gelişen taleplerine öncülük etmek için araştırmacıların özün bilimsel makalelerini uluslararası yayıncılık ilkeleri doğrultusunda yayımlamak amacını güder. İletişim Çalışmaları Dergisi, İstanbul Aydın Üniversitesi İletişim Fakültesi'nin yayın organıdır. Çeşitli konularda özgün Türkçe ve İngilizce bilimsel makalelerin yayımlandığı bir süreli yayındır. İletişim Çalışmaları Dergisi hakemli bir dergidir ve 2015 yılından beri yayımlanmaktadır. İletişim Çalışmaları Dergisinde (İCD); gazetecilik, halkla ilişkiler, pazarlama iletişimi, reklam çalışmaları, radyo televizyon programcılığı, radyo televizyon haberciliği, film çalışmaları, görsel iletişim tasarımı, uygulamalı iletişim, yeni (dijital) medya, siyasal iletişim, kültürlerarası iletişim, iletişim ve kültür ve bunun gibi iletişim bilimlerdeki ilgili alanlardaki bilimsel çalışmalar kapsamında eserler yayınlanmaktadır.

İndeks ve Özet Bilgisi

Dergipark

Asos

Yayıncı

İstanbul Aydın Üniversitesi, Türkiye

Değerlendirme Süreci

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

Yayın Sıklığı

İletişim Çalışmaları Dergisi Ocak, Mayıs ve Eylül olmak üzere yılda 3 kez yayımlanır. Yazarlar istediği zaman makalesini gönderebilir. Değerlendirme süreci tamamlanan makaleler geliş tarihi dikkate alınarak yayımlanır.

Açık Erişim Politikası

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

Yayın Ücreti

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

Araştırma ve Yayın Etiği İlkeleri

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

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

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

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

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

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

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

İntihal Politikası

Gönderilen tüm makaleler kontrol taramasından geçmek zorundadır ve iThenticate ve/veya Turnitin (Advanced Plagiarism Detection Software) aracılığıyla kontrol edilmektedir.

Makalelerinizi taslak makaleye göre düzenleyip benzerlik raporuyla birlikte göndermeniz gerekmektedir. Benzerlik rapor oranı %15'in üzerinde olan makaleler kabul edilmeyecektir.

Telif Hakkı

Telif hakkı; bilimsel olarak hazırlanmış makalelerin ayrıntılı bir şekilde korunmasını amaçlar. Yazarın haklarını korumak ve yeniden basma ya da yayınlanan araştırmanın diğer kullanım izinlerini düzenlemek için İCD, yazarların makalelerini yayınlanmaya hazır olduğunda tüm haklarını imzalamaları gereken bir telif hakkı formuna sahiptir. İCD, yazarların telif hakkını kısıtlama olmaksızın kullanmalarına izin verir ve yayınlama haklarını kısıtlama olmadan saklar. Gönderilen kağıtların patent veya patent başvurusu ile korunmayan hiçbir özel materyal içermediği varsayılmıştır. Teknik içeriğe ve tescilli materyalin korunmasına ilişkin sorumluluk yalnızca yazara ve kurumlara aittir ve İCD veya Yayın Kurulunun sorumluluğunda değildir. Başlıca yazar, makalenin diğer tüm yazarlar tarafından görülmesini sağlamaktan sorumludur. Gönderilmeden önce makalede telif hakkıyla korunan materyallerin kullanımı için gerekli tüm telif hakkı izinlerini almak yazarın sorumluluğundadır.

Yazar Hakları

Yetki olarak haklarınızı belirlemek için gönderdiğiniz veya yayınladığınız derginin politikasını kontrol etmeniz önemlidir. İCD'nin standart politikaları aşağıdaki yeniden kullanım haklarına izin verir:

İCD; makalelerin yazarlar tarafından telif hakkı kısıtlaması olmaksızın kullanılmasına izin verir. Yayınlanan makaleyi, kendi eğitim ihtiyaçlarınız için veya araştırma kaynağınıza, bu arzın ticari amaçlarla kullanılmaması koşuluyla bireysel olarak sağlamak için kullanabilirsiniz. Yayınlanan makaleyi İCD'nin izni olmadan bir web sitesinde yayınlamayamazsınız.

İCD'nin Ana Konuları

Medya Çalışmaları
Gazetecilik
Halkla İlişkiler
Pazarlama İletişimi
Reklam Çalışmaları
Dijital Kültür
İletişim Çalışmaları
Radyo Televizyon Programcılığı
Radyo Televizyon Haberciliği
Film Çalışmaları
Sağlık İletişimi
Görsel İletişim Tasarımı
Uygulamalı İletişim
Yeni (Dijital) Medya
Televizyon ve Sinema
Siyasal İletişim
Kültürlerarası İletişim
İletişim ve Kültür

Yayın Dili

Türkçe ve İngilizce

Makale Gönderimi

Makale gönderimi dergipark üzerinden <https://dergipark.org.tr/tr/pub/icd> adresine gönderilmelidir.

İletişim

İstanbul Aydın Üniversitesi

İstanbul – Turkey

e-mail: icd@aydin.edu.tr

Tel: +90212 4441428 –

THE JOURNAL OF COMMUNICATION STUDIES (İCD)
(ISSN: 2149-486X)(E-ISSN: 2717-8617)

Focus and Scope

The aim of the Journal of Communication Studies is to create a source for academics and scientists who are doing research in the media, and communication studies that feature formally well-written quality works. And also create a source that will contribute and help developing the fields of study. Accordingly, the Journal of Communication Studies' intentions are on publishing articles and scientific Works, guided by a scientific quality sensibility. In this context, the Journal of Communication Studies is qualified as a national peer-reviewed journal published in April and in October twice a year. The Journal of Communication Studies is a publication organ of Istanbul Aydın University Faculty of Communication. The Journal of Communication Studies is a peer-reviewed journal that publishes articles both in Turkish and English since 2015. Articles in fields such as media, studies, journalism, public relations, marketing communication, advertisement studies, digital culture, communication studies, radio and television studies, broadcast, film studies, health communications, visual communication, applied studies, new media, television and cinema, political communication, intercultural communication, communication and culture are published in The Journal of Communication Studies.

Index

Dergipark, Asos

Publisher

İstanbul Aydın University, TURKEY

Peer Review Process

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

Publishing Period

The Journal of Communication Studies is published three times a year in January, May and September. Authors can send their articles at any time. The articles

whose evaluation process is completed are published taking into consideration the arrival date.

Open Access Policy

The Journal of Communication Studies adopted a policy of providing open access. This is an open access journal which means that all content is freely available without charge to the user or his/her institution. Users are allowed to read, download, copy, distribute, print, search, or link to the full texts of the articles in this journal without asking prior permission from the publisher or the author. This is in accordance with the BOAI definition of open access.

Publication Charge

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

Principles of Research and Publication Ethics

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

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

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

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

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

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

f) Authorship: Neither the inclusion of people who do not contribute to the research nor not to include people who have contributed is accepted within the scope of unfair writing. All authors should have contributed sufficiently to the planning, design, data collection, analysis, evaluation, preparation of the research and finalization of the research.

Plagiarism Policy

The Journal of Communication Studies requires all authors to adhere to the ethical standards as prescribed by the Committee on Publication Ethics (COPE) which take privacy issues seriously and is committed to protect your personal information

Articles must be prepared according to the draft article and sent together with similarity report. Articles with more than 15% similarity rate will not be accepted.

Copyright

The journal allows the author(s) to hold the copyright without restrictions and will retain publishing rights without restrictions. The submitted papers are assumed to contain no proprietary material unprotected by patent or patent application. The authors have responsibility for technical content and protection of proprietary materials solely with the author(s) and their organizations and the author is not responsible for the Journal of Communication Studies or its Editorial Staff. The main (first/corresponding) author is responsible for ensuring that the article has been seen and approved by all the other authors. It is the authors' responsibility to obtain all necessary copyright permissions of release for the use of any copyrighted materials stated in the manuscript prior to the submission.

The Rights of the Author

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

The journal allows the author(s) to hold the copyright without restrictions. The journal allow the author(s) to obtain publishing rights without restrictions. You may use the published article for your own teaching needs or to supply on an individual basis to research colleagues, provided that such supply is not for commercial purposes. You may not post the published article on a website without permission from ASD.

Main Topics of the Journal of Communication Studies

Media Studies
Journalism
Public relations
Marketing Communication
Advertisement Studies
Digital Culture
Communication Studies
Radio and Television Studies
Broadcast
Film Studies
Health Communications
Visual Communication
Applied Studies
New Media
Television and Cinema
Political Communication
Intercultural Communication
Communication and Culture

Publication Language of the Journal of Communication Studies

Turkish and English

Article Submission

Manuscripts should be sent to dergipark <https://dergipark.org.tr/tr/pub/icd>

Contact

İstanbul Aydın University

İstanbul – Turkey

e-mail: icd@aydin.edu.tr

Tel: +90212 4441428 –

İSTANBUL AYDIN ÜNİVERSİTESİ İLETİŞİM ÇALIŞMALARI DERGİSİ

ISSN : 2149-486X e - ISSN : 2717-8617 CİLT 12 SAYI 2 MAYIS 2026

İçindekiler - Contents

Araştırma Makalesi / Research Article

- ŞANLIURFA YEREL MEDYASINDA YAPAY ZEKÂ KULLANIMI: HABER ÜRETİMİNDE DÖNÜŞÜM, FIRSATLAR VE RİSKLER**
THE USE OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN LOCAL MEDIA IN ŞANLIURFA: TRANSFORMATION, OPPORTUNITIES AND RISKS IN NEWS PRODUCTION
Ferhat KAÇAR, Orhan KAYA..... 107
- TRT ARAPÇA'NIN FASLI İZLEYİCİLER ÜZERİNDE TÜRKİYE'NİN ÜLKE İMAJINI ŞEKİLLENDİRMEDEKİ ROLÜ**
THE ROLE OF TRT ARABİC İN SHAPİNG MOROCCO'S PERCEPTION OF TURKEY'S COUNTRY IMAGE
Khadija EL MADDAH..... 141
- ELEŞTİREL TEORİ VE TEKNOLOJİK DETERMİNİZMİN İZİNDE SOSYAL MEDYA YAKLAŞIMLARINA İLİŞKİN ELEŞTİREL DEĞERLENDİRME (DERLEME)**
A CRITICAL REVIEW OF SOCIAL MEDIA APPROACHES OF CRITICAL THEORY AND TECHNOLOGICAL DETERMINİSİM
Mustafa ÇÖLLÜOĞLU..... 157
- KÜRESEL YAPTIRIMLARIN MEDYA SÖYLEMİ: BATI BASININDA İDEOLOJİK ÇERÇEVELEME PRATİKLERİ**
GLOBAL SANCTIONS AND MEDIA DISCOURSE: IDEOLOGICAL FRAMING PRACTICES IN THE WESTERN PRESS
Yılmaz KAM..... 189
- Z KUŞAĞI KADINLARININ KARŞILAŞTIKLARI SİBER ZORBALIK DENEYİMLERİ VE GÜNDELİK YAŞAMLARINA OLAN ETKİLERİNİN TOPLUMSAL CİNSİYET BAĞLAMINDA İNCELENMESİ: BOLU İLİ ÖRNEĞİ**
AN INVESTIGATION OF CYBERBULLYING EXPERIENCES FACE BY GENERATION Z WOMEN AND THEIR IMPACT ON DAILY LIVES IN THE CONTEXT OF GENDER: THE CASES OF BOLU PROVINCE
Zeynep KÜÇÜKYAKICI, İbrahim BİRİ..... 215

İstanbul Aydın Üniversitesi İletişim Çalışmaları Dergisi

ISSN: 2149 - 486X e - ISSN: 2717-8617

Cilt 12 Sayı 2 Mayıs - 2026

GENEL DOI: 10.17932/IAU.ICD.2016.006

İCD CİLT 12 SAYI 2 DOI: 10.17932/IAU.ICD.2015.006/2026.1202

İLİŞİM: <https://icd.aydin.edu.tr/tr/2026-mayis-cilt-12-sayi-2/>

İCD MAYIS 2026 DOI NUMARALARI

Araştırma Makalesi / Research Article

ŞANLIURFA YEREL MEDYASINDA YAPAY ZEKÂ KULLANIMI: HABER ÜRETİMİNDE DÖNÜŞÜM, FIRSATLAR VE RİSKLER

THE USE OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN LOCAL MEDIA IN ŞANLIURFA: TRANSFORMATION, OPPORTUNITIES AND RISKS IN NEWS PRODUCTION

Ferhat KAÇAR, Orhan KAYA

10.17932/IAU.ICD.2015.006/icd_v012i2001

TRT ARAPÇA'NIN FASLI İZLEYİCİLER ÜZERİNDE TÜRKİYE'NİN ÜLKE İMAJINI ŞEKİLLENDİRMEDEKİ ROLÜ

THE ROLE OF TRT ARABIC IN SHAPING MOROCCO'S PERCEPTION OF TURKEY'S COUNTRY IMAGE

Khadija EL MADDAH

10.17932/IAU.ICD.2015.006/icd_v012i2002

ELEŞTİREL TEORİ VE TEKNOLOJİK DETERMİNİZMİN İZİNDE SOSYAL MEDYA YAKLAŞIMLARINA İLİŞKİN ELEŞTİREL DEĞERLENDİRME (DERLEME)

A CRITICAL REVIEW OF SOCIAL MEDIA APPROACHES OF CRITICAL THEORY AND TECHNOLOGICAL DETERMINISM

Mustafa ÇÖLLÜOĞLU

10.17932/IAU.ICD.2015.006/icd_v012i2003

KÜRESEL YAPTIRIMLARIN MEDYA SÖYLEMİ: BATI BASININDA İDEOLOJİK ÇERÇEVELEME PRATİKLERİ

GLOBAL SANCTIONS AND MEDIA DISCOURSE: IDEOLOGICAL FRAMING PRACTICES IN THE WESTERN PRESS

Yılmaz KAM

10.17932/IAU.ICD.2015.006/icd_v012i2004

Z KUŞAĞI KADINLARININ KARŞILAŞTIKLARI SİBER ZORBALIK DENEYİMLERİ VE GÜNDELİK YAŞAMLARINA OLAN ETKİLERİNİN TOPLUMSAL CİNSİYET BAĞLAMINDA İNCELENMESİ: BOLU İLİ ÖRNEĞİ

AN INVESTIGATION OF CYBERBULLYING EXPERIENCES FACE BY GENERATION Z WOMEN AND THEIR IMPACT ON DAILY LIVES IN THE CONTEXT OF GENDER: THE CASES OF BOLU PROVINCE

Zeynep KÜÇÜKYAKICI, İbrahim BİRİ

10.17932/IAU.ICD.2015.006/icd_v012i2005

EDİTÖRDEN

Sevgili İletişim Çalışmaları Dergisi Okuyucuları,

ICD'nin Mayıs 2026 Cilt 12 Sayı 2 yayınımlarını sizlerle paylaşmaktan mutluluk duyuyoruz. Dergimizin yayınlanan bu sayısında detaylı ve şeffaf hakem süreci sonrasında kabul edilen toplam 7 yazarın 5 araştırma makalesi bulunmaktadır. Sevgili okurlar, daha detaylı bilgi almak, öneri ve görüşleriniz paylaşmak ya da eserlerinizi yayımlatmak için gönderimlerinizi lütfen aşağıdaki e-posta adresine iletin. Bizlere meltembasaran1@aydin.edu.tr adresinden ulaşabilirsiniz. İletişimde kalmak ve bir sonraki sayımızda buluşmak umudu ile.

Saygılarımla.

Doç. Dr. Veli BOZTEPE

İstanbul Aydın Üniversitesi

Florya Kampüsü 34295

İstanbul, TÜRKİYE

Tel: +90 212 4441428

e-mail: veliboztepe@aydin.edu.tr

URL: <http://icd.aydin.edu.tr>

ŞANLIURFA YEREL MEDYASINDA YAPAY ZEKÂ KULLANIMI: HABER ÜRETİMİNDE DÖNÜŞÜM, FIRSATLAR VE RİSKLER

Ferhat KAÇAR

kacarferhat@harran.edu.tr

Harran Üniversitesi, Türkiye

<https://orcid.org/0000-0003-4053-7163>

Orhan KAYA

Harran Üniversitesi, Türkiye

orhanincirli63@gmail.com

<https://orcid.org/0009-0009-9489-5346>

<i>Atf</i>	Kaçar, F., Kaya, O. (2026) ŞANLIURFA YEREL MEDYASINDA YAPAY ZEKÂ KULLANIMI: HABER ÜRETİMİNDE DÖNÜŞÜM, FIRSATLAR VE RİSKLER. <i>İletişim Çalışmaları Dergisi</i> , 12 (2), 107-140.
------------	--

Geliş tarihi / Received: 02.02.2026

Kabul tarihi / Accepted: 13.05.2026

DOI: 10.17932/IAU.ICD.2015.006/icd_v012i2001

ÖZ

Son dönemde üretken yapay zekâ (ÜYZ) yaşamın birçok alanında yaygınlaşırken, gazetecilerin haber üretim süreçlerindeki rolü ve etkisinin nasıl şekilleneceği önemli bir tartışma konusu hâline gelmiştir. Dolayısıyla ÜYZ'nin medya süreçlerinde kullanılmasıyla ilgili bazı araştırmalar yapılmasına rağmen yerel medyada ÜYZ'nin kullanımına ilişkin medya mensuplarının deneyimleri büyük ölçüde araştırılmamıştır. Bu çalışmanın amacı yerel medya kuruluşlarında çalışanların ÜYZ'yi hangi ölçüde kullandığını, bunun avantaj, dezavantaj ve mesleki risklerine ilişkin deneyimlerini ortaya koymaktır. Bu doğrultuda Şanlıurfa yerel medya kuruluşlarında çalışan toplam 26 kişi ile yarı yapılandırılmış görüşme yapılmıştır. Veriler MAXQDA 24 programıyla kodlanmış ve kodlara ilişkin haritalar elde edilmiştir. Elde edilen bulgulara göre; ÜYZ'nin yerel medyada gazetecilerin uzmanlık alanlarını yeniden şekillendireceği bunun yanında gazetecilikte insani dokunuşun devam edeceği yönünde geniş bir kanı oluşmuştur. Yerel medya çalışanlarının ÜYZ'nin hız, pratiklik ve veri hazırlama gibi işlevlerini kabul etmekle beraber, yerel medya üretimlerinin güvenilirliği ve mesleğe ilişkin iş kaybı konusunda endişelerinin olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca yerel medya çalışanları, gazetecilik kimliğinde yaşanan değer ve mesleğin anlam kaybına dikkat çekmiş-

tir. Bununla birlikte etik, empati, insani duyarlılık ve yaratıcılık gibi insana özgü niteliklerin yapay zekânın sınırlarını aştığı özellikle vurgulanmıştır. Sonuç olarak bu çalışma, yerel medyada ÜYZ kullanımının medya çalışanları ve gazeteciler üzerindeki etkilerini ortaya koymakta ve yapay zekânın mesleki pratikleri nasıl dönüştürdüğüne ilişkin bir çerçeve sunmaktadır. Ayrıca bu dönüşümün, medya çalışanlarının geleceğe yönelik çok boyutlu zorluklarının daha iyi anlaşılmasına katkı sağladığı düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: *Üretken Yapay Zekâ, Yerel Medya, Fenomenoloji, Nitel Araştırma, Gazetecilik*

THE USE OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN LOCAL MEDIA IN ŞANLIURFA: TRANSFORMATION, OPPORTUNITIES AND RISKS IN NEWS PRODUCTION

ABSTRACT

As generative artificial intelligence (GAI) has become increasingly widespread in many areas of life in recent times, the question of how journalists' role and influence in news production processes will evolve has become a major topic of debate. In addition, although some studies have been conducted on the use of GAI in media processes, the experiences of media members regarding the use of GAI in local media have not been investigated to a great extent. The aim of this study is to reveal the extent to which employees in local media organisations use the use of GAI and their experiences regarding its advantages, disadvantages and occupational risks. In this direction, semi-structured interviews were conducted with a total of 26 people working in Şanlıurfa local media organisations. The data were coded with MAXQDA 24 programme and maps related to the codes were obtained. According to the findings, there was a broad consensus that GAI will reshape the areas of expertise of journalists in local media, but the human touch in journalism will continue. Although local media employees recognise the functions of the GAI such as speed, practicality and data preparation, it was concluded that they have concerns about the reliability of local media productions and job loss related to the profession. In addition, local media employees drew attention to the erosion of journalistic identity and the loss of meaning in the profession. However, it was emphasised that human qualities such as ethics, empathy, human sensitivity and creativity are beyond the limits of artificial intelligence. In conclusion, this study highlights the impact of AI use in the local media on media professionals and journalists, and provides a framework for understanding how artificial intelligence is transforming professional practices. It is also believed

that this transformation contributes to a better understanding of the multifaceted challenges facing media professionals in the future.

Keywords: *Generative Artificial Intelligence, Local Media, Phenomenology, Qualitative Research, Journalism*

GİRİŞ

Gelişen iletişim teknolojileriyle birlikte insanlar ve makineler arasındaki iletişimin niteliği değişmiş; insanların yerini kısmen alabilen, düşünebilen ve birçok alanda çeşitli uygulamaları yerine getiren ya da gelecekte getirmesi beklenen yapay zekâ sistemleri giderek yaygınlaşmıştır. Son yıllarda, ÜYZ teknolojilerinin gazetecilik ve medya üretimine entegrasyonu, bilginin toplanma, üretilme ve yayılma biçimi, hızlı bir şekilde küresel dönüşüme yol açmıştır (de-Lima-Santos & Ceron, 2022). Medya kuruluşları, bu dijital çağda hayatta kalmak ve gelişmelere ayak uydurmak için yapay zeka uygulamalarını gazetecilik mesleğinde kullanmak zorunda kalmıştır (Munoriyarwa vd., 2023; Zhang, 2025). Son yıllarda ÜYZ'nin giderek daha fazla ilgi görmesi (Mahony & Chen, 2024) beraberinde yeni sorunlar getirmektedir. Bu sorunlardan en önemlisi ÜYZ ile üretilen haberlerin, gazetecilerin otoritesini kısmen veya tamamen yeni aktörlere teslim edecek olmasıdır (Gül, 2024). Ayrıca ÜYZ'nin kullanımı gazetecilik mesleğine yönelik birtakım etik sorunlar ve özellikle işsizlik kaygısını da beraberinde getirmektedir. Bu nedenle ÜYZ'nin medya sektöründe hangi alanlarda ve nasıl kullanıldığı, yerel gazeteciliğin gelecekteki dönüşümünde nasıl bir rol oynayacağı, medya çalışanlarının bu süreçten nasıl etkileneceği ile habercilik açısından sunduğu avantajlar ve gazetecilik mesleğinin geleceğine ilişkin olası riskler de bu çalışmanın temel sorunsalını oluşturmaktadır.

Son dönemde yapılan bazı çalışmalar, ÜYZ'nin meslek profesyonellerinin yerini almaya başladığını göstermektedir. Örneğin Çin'in Xinhua Haber Ajansı, insana benzeyen dijital bir kopyadan oluşan dünyanın ilk yapay zekâ haber spikerini geliştirmiştir (García-Marín vd., 2022). Bu tür gelişmeler, gazeteciliğin geleceğini daha tartışmalı hâle getirmektedir. Dolayısıyla ÜYZ'nin sunduğu çeşitli avantajların yanı sıra, medya çalışanlarının gelecekteki mesleki konumlarına ilişkin kaygı ve korkularının da arttığı görülmektedir (Cools & Diakopoulos, 2024). Öte yandan ÜYZ, iş gücünün niteliğini azaltabilecek ve gazeteciliğin temel normları arasında yer alan doğruluk ile özgünlüğü aşındırabilecek varoluşsal bir tehdit olarak da değerlendirilmektedir (Munoriyarwa & Chiumbu, 2023). Son yıllarda dünyanın farklı bölgelerinde gerçekleştirilen çalışmalar da bu durumu somut biçimde ortaya koymaktadır (Erdem, 2021; Bekar vd., 2024; Doğanay, 2024; Matich vd., 2025; Munoriyarwa vd., 2023). Ulusal ve uluslararası gazetecilik süreçlerinde yapay zekâ kullanımına ilişkin birçok çalışma yapılmış olmasına rağmen

(Kırık vd., 2024), yerel medyada yapay zekâ kullanımı ve medya çalışanlarının deneyimlerine odaklanan araştırmaların sayısının yeterli düzeyde olmadığı görülmektedir. Son yıllarda Türkiye'nin farklı illerinde yerel medyada yapay zekâ kullanımına ilişkin bazı çalışmalar gerçekleştirilmiş olsa da (Sabahçı, 2024; Sine Nazlı & Altundağ, 2025), yapay zekâ teknolojilerinin hızla gelişmesiyle birlikte yeni sorunlar ortaya çıkmaktadır. Bu nedenle mevcut çalışmaların, söz konusu yeni sorunlara çözüm üretme konusunda sınırlı kaldığı söylenebilir.

Bu araştırma, yapay zekânın etkili olduğu günümüzde medya alanındaki fırsat ve risklerden hareketle, ÜYZ araçlarının yerel medya kuruluşlarında çalışan bireylerin bu teknolojiye ilişkin fenomenolojik deneyimlerine odaklanmaktadır. Çalışma yerel medyada ÜYZ kullanımının kapsamlı bir araştırması yapılarak, haber üretimi, analizi, metin oluşturma, kısaltma ve doğruluk kontrolü gibi ÜYZ uygulamalarının gelecekte yol açabileceği zorluklara odaklanmaktadır. Derinlemesine görüşme yöntemiyle elde edilen bulgulardan hareketle, yerel medyada çalışanların kaygılarına ve beklentilerine ilişkin öneriler ortaya konmaktadır.

YEREL MEDYA VE ÜRETKEN YAPAY ZEKÂ KULLANIMI

Bu çalışma yapay zekânın yerel medyada hangi ölçüde, nasıl kullanıldığını tespit edip, bu sektörde çalışanların yapay zekâ kaynaklı mesleki kaygılarını ortaya koymaya çalışmaktadır. Yerel medya, kavramsal olarak hizmet verdiği bölgede veya yörede meydana gelen tüm gelişmeleri kamuoyuna aktaran, bölge halkını bilgilendiren, sorunları çözmeye yardımcı olan, demokratik süreçlerin gelişime katkı sağlayan, kitle iletişim araçlarının bütünü olarak tanımlanmaktadır (Altun, 2005; Harte vd., 2016; Kaçar, 2024; Yılmaz, 2010). Dijital teknolojilerdeki değişimle birlikte yerel medya, bulunduğu yörenin sesini daha geniş kitlelere ulaştırma olanağı elde etmiş; aynı zamanda hızla gelişen bu sürece uyum sağlaması kaçınılmaz hâle gelmiştir (Delibaş, 2023). Dolayısıyla günümüzün yerel medyası, biraz geç olsa da gelişen iletişim teknolojileri ile birlikte değişim ve dönüşüm geçirmiştir (Çelikbaş & Özsoy, 2022).

Medya ve yerel medyadaki dönüşüm, çeşitli düzeylerde kendini göstermektedir: içerik üretimi, haberin doğrulanması, kişiselleştirilmiş haber akışları, otomatik özetleme, veri gazeteciliği ve haberlerin dağıtım algoritmaları gibi temel başlıklarını oluşturmaktadır (Carlson, 2018). Bu da yerel medya bağlamının gittikçe değiştiği ve farklı işlevleri de yerine getirdiği anlamına gelmektedir. Dijital teknolojilerin ve iletişim teknolojilerinin değişiminden sonra ÜYZ'nin medya üretim süreçlerinde kullanılması beraberinde yeni etik tartışmalar ve çalışanlar açısından yeni sorunlar/riskler getirmiştir. Özellikle algoritmik karar alma sistemlerinin şeffaflığı, önyargı üretimi ve mahremiyet ihlalleri gibi meseleler, bu teknolojilerin medya ve gazetecilik bağlamında eleştirel bir biçimde değerlendirilmesini zorunlu kılmaktadır (Zuboff, 2019).

Bilgisayar teknolojisinin ve internet ağ sistemlerinin kullanıldığı hemen her sektörde yapay zekâ uygulamalarını ve kullanımını görebilmek mümkündür (Acar & İmik Tanyıldızı, 2022). Özellikle son yıllarda ÜYZ'nin gelişmesi ve yaygınlaşması bütün sektörler açısından önemli ve radikal değişimleri beraberinde getirmiştir. ÜYZ, eğitilebilen, verilen komutlara bağlı olarak metin, eğitim, eğlence, sağlık, bilimsel araştırma, ses, video ve diğer medya alanları dahil olmak üzere birçok yeni ve farklı içerik üretmektedir (Lorenz vd., 2023). Dolayısıyla günümüzde hızlı yaygınlaşan ÜYZ; artık sağlık sektörü, e-ticaret, bankacılık, ulaşım, otomotiv, eğitim, tarım, savunma, medya ve iletişim gibi alanların çoğunda aktif olarak kullanılmaktadır (Öztürk & Şahin, 2018). Bu sektörlerle ait birçok veriyi hızlı analiz etme özelliği ile verimi de artırmaktadır (Prentice vd., 2020). Bundan dolayı ÜYZ'nin iletişim alanları başta olmak üzere (Sönmez, 2025) yerel medyada da kullanımı her geçen gün artış göstermektedir (Kırık vd., 2024). Zaten büyük medya kuruluşları tarafından finans raporları, spor özetleri gibi rutin işlerde otomatik sistemler yıllardır kullanılmaktadır (Gökdemir, 2025). Bu sistemler, daha küçük çaplı medya kuruluşlarında ise giderek yaygınlaşmaya başlamıştır (CNTI, 2024). Özellikle yerel medya kuruluşlarının ÜYZ ile yürüttüğü işlemlerin insan eliyle yapılan işlemlerle kıyaslandığında daha hızlı ve daha az maliyetli olduğundan yapay zeka uygulamaları daha çok kullanılmaya başlanmıştır (Özçağlayan & Kortak, 2023).

Pavlik (2023) yapay zekânın gazetecilik ve medya için önemli birer teknolojik araç olduğunu ifade etmektedir. Gazetecilik bağlamında ÜYZ, haber toplama, işleme, doğrulama, üretme ve dağıtma süreçlerini otomatikleştiren, geliştiren veya bunlara yardımcı olan önemli algoritmik sistemlerdir (Graefe, 2016). Bu bağlamda gazetecilikte ÜYZ ve mobil gazeteciliğin yaygınlaşması, geleneksel haber kuruluşları, yeni üretim araçlarını kullanma ve yeni formatlarda yenilikçi içerik oluşturma konusunda personel yetkinliklerini artırmak için farklı stratejiler uygulamaktadır (Özsoy, 2025). Sophia Cheng (2025) de *'Büyük Dil Modellerinin'* gelişiminin, gazetecilik açısından devrimsel nitelikte olduğunu, verimliliği artırmak, süreçlerin otomatikleştirilmesi ve içerik kalitesinin iyileştirilmesine yardımcı olmak gibi avantajlar barındırdığını ifade etmektedir. Özellikle haber üretimi ve editoryal süreçlerde ÜYZ uygulamalarından yararlanılmaktadır. Bu çerçevede haberlerin düzeltilme veya tekrardan kontrol edilme aşamalarında zaman kazandırarak haberlerin kamuoyu ile paylaşılması imkânı sağlanmaktadır. Bundan dolayı bazı araştırmacılar ÜYZ'nin kullanılmasının birtakım avantajlarını öne çıkarmışlardır. Özsalih (2023), daha çok rutin haberlerin üretiminde kullanılan ÜYZ'nin araştırmacı gazeteciliğin ön plana çıkması ve buna yeterince zaman ayrılması anlamı taşıdığını ifade etmektedir. Beckett ve Yaseen (2023) ise metin yazmayı veya uzun raporları özetlemeyi ve çeviri gibi avantajlarını öne çıkarmaktadır. Bu değerlendirmeler doğrultusunda, ÜYZ uygulamalarının yay-

gınlamasıyla birlikte araştırmacı gazeteciliğinin gelecekte sektörde daha geniş ve kapsamlı bir yer edineceği düşünülmektedir (Nishal & Diakopoulos, 2024).

ÜYZ teknolojilerinin yerel medyada kullanımı, hızlı bilgi erişimi sağlarken beraberinde çeşitli olumsuzluklar da getirmektedir (Munoriyarwa, vd., 2023). 1983'te Leontief tarafından yapılan bir çalışmada yapay zekânın yıllar içinde tüm işleri yürüteceği ve bunun sonucunda işsizliğin artacağını ifade etmiştir (Sheikhi, 2022). Pavlik (2023), ChatGPT gibi ÜYZ uygulamaları, son dönemlerde bütçesi giderek daralmak durumunda kalan veya ekonomik verimlilik baskısıyla karşı karşıya kalan haber kuruluşlarında medya profesyonellerine olan ihtiyacı azaltma riski yarattığından söz etmektedir. Bu öngörü günümüzde ana tartışma odağını oluşturmaktadır. Bu bağlamda yerel medya başta olmak üzere birçok medya kuruluşunda ÜYZ'nin kullanımı basın mensupları için işsizlik ve istihdam sorunları getireceği ile ilgili tartışmalar bulunmaktadır (Kırık vd.,2024). Ayrıca ÜYZ'nin kullanımı editoryal bağımsızlığı ve karar verme süreçlerinin şeffaflığını engellemektedir (Beckett & Yaseen, 2023).Yapılan bütün bu çalışmalar her ne kadar başlangıç aşamasında olsa da ÜYZ kullanımı gelecekte ulusal ve yerel medya işletmelerinde iş tanımlamalarının değişeceği ve hatta çalışanların işsiz kalma riskini beraberinde getireceği anlaşılmaktadır. Dolayısıyla söz konusu yerel medya olunca ÜYZ'nin medya süreçlerinde kullanımının nasıl olacağı konusu önemli bir sorun olarak düşünülebilir. Bu çalışma, dijitalleşmenin hız kazandığı günümüzde yerel medya kuruluşlarında ÜYZ kullanımının iş süreçleri ve gazetecilik mesleği açısından doğuracağı zorlukları sorunsallaştırmaktadır. Bundan hareketle bu çalışma aşağıdaki dört temel araştırma sorusundan yola çıkılarak yürütülmüştür:

1. Şanlıurfa yerel medya çalışanlarının haber üretim sürecinde ÜYZ'nin kullanımına ilişkin deneyimleri nelerdir?
2. Yapay zekâ kullanımı, haber üretim süreçlerinde hangi kolaylıklar sağlamakta ve hangi riskleri beraberinde getirmektedir?
3. Yapay zekâ uygulamalarının yerel medya kuruluşlarında kullanımı, editoryal bağımsızlığı nasıl etkilemekte; haber üretim süreçlerinde özgürlük, özgünlük ve teknolojik bağımlılık ilişkisini nasıl dönüştürmektedir?
4. Yapay zekânın yerel medyada giderek yaygınlaşmasının, şu anda ve gelecekte istihdam olanaklarını nasıl etkilemekte, özellikle gazeteci, muhabir veya teknik personelin yerini alma ihtimali var mıdır, yoksa insan emeğine olan inanç sürdürülecek midir?

YÖNTEM

Araştırma soruları, Şanlıurfa yerel mediasında çalışan ve çoğunluğu gazetecilerden oluşan katılımcılarla gerçekleştirilen yarı yapılandırılmış görüşmeler ara-

cılığıyla ele alınmaktadır. Aşağıda, çalışmanın deseni, örneklem seçimi ve veri analizine ilişkin bilgilere yer verilmiştir.

Çalışmanın Deseni ve Yöntemi

Bu araştırma, Şanlıurfa yerel medyasında çalışan gazetecilerin ÜYZ kullanım boyutlarını ve ÜYZ'nin medya sektöründeki etkisini ortaya koymaya çalışan nitel bir çalışmadır. Bu çalışma gazetecilerin deneyimlerini ortaya koymak için olgu bilim (fenomenoloji) desenine dayanmaktadır (Creswell & Poth, 2016; Yıldırım & Şimşek, 2018). Creswell (2007), fenomenolojik araştırmalar, belirli bir olguya ilişkin bireylerin kişisel deneyimlerini anlamayı amaçladığını ifade etmektedir. Fenomenolojik çalışmalar, araştırmacıların deneyimlerini özüne indirgemeye ve bu deneyimlerin temel yapısını keşfetmeye odaklanır. Bu araştırmada, yerel medyada çalışanların deneyimlerini ayrıntılı biçimde betimlemeleri ve bu deneyimlere yükledikleri anlamların yorumlanması çalışmanın temel yaklaşımını oluşturmaktadır (Edmonds & Kennedy, 2017, s. 168-169).

Fenomenolojik deneyimlerini ortaya koymak için veri toplama yöntemi olarak yarı yapılandırılmış görüşme tekniğine başvurulmuştur. Bu veri toplama yöntemi aracılığıyla yerel medya çalışanlarıyla derinlemesine görüşmeler gerçekleştirilmiş ve onların mesleki deneyimlerini, olası riskleri kendi ifadeleriyle aktarmaları sağlanmıştır (Rapley, 2004). Böylece nitel araştırma kapsamında fenomenolojik bir yaklaşım benimsenerek, katılımcıların ortak deneyimlerine yükledikleri anlamlar ortaya konulmuştur. Bundan hareketle yerel medyada çalışanların yapay zekâ kullanımları ve bu sürece ilişkin derinlemesine bir anlayış elde edilmeye çalışılmıştır.

Çalışma Grubunun Seçimi

Çalışmanın örnekleme Şanlıurfa ilinin yerel medyasında belirli kurumsal kimliğe sahip televizyon yayını yapan veya basılı/dijital gazete çıkaran kurumların çalışanlarından oluşmaktadır. Bu çalışmaya katılanlar, amaçlı örnekleme yöntemine göre seçilmiştir. Amaçlı örnekleme, temsiliyetten ziyade, araştırılan konuyla ilişkili kişilerin yaşadıkları, tecrübe ve bilgilerine başvurularak konunun derinlemesine anlaşılmasını sağlamaktır (Johnson vd., 2007; Okan vd., 2024). Amaçlı örneklemenin tercih edilme sebebi, araştırılacak konuyu ilişkinin deneyimi olan kişileri belirlemektir (Creswell & Clark, 2017).

Bu çalışmanın örnekleme birçok nedenden seçilmiştir. Öncelikle Şanlıurfa şehri sosyo-ekonomik, kültürel ve geleneksel toplum yapısıyla Türkiye'nin birçok bölgesinden farklıdır. Bu bölgede birçok aşiret, cemaat grupları ve geniş aile yapıları vardır. Bu bölgede insanlar geleneksel yaşam biçimiyle yaşamını sürdürürken aynı zamanda modernleşme süreçlerine ayak uydurmak için hızla bir değişim geçirmektedir. Ayrıca bu bölgede geniş Kürt, Arap ve Türk etnik grupları yer al-

maktadır. Bir yönü Ortadoğu'yu yansıtırken diğer yönü endüstrileşmiş toplumların teknolojik gelişmişliğini yakalamaya çalışmaktadır. Bu yakalama çabası daha çok yüzeysel ve toplumsal yaşamı daha yavaş değiştirecek düzeydedir. Bakıldığında gelişmiş ülkeler ÜYZ uygulamalarını, çok daha erken dönemlerde yakalayıp medya üretim süreçlerinde kullanırken bu bölgenin ise son bir yıl içinde hızlı bir şekilde ÜYZ uygulamaları kullanmaya başladığı gözlemlenmektedir.

Öte yandan kırsal özellikler taşıyan bu bölgede ciddi bir medya yapılanması bulunmaktadır. Bu yapılanma içinde gazetecilik faaliyetlerini mesleki ilkeler doğrultusunda yürütmeye çalışanların yanı sıra, bazı aşiret grupları ve büyük ailelerin de siyasi, dini ve ideolojik güç elde etmek amacıyla medyayı kullandığı görülmektedir. Bu yönüyle söz konusu bölgede yerel medya süreçleri, dünyanın gelişmiş birçok bölgesine kıyasla farklılık göstermektedir. Ayrıca ÜYZ bu bölgedekiler için çok yeni ve farklı sayılabilir. Bundan dolayı bu bölgedeki yerel medya işletmelerinin çalışanlarının ÜYZ kullanımını ve bununla ilişkili deneyimlerini ortaya koymak literatüre özgün bir katkı sağlamaktadır.

Çalışmanın kapsamı ile ilişkili katılımcılara önceden ulaşılmış ve araştırma konusuyla ilgili bilgi verilmiş, daha sonra Google formda oluşturulan görüşme formunun linki kendileriyle paylaşılmıştır. Katılımcı sayısı, nitel desenlerin doğası gereği önceden sabitlenmemiş; veri analizi ve veri toplama süreci eş zamanlı yürütülmüştür. Görüşmeler sırasında ulaşılan verilerin 'tekrara düşmesi' durumu, alan yazında kuramsal doygunluk (theoretical saturation) olarak tanımlanmaktadır (Glaser ve Strauss, 1967). 26 katılımcıdan elde edilen verilerin, araştırma sorularını yanıtlamak için yeterli derinliğe ulaştığı ve yeni kavramsal boyutlar sunmadığı tespit edildiği için bu sayı örneklem sınırı olarak kabul edilmiş ve ek görüşmelerin kuramsal çerçeveye yeni bir katkı sağlamayacağı anlaşıldığından veri toplama süreci sonlandırılmıştır. Katılımcılara ait bilgiler tablo 1'de sunulmuştur.

Tablo 1.

Katılımcılara ait demografik bilgiler

Katılımcı No	Yaş	Cinsiyet	Eğitim Durumu	Meslekteki Pozisyonu	Meslek Deneyimi (YIL)
1	44	Erkek	Lisans	Kurgu Operatörü	5
2	43	Erkek	Önlisans	Kameraman	3
3	45	Erkek	Lisans	Editör	15
4	36	Erkek	Lisans	Metin yazarı	12
5	45	Erkek	Lise	Muhabir	17

6	50	Erkek	Lisans	Muhabir	25
7	27	Kadın	Lisans	Muhabir	5
8	40	Erkek	Ön Lisans	Sorumlu Yazı İşleri Müd.	12
9	40	Erkek	Lisans	Muhabir	20
10	53	Erkek	Önlisans	Muhabir	30
11	43	Erkek	Lise	Kameraman	29
12	38	Erkek	Önlisans	Editor	15
13	51	Erkek	Lisans	Genel Yayın Yönetmeni	29
14	47	Erkek	Lisans	Muhabir	16
15	39	Erkek	Lise	Genel Yayın Yönetmeni	15
16	28	Kadın	Önlisans	Muhabir	8
17	39	Kadın	Lise	Editor	10
18	50	Erkek	Önlisans	Muhabir	30
19	37	Erkek	Önlisans	Genel Yayın Yönetmeni	12
20	45	Erkek	Lisans	Editor	15
21	25	Kadın	Önlisans	Muhabir	3
22	38	Erkek	Önlisans	Muhabir	15
23	38	Erkek	Lisans	Editor	12
24	24	Kadın	Önlisans	Muhabir	2
25	22	Kadın	Önlisans	Muhabir	4
26	58	Erkek	Lise	Editör	22

Tablo 1 incelendiğinde, çalışmanın örnekleminin 20 erkek ve 6 kadın olmak üzere toplam 26 katılımcıdan oluştuğu görülmektedir. Örnekleme yer alan katılımcıların büyük çoğunluğunu erkekler oluşturmaktadır. Kadın katılımcı sayısının düşük olmasının, sektörde kadınların temsiliyetinin henüz istenilen düzeyde olmamasından kaynaklandığı düşünülmektedir. Toplumsal cinsiyet rolleri, geniş aile ve aşiret yapıları ile kadının iş yaşamında ikincil konumda algılanması ve gazeteciliğin ağırlıklı olarak erkek mesleği olarak görülmesi, kadınların mesleğe katılımını sınırlayan başlıca etkenler arasında yer almaktadır. Bu nedenle kadın katılımcıların mesleki deneyimlerinin görece sınırlı olduğu, en uzun çalışma süresinin 10 yıl ile sınırlı kaldığı görülmektedir.

Eğitim durumlarının lise, ön lisans ve lisans düzeyinde yoğunlaştığı görülmektedir. Katılımcıların yaş aralığı ise 22 ile 58 arasında değişmektedir. Yaşı daha büyük olan katılımcıların genellikle lise ve ön lisans mezunu olduğu, genç ka-

tılımcıların ise daha çok lisans düzeyinde eğitim aldığı anlaşılmaktadır. Ayrıca yüksek lisans ve doktora düzeyinde eğitim almış kişilerin yerel medya alanında sınırlı düzeyde yer aldığı görülmektedir. Katılımcıların mesleki deneyim süreleri ise 2 ile 30 yıl arasında değişmektedir.

Veri Toplama ve Analiz Süreci

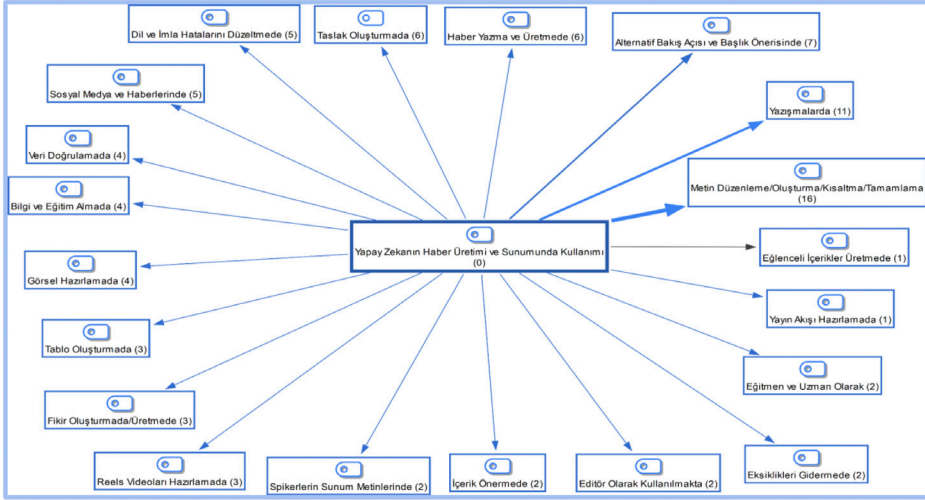
Çalışma için öncelikle Harran Üniversitesinde etik kurul izni alınmış (Tarih 13.11.2025 ve Sayı: 2025/351), ardından araştırmaya katılacak yerel medya çalışanlarından gönüllü katılımlarına ilişkin onam alınmıştır. Onamları alınan katılımcılara görüşme formu istedikleri dijital adreslere (whatsapp, e-posta) doğrudan gönderilmiştir. Çalışma kapsamında oluşturulan yarı yapılandırılmış görüşme formu iki bölümden oluşmaktadır. Formun birinci kısmında katılımcıların demografik bilgilerini, formun ikinci kısmında ise ÜYZ kullanımıyla ilgili katılımcıların deneyim, bilgi ve düşüncelerini paylaşmaları istenmiştir. Katılımcılar, Ekim-Kasım 2025 tarihlerinde kendilerine gönderilen görüşme formunu doldurmuşlardır. Formları herhangi bir nedenden cevaplamak istemeyen katılımcılardan onam alınarak yüz yüze görüşme sağlanmıştır.

Araştırma kapsamında katılımcılarla yapılan görüşmeler tamamlandıktan sonra veri analiz sürecine geçilmiştir. İlk aşamada, dijital ortamda elde edilen formlar Word dosyasına aktarılmış ve tek bir dosya hâlinde birleştirilmiştir. Katılımcıların gönderdikleri formlar ve yüz yüze görüşmeler yazıya dökülüp birleştirildikten sonra veri analiz basamaklarına geçilmiştir. Veri analizinden araştırma soruları kapsamında katılımcıların ifadeleri okunurken temalar belirlenmiş ve temalara ilişkin ortaya çıkan kodlara göre haritalar oluşturulmuştur (Strauss ve Corbin, 1990). Veri analizinde araştırma soruları kapsamında katılımcı ifadeleri okunarak “yapay zekâ üretimi ve kullanımı”, “kullanıma karşı olanların bakış açısı”, “avantajlar”, “dezavantajlar” ve “istihdam ile emeğe ilişkin etkiler” temaları belirlenmiş ve bu temalara ilişkin ortaya çıkan kodlara göre haritalar oluşturulmuştur. Harita oluşturma süreci MAXQDA 24 analiz programıyla manuel bir şekilde gerçekleştirilmiştir. Veri analizinde tümdengelimsel yaklaşım benimsenmiş; literatür ve kuramsal çerçeve doğrultusunda öncül bir kod rehberi oluşturulmuştur. Veriler, Braun ve Clarke (2006) tarafından önerilen tematik analiz aşamaları izlenerek bu kodlar çerçevesinde çözümlenmiştir. Analiz sürecinde yalnızca kod frekansları değil, MAXQDA'nın “Kod İlişkileri Tarayıcısı” ve “Kod-Değişken Matrisi” gibi araçları kullanılarak katılımcı özellikleri ile temalar arasındaki ilişkiler de incelenmiştir. Bulgular, katılımcı ifadelerinden elde edilen kodlar ve bu ifadelerin doğrudan aktarımıyla oluşturulmuştur. Katılımcıların ifadeleri betimsel olarak sunulmuş ve her bir katılımcı K harfi ile kodlanarak K1, K2, K3... şeklinde numaralandırılmıştır.

verilmiştir. Katılımcıların ÜYZ kullanımıyla ilişkili kodlar şekilde 2’de sunulmuştur.

Şekil 2.

Yapay Zekânın Haber Üretimi ve Sunumunda Kullanımına İlişkin Kodlar



Şekil 2’deki kodların sayısal ifadelerden anlaşıldığı üzere yerel medya çalışanları, ÜYZ’yi en fazla metin düzenleme, kısaltma ve özetleme gibi amaçlarla kullanmaktadır. Bunun yanında yazışmalarda, alternatif bakış açısı ve başlık önerisi, taslak oluşturma, haber yazma ve üretme, dil ve imla hatalarını düzeltmede kullanılmaktadır. Bununla birlikte sosyal medya paylaşımları ve haberleri oluşturmada da yaygın bir şekilde kullanıldığı anlaşılmaktadır. Yukarıdaki kodlara ilişkin yerel medya çalışanlarının öne çıkan ifadeleri ise şu şekildedir: K1 “Yapay zekâyı, biz daha çok ana haber metinlerinde spikerlerin okuyacağı metnin düzenlenmesinde kullanıyoruz. Ayrıca birçok taslağı bununla oluşturuyor, imla ve dil düzenlemelerinde de sıklıkla kullanıyoruz. İşimizi daha hızlı ve pratik yapmamıza yardımcı oluyor.” ÜYZ kullanımına K2 ise şu ifadeleri kullanmıştır:

“Haber dışındaki bütün yazışmalarda, televizyona ilişkin haberlerde, sosyal medyadaki haberlerimizde sıklıkla kullanmaya başladık. Yapay zekâ ile her işimizi artık kolaylıkla halledebiliyoruz. Mesela bir yazı yazıyorsunuz, yanlışlık yaptığınızda onu daha kısa sürede düzeltebiliyoruz. Artık yazdıklarımızı kabaca ifade ediyoruz, gerisini yapay zekâ programları tamamlıyor”(K2).

Başka bir katılımcı kullanım amacını şu şekilde açıklamıştır: “Kendi kurumumuzda hızlı yazmamız gereken her haber için kullanıyoruz. Yaratıcılık açısından çok etkili bulmuyorum, ancak araştırma haberlerine zaman kazandırdığı için sık-

lıkla kullanıyorum” (K3). Yerel medya işletmesinde metin yazarı olarak çalışan K4’ün ÜYZ kullanımına ilişkin ifadeler ise şu şekildedir: “Kurumumuzda yapay zekâ teknolojilerini haber üretim ve sunumunda aktif olarak kullanıyoruz. Özellikle veri doğrulama, taslak oluşturma ve görsel oluşturma gibi alanlarda faydalanıyoruz.” Başka bir katılımcı da yapay zekâyı ve haber yazım süreçlerinde kullanımını şu ifadelerle aktarmıştır: “Haber yazımında kullanıyoruz. Özellikle yaşam haberleri yazarken o an aklımıza gelmeyen ayrıntılara ilişkin ipuçları veriyor. İş yükünü azaltıyor, örnek metinlerle işi kolaylaştırıyor” (K9).

Başka bir yerel medya çalışanı ise haber üretiminin dışında ÜYZ’yi görsel üretimi için kullandığını ifade etmiştir. K20 ise ÜYZ’yi sınırlı düzeyde ve yardımcı bir asistan olarak kullandığını, özellikle *“haber zenginleştirilmesi ve fikir üretmesi konusunda yapay zekânın tavsiyelerini aldığını”* belirtmiştir. Katılımcıların büyük çoğunluğu genel olarak metin düzenleme, taslak oluşturma ve görsel içerikleri hazırlamada aktif bir şekilde ÜYZ’yi kullandığı anlaşılmaktadır. Buna ilişkin K15 şu ifadelerle yer vermiştir: *“ÜYZ’ye yoldayken haberi yazmadan sesli bir şekilde okuyorum. O benim için taslağı oluşturuyor. İşyerine vardığımda metnin üzerinde çalışarak hızlıca yayınlıyorum.”* Bu durum ÜYZ’nin sesli komut sistemi ile yazı yazma, düzenleme, taslak oluşturma gibi konularda hızın yanında kolaylık ve zamanda tasarruf sağlamaktadır. K21 ise ÜYZ’nin kullanım amacını şu şekilde ifade etmiştir. *“Yapay zekâ hız, yaratıcılık ve içerik çeşitliliği konusunda çok önemli yenilikler ve kolaylıklar getirdi. Yazmak istediğimiz haberi zenginleştirme ve içeriği genişletme, dil ve imla kuralları konusunda önemli katkılar sağladı.”*

Bizim bu çalışmanın katılımcılarının büyük bir bölümü, haber üretim süreçlerinde çalışmaktadır. Bazı haberciler hem ulusal ajanslarda çalışırken hem de yerel medya sektörüyle ilişkili süreçlerde aktif rol almaktadır. Bu katılımcıların ÜYZ’nin haber üretim süreçlerinde kullanım nedenleri farklı olduğu anlaşılmaktadır. Bunu K16’nın şu ifadelerle açıklamaktadır:

“Aynı zamanda ulusal bir haber ajansında görev yaptığım için yapay zekâ ile haber yazma, fotoğraf hazırlamak, video hazırlamak ve içerik üretmek gibi durumlar gerçeği tam yansıtmadığı için kullanmamız yasak. Bir gazeteci olarak ajans haricinde yaptığım bazı araştırmalarda yapay zekâyı kullanıyorum. Örneğin gazetecilik anlamında bir eğitim almak istediğimde ya da yeni bir haber fikri oluşturmak açısından yapay zekâdan bir uzman gibi yardım alıyorum. Ancak haber süreçlerinde ÜYZ’yi kullanmıyorum” (K16).

Yapay zekâ medya sektöründen birçok amaçla kullanılmaktadır. Özellikle eğlence sektörü, ekonomi ve spor haberciliğinde daha fazla kullanılmaktadır. Bunu K19 şu şekilde somutlaştırmaktadır:

“Örneğin, Urfa ile ilgili şiir yazdırıp bunu haberleştirmiştik. Tabii ki şiirde şehir ile ilgili verilen bilgilerde az da olsa hata vardı ve biz bu hatalara müdahale etmeden şiiri olduğu gibi yayınladık, yanlış bilgi vermemek adına da Urfa’yı bilmeyen okuyucular için hatalı kısımları belirttik. Yine daha önce Urfaspor’u mücadele ettiği ligde bekleyen olası durumları da yapay zekâyâ sorarak haberleştirdiğimiz olmuştuk. Bu da oldukça ilgi gördü hatta bizden sonra benzer içerikler üreten haber siteleri olduğunu da gördük”(K19).

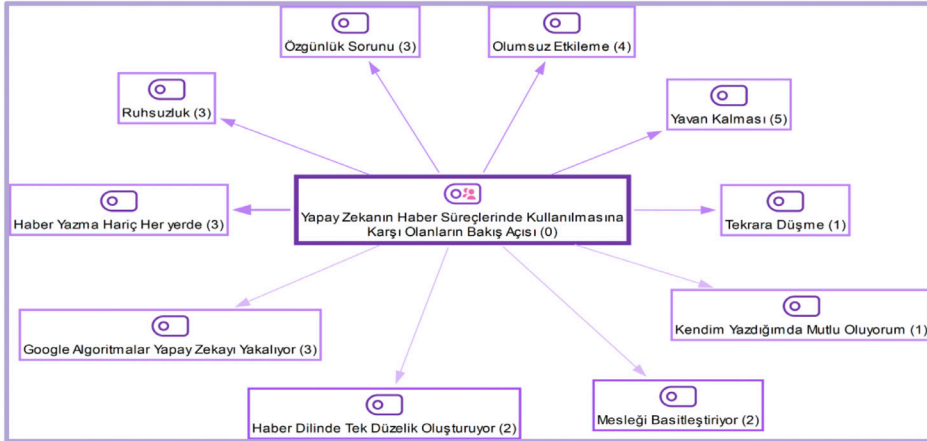
Katılımcıların bir kısmı yapay zekâyı haber üretiminin doğrudan yazım aşamasında değil, daha çok taslak hazırlama, dil-imla düzeltme, başlık önerisi, görsel üretimi, sosyal medya içeriği, veri toplama ve araştırma gibi alanlarda kullandıklarını belirtmektedir. Özellikle zaman baskısının yoğun olduğu durumlarda yapay zekâyâ başvurmaktadır.

Yapay Zekâyı Haber Süreçlerinde Kullanılmasını Tercih Etmeyenlerin Yaklaşımına İlişkin Bulgular

Genel olarak bütün katılımcıların yapay zekânın faydalı olduğunu ifade etmelerine karşılık, bazı yerel medya çalışanları ÜYZ’yi birçok farklı nedenden kullanmadıkları belirtmişlerdir. Yapay zekâyı kullanmaya karşı olmalarının nedeni teknoloji karşıtlıklarından ziyade bazı kişisel nedenler, kurumun politikası ve reklam etkisiyle olduğu anlaşılmaktadır. Katılımcıların yapay zekâyı neden kullanmayı tercih etmediklerine ilişkin kodlar şekil 3’te sunulmuştur.

Şekil 3.

Yapay Zekâyı Haber Süreçlerinde Kullanmayanlara İlişkin Kodlar



Şekil 3'ten anlaşıldığı üzere katılımcılar, yapay zekâyı kullanmayı tercih etmemelerinin nedenini genel olarak ÜYZ'nin yavan kalması ve aradıkları anlatı ruhunu yakalayamamasıyla açıklamaktadır. Kurumsal yerlerde çalışan bazı katılımcılarında Google algoritmalar yapay zeka ile oluşturulan haberleri saptadığını bildiği için kullanmadıklarını ifade etmişlerdir. Çok az sayıda katılımcı da mesleği basitleştirdiği ve kendileri yazarken daha mutlu hissettiklerini ifade etmişlerdir. Yukarıdaki kodlara ilişkin öne çıkan katılımcıların ifadeleri şu şekildedir: K2 ve K8 “özgünlüğü yok ettiğini ve reklam risklerinden dolayı”, K7, haberi tek tipleştirdiği ve tekdüzeleştirdiği, (K7). K10 “kopyacılığı artırıp araştırmacılığı yok ettiği ve gazetecilik mesleğini körelttiği”, K11 ise “haber hazırlamada daha hızlı ve yaratıcı olabilir, fakat doğruluk kısmında emin olmadığım için” kullanımına sıcak bakmadıkları anlaşılmaktadır.

Yerel medyada birçok işletme televizyon işletmeciliği ve haberciliği bir arada yürütmeye çalışmaktadır. Bu kurumların bazıları Google reklamlar almakta ve işyeri giderleri ile çalışanların istihdamını bu reklamlarda aldıkları payla sürdürmektedir. Bu kurumlarda çalışanların ÜYZ'yi haber içeriklerini oluşturmada hiçbir şekilde kullanmadıkları belirtmişlerdir. K23'ün deneyimleri bu durumu açıklığa kavuşturmaktadır:

“Biz yapay zekayı yoğun bir şekilde kullanıyoruz. Örneğin televizyonumuzun yayın akışı hazırlarken çok fazla kullanırız. Sosyal medya paylaşımları için çok yoğun kullanmaya başladık. Bazı kısa reels videoları hazırlamak için de kullanıyoruz. Bunların dışında gazete ve haberlerimizin yayınlandığı ana sitelerde asla üretken yapay zekâ kullanmıyoruz. Çünkü Google yapay zekayı algıladığı için bizim reklam gelirlerimize zarar vermektedir. Haberlerde sadece daha dikkat çekici başlık için kullandığımız oluyor” (K23).

ÜYZ kullanımı kurum politikası veya reklam geliri nedeniyle bazı yerel medya çalışanlarının kullanmadığı anlaşılmaktadır. Bunun yanı sıra bazı medya çalışanları kişisel nedenlerden yapay zekâyı haber yazma süreçlerinde kullanmadıkları ve ÜYZ uygulamalarını kullanma noktasında farklı bir bakış açısına sahiptir:

“Bazen haberi yapay zekâya yazdırmak, üzerine düzeltme yapmak daha fazla vakit alabiliyor. Çünkü haberi ne şekilde ele alacağınız, hangi kısmını öne çıkaracağınız kısmıyla ilgili yapay zekâya talimat verene kadar geçen sürede haberi kendiniz de yazabiliyorsunuz. Bir de oraya yaptığımız bazı işlemler sanki daha donuk ve tekdüze bir anlatıma sahip gibi görünüyor bana. Yapay zekâyı genelde görsel hazırlamada kullanıyorum” (K17).

Çok az sayıda katılımcının ÜYZ'yi bilinçli bir şekilde kullanmadıkları görülmektedir. Bu katılımcılar, ÜYZ'nin içerikleri yavanlaştırdığı, ruhsuzlaştırdığı ve

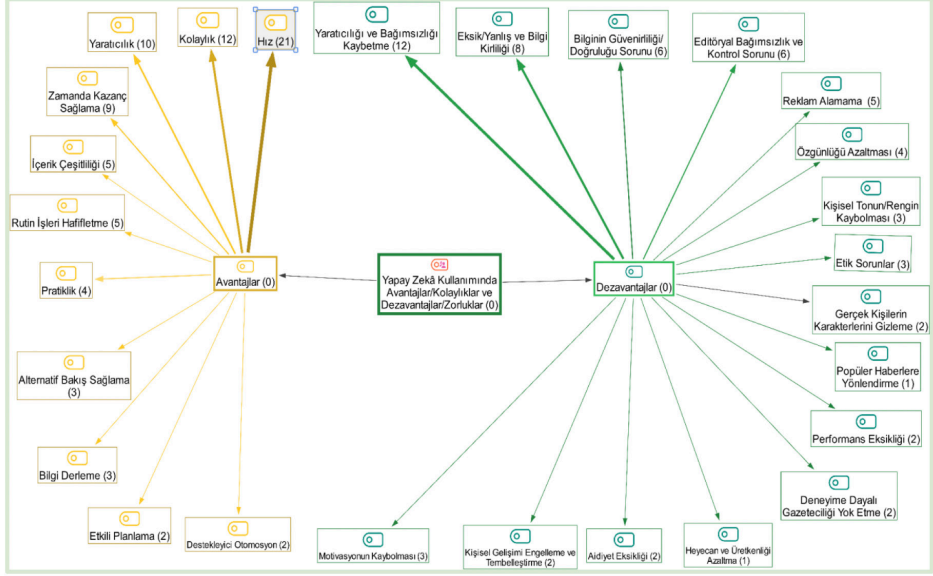
yazılanları tektipleştirdiği yönündeki eleştirilerini dile getirerek bu teknolojiden uzak durduklarını ifade etmişlerdir. Bunu ilişkin K5 “*Yapay zekâ hız açısından önemli ancak yapay zekâ haberleri bana çok ruhsuz geldiği için haber yazımında kullanmıyorum. Yapay zekâ yaratıcı olabilir ama okuyucuya geçirgenliği çok yavan kalıyor*” ifadelerini kullanarak bir eleştiride bulunmuştur. K6 ise ÜYZ’den uzak durma gerekçesini, kendi oluşturduğu metinlerin kendisini daha mutlu ettiğini şu şekilde açıklamaktadır: “*Ben kendi yazdığım, bana ait olan cümleler kurduğumda daha mutlu oluyorum. Yapay zekânın yazdığı haber bana ait değilmiş gibi hissediyorum. Sanki kabahat işlemişim, başkasının haberini çalmışım gibi geliyor ve benim motivasyonumu olumsuz etkiliyor.*”

Bazı katılımcılar da ÜYZ’nin haber üretiminde kullanımı özgün haberciliği yok ettiği, etik sınırları ortadan kaldırdığı ve bazı düzenlemeler yapılması gerektiğini vurgulamışlardır. Buna ilişkin K21, “*Birçok meslektaşımız güncel haberleri yapay zekâ ile dönüştürerek, metinleri sadece kontrol edip yayınlıyor. Bu durum özgün haberciliği yok edip, tek tip monoton bir dilin oluşmasına neden oluyor.*” K12 ise “*etik sınırlar ihlal edilmeden kullanılması*” gerektiğini, K15 ise “*ÜYZ ile ilgili düzenlemelerin yapılması ve bununla ilişkili eğitim süreçleri olması gerektiğini*” savunmuştur. K22 ise durumu şu şekilde özetlemiştir: “*Yapay zekânın kullanılmasına ilişkin etik sorunlar var ve nasıl kullanılması gerektiği konusunda düzenlemelerin yapılmasını şart görüyorum.*”

Önemli sayıda katılımcı haber yazımında yapay zekâ kullanmadığını; bunun gerekçesi olarak özgünlük kaygısı, ruhsuz metinler, tekrar eden dil, hata riski ve editöryal sorumluluk gibi nedenleri dile getirmektedir. Bazı katılımcıların ise reklam gelirleri ve arama motoru algoritmaları nedeniyle yapay zekâ kullanımı bilinçli olarak sınırlandırdığı görülmektedir. Burada genel bir değerlendirme yapıldığında katılımcıların ÜYZ kullanımının kendileri açısından yararlı olduğunu düşünmekle birlikte, haber süreçlerinde kullanımının sınırlandırılması gerektiğini ifade etmiş; bu doğrultuda çeşitli düzenlemelerin yapılması ve eğitimlerin verilmesi gerekliliğine dikkat çekmişlerdir.

Yapay Zekânın Avantaj/Dezavantajları ve Editöryal Karar Alma Süreçlerine İlişkin Bulgular

Yerel medya çalışanlarının yapay zekânın avantaj/dezavantaj, olumlu/olumsuz ve editöryal süreçlerle ilişkili sorulara katılımcılar birçok farklı deneyim ve düşüncelerini aktarmışlardır. Katılımcıların ifadelerine ait kodlar şekil 4’te gösterilmiştir.

Şekil 4.**Yapay Zekânın Kullanımında Avantaj/Kolaylıklar ve Dezavantajlar/Zorluklara İlişkin Kodlar**

Şekilde 4'te yapay zekânın genel olarak literatürde bilinen özellikleri, katılımcılar tarafından da dile getirilmiştir. Yapay zekânın hız başta olmak üzere kolaylık ve yaratıcılık gibi bilinen avantajları öne çıkarılmıştır. ÜYZ, alternatif bakış açısı, pratiklik, rutin işleri hafiflettiği, özellikle zaman kazandırdığı için tercih edildiği anlaşılmaktadır. Katılımcıların büyük çoğunluğu karşı olsalar da ÜYZ'yi kullandıkları ya da günün koşullarından dolayı kullanmak zorunda kaldıkları söylenebilir. Bu avantajların yanı sıra ÜYZ'nin, insana özgü yaratıcılık ve bağımsızlığı sınırlaması, eksik ya da yanlış bilgi üretebilmesi, özgünlüğü azaltması, içerikleri tek tipleştirilmesi ve özellikle editöryal süreçlerinin yerini alma ihtimali gibi birçok yönü eleştirel biçimde değerlendirilmiştir. ÜYZ, medya sektöründe son yıllarda gözle görülür bir değişim oluşturmuş ve bunun içeriklere etkisi görünür hale gelmiştir. ÜYZ'nin bu avantajları beraberinde bazı sorunlar ve sorunlar da getirmiştir. ÜYZ'nin kullanımının avantaj ve dezavantajlarına ilişkin görüşler katılımcılar tarafından şu ifadelerle dile getirilmiştir:

“Yapay zekâ tabanlı sistemlerle çalışmak, haber üretim sürecinde önemli kolaylıklar sağlıyor. Özellikle hızlı taslak oluşturma, veri derleme ve içerik önerileri sunma gibi alanlarda zaman kazandırıyor ve rutin işleri hafifletiyor. Bu sayede haberin doğruluğunu kontrol etmek, analitik çalışmalar yapmak ve içerik kalitesini artırmak gibi daha yaratıcı ve sorumluluk gerektiren gö-

revlere odaklanabiliyorum. Buna karşın, yapay zekânın ürettiği içeriklerin bağlamı zaman zaman yanlış yorumlayabilmesi veya eksik bilgi sunabilmesi gibi dezavantajları da mevcut. Bu nedenle editoryal kontrol hâlâ kritik önemde ve insan emeği gerektiriyor”(K4).

Başka bir yerel medya çalışanı da K4’ün ÜYZ’ye ilişkin avantaj ve dezavantajları sıralayarak editoryal süreçlerdeki risklere ve insan unsuruna olan ihtiyaca dikkat çekmiştir:

“Bütün bu avantajlarla birlikte yapay zeka ile çalışmanın bazı zorlukları da var. Üretilen bilgileri mutlaka yeniden kontrol etmek gerekiyor; çünkü zaman zaman bağlamı yanlış yorumlayabiliyor veya eksik bilgi verebiliyor. Ayrıca haber dili ve kurumsal üslup açısından hala insan dokunuşuna ihtiyaç duyuluyor. Bu da editoryal sorumluluğu azaltmak yerine daha dikkatli olmayı gerektiriyor”(K13).

Katılımcıların ÜYZ’nin faydasını vurgulamasına rağmen, genel olarak olumsuzlukları daha fazla dile getirilmiştir. Buna ilişkin K2, “Artık işverenler daha ucuz olan yapay zekâyı tercih edecektir. Tabi içeriklerin ne kadar özgün olacağını bilemiyorum.” K3 ve K10 makinelere bağlı üretkenlik artacağı ancak bireyin kişisel üretkenlik ve özgünlüğün yok olacağını ifade etmişlerdir. K6 ise şu olumsuzlukları vurgulamıştır: “Nasıl ki fabrikasyon ürünle el emeği göz nuru ürün arasında büyük bir fark varsa bu da böyle. El emeği ürünlerin bir ruhu vardır bir lezzeti tadı vardır. Yapay zekâ tatsız tuzsuz ürün ortaya koymaktadır.”

Yerel medya çalışanları büyük çoğunluğu ÜYZ’nin yaratıcılık, içerik çeşitliliği kolaylık ve hız sağlayarak büyük avantaj sağladıklarını vurgularken, ÜYZ’nin hızla yayılmasının beraberinde birtakım sorunlar da getirdiğini ifade etmişlerdir: K12, “Böyle giderse içeriklerin duygusunun düşeceğini ve insani yönünün azalacağını, bu nedenle daha yapay ve tekdüze metinler yaygınlaşacaktır. Ancak okurların eğilimleri değişirse o zaman yapay zeka metinlerin okuyucunun beklentisini karşılırsa buna bir şey diyemem.” K20 ise “ÜYZ, haber içeriği üretmek ve bu içerikleri zenginleştirmek kolaylaştı ancak insanın, özellikle gazetecilik mesleğindeki heyecan ve üretkenliği biraz olsun sınırlandırdığını düşünüyorum.”

Yerel medya işletmeleri, ekonomik nedenler ve işleyişlerindeki yarı profesyonel yapı nedeniyle daha küçük ölçekli faaliyet göstermektedir. Ekonomik koşullar, sınırlı sayıda personelin istihdam edilmesi ve bir çalışanın birden fazla işi üstlenmek zorunda kalması, yerel medya çalışanlarının iş yükünü artırmaktadır. Ancak teknolojik gelişmelerin sağladığı kolaylıklar işin kalitesini artırdığı gibi iş yükünü de artırabilmektedir. İş ve işleyişteki süreçlerde ÜYZ’nin avantajını K25 kendi deneyimlerinden hareketle şu şekilde açıklamıştır:

“Yerel medyada her konuda profesyonel kişiler yok ve birçok kurumda çok az kişi çalışıyor. Dolayısıyla haberi de siz yapıyorsunuz, siz yazıyorsunuz. Gün içinde birçok iş yükünüz oluyor. Bu iş yükü yapay zekâ sayesinde daha kaliteli içerikler düzenlemeye başladık. Her yönüyle içeriklerde kalite artı. Hem hızlı, hem yaratıcı, hem eğitici ve öğretici olduğu için ben her yönüyle bana ve kurumuma çok faydası olduğunu düşünüyorum” (K25).

Yerel medya çalışanlarının ÜYZ'nin sağladığı avantajların beraberinden mesleki sorunlar da getirdiğine dikkat çekmektedir. K14'ün ifade ettiği şu korkular, bir sorun olarak düşünülebilir. *“Kolaylaştırma ve kendi kurduğu dilsel yapıdan dolayı liyakatsiz kişilerin liyakatini, karakterini ve kimliklerinin gizlenmesine neden olmaktadır” (K14).* Bazı katılımcılar yerel medyada ÜYZ'nin veri haberciliğinde, bölge sorunlarını dile getirmede her zaman insan çabasının olması gerektiğine dikkat çekmişlerdir. Buna ilişkin K17 şu ifadeleri kullanmıştır:

“Yapay zekânın algoritması bölgenizde yaşanan bir olayla ilgili güncel bilgiyi size veremeyeceği için bunu kendi çabalarınızla yapmak zorundasınız. Veri haberciliği yapanlar ya da geçmişle alakalı bir bilgiyi araştıranlar için yapay zekâ belki avantaj sağlar ancak verilerin alındığı havuzların doğruluğu da tartışmaya açık olduğu için ne kadar sağlıklı olur bilmiyorum” (K17).

Yapay zekanın kullanımının önemli tartışma konularından biri de şuan ve gelecekte editoryal süreçlerde kullanılacağı ve editoryal bağımsızlığı azaltabileceği düşünülmektedir (Peña-Fernández vd., 2023). Bu çalışmadaki katılımcıların deneyimleri de bu durumu ortaya koymaktadır. Yerel medyada çalışanların genel olarak da gazetecilerin yapay zekânın avantajlarını ifade ederken, editoryal süreçlerine olan olumsuz etkisini de dile getirmişlerdir. Buna ilişkin K1 *“editoryal bağımsızlığı azalttığı”*, K14 ise *“editör olarak kullandığı”*, başka katılımcılar da özellikle imla hatalarını düzeltmede, çelişkileri bulmada sıkça kullandıklarını dile getirmişlerdir. Ancak ÜYZ'nin gittikçe editoryal süreçlerde yaygın bir şekilde kullanılmasına rağmen medyanın yayın politikaları ve habercilikte editoryal süreçlere etkisine yönelik bir uzlaşma içinde olmadıkları görülmektedir. Bazı katılımcılar ÜYZ'nin bağımsız editoryal süreçleri biteceğini düşünürken bazı katılımcılar da bilgilerin doğruluğu için her zaman insana olan ihtiyacın süreceğini ifade etmişlerdir. K19'un önceki katılımcıların aksine bağımsız editoryal süreçlere ilişkin değerlendirmesi farklı düşünen birçok kişinin bakış açısını ortaya koymaktadır:

“Günümüzde tamamen yapay zekâ tabanlı haber sitesi yazılımı tasarlayan firmalar var. Bu şekilde çalışan siteler, dijital havuzda bir tarama yaparak, daha önce verdiğiniz anahtar kelimeler doğrultusunda internete düşen bir haberi farklı cümlelerle okuyucuya ya da takipçisine aktarabiliyor. Ancak bu-

nun bir teyit mekanizması olmadığı için verilen haberin yanlış olma ihtimali de var. Çünkü haberde verilen bilginin teyitli olması gerekiyor aksi halde kamuoyu yanıltılmış olur ve bu da etik bir sorundur. O nedenle güncel bilginin mutlaka doğrulanmış şekilde haberde yer alması lazım. Bu doğrulama halen insan zekâsına muhtaç bence. Günümüzde post-truth ya da asparagas bilgiler sosyal medya aracılığıyla çok hızlı bir şekilde yayılabildiği için mevcut durumda henüz tam anlamıyla editoryal bir bağımsızlık sağlayacağını düşünmüyorum” (K19).

Bazı katılımcılar ise editoryal süreçlerde ÜYZ'nin kullanılmasının algoritmalar nedeniyle sağlıklı yürümeyeceği konusunu öne çıkarmışlardır. Buna ilişkin K26 şu ifadelerle durumun genel bir tahlilini yapmıştır:

“ÜYZ'nin editoryal süreçlerde tehditlerin en önemlisi, algoritmaların gündemi belirlemede öne çıkardığı konuların neler olacağı konusudur. ÜYZ bazen insanı, gerçeği bu olduğunu, önerilen şeyleri yaptığımızda avantajları öne sürerek ikna etmektedir. Algoritmaların yönlendirmesi, birçok siyasal ve ekonomik taraftarlığı de beraberinde getirerek gazeteleri veya diğer medya içerik üreticileri istenilen gündeme ilişkin üretime ağırlık vererek özgünlüğü azaltabilmektedir.”

Genel olarak yerel medya çalışanları ÜYZ'yi kullandığı ve birçok alan için kullanımının avantajlarını dile getirmektedir. Yapılan birçok teorik tanımlama ile birebir örtüşen özellikler listesi bu çalışmada haritalanmıştır. ÜYZ, hız odaklı üretim süreci, çeşitli ve alternatif bakış açısı sağlamada, görsel oluşturmada, özetlemede, dil düzenlemede ve fikir vermede, ÜYZ'nin meslekte kullanılmasına karşı olanların bile başvurduğu temel alanlarından biri olmuştur. ÜYZ'nin rutin işleri kolaylaştırdığı, yazışmalarda etkili olduğu ve diğer önemli iş yüklerinin hafiflemesine katkı sağladığı yönünde olumlu değerlendirmeler yapılmıştır. En önemli dezavantajı olarak doğruluk meselesi olmuştur. ÜYZ'nin eksik ve yanıltıcı bilgi sunması en çok tartışılan sorunlardan biri olarak öne çıkmıştır.

Katılımcıların yukarıdaki ifadelerinin genel bir özeti çıkarıldığında ÜYZ'nin birçok avantaj sağlamanın yanında giderek üretilen metinlerin ve içeriklerin birbirine benzediği, tekdüze dil ve metin üretimlerinin arttığı, içeriklerin birbirini taklit etmeye başladığı en fazla rağbet gören içeriklerin versiyonlarının yaygınlaştığı, mesleki motivasyon ve tatmin düzeylerinin azaldığı, bunun da tekdüze bir içeriğin oluşmasına neden olacağı, benzeşmenin kişisel yaratıcılığı ve özgünlüğü yok edeceği korkusu olmuştur. Bu aslında Frankfurt Okulu'nun kültür endüstrisi tartışmalarıyla aynı kaygıları taşıdığı söylenebilir. Bununla birlikte sahada çalışan birçok muhabir, ÜYZ ile üretilen metinlerin meslekle ilgili soğuk hissettirdiğini ve duygu bozukluklarını beraberinde getirdiğini, mesleğe olan say-

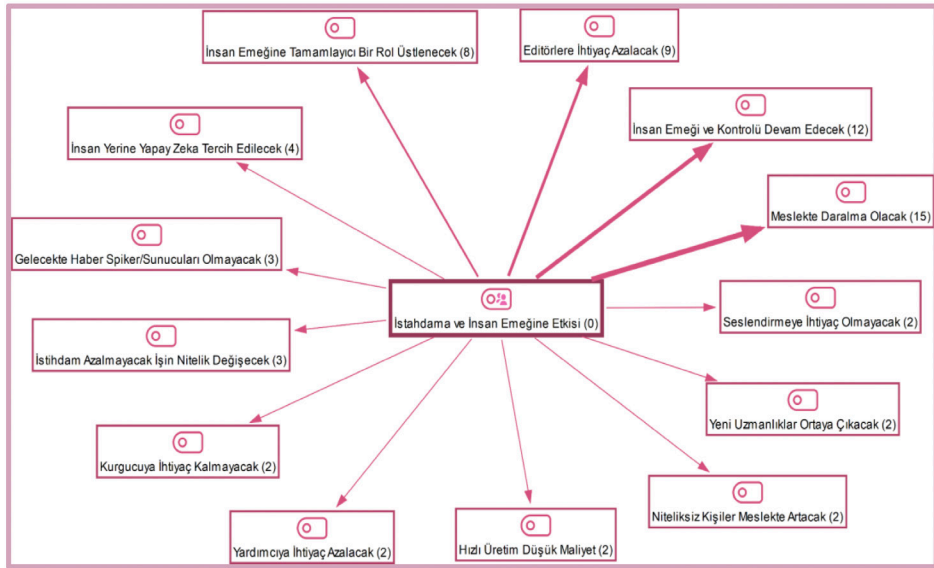
gıyı azaltacağını ve liyakatsiz kişilerin meslekte artacağı yönündeki kaygılarını belirtmişlerdir. Bunların yanında çok fazla tartışılan ve tarihsel süreçte üzerinde çok fazla konuşulan editöryal sürecin nasıl olacağı konusudur. Katılımcılarda, içeriklerin güvenilirliği, algoritmik bağımsızlık ve editöryal süreçlerin taraflı bir şekilde yönlendirileceği yönünde düşünceler oluşmuştur.

ÜYZ'nin İş Olanakları ve İstihdama İlişkin Beklenti ve Eleştirilere İlişkin Bulgular

Katılımcıların gelecekte yapay zekânın işsizlikle ilgili süreçlere ilişkin birbirinden çok farklı bir yerde durdukları görülmüştür. Katılımcıların şekil 5'teki kodlara bakıldığında yapay zekânın mesleki sürece ve istihdama ilişkin bakış açısının farklılığı anlaşılmaktadır. Katılımcıların ifadeleri şekil 5'te gösterilmektedir.

Şekil 5.

Yapay Zekânın İstihdama ve İnsan Emegine Etkisine İlişkin Kodlar



Şekil 5'deki kodlara bakıldığında genel kanı ÜYZ'nin meslekte daralmaya neden olacağı ancak insan emegine olan ihtiyacın süreceği ve insan emegini tamamlayıcı (yardımcı) bir şekilde devam edeceği kodların ağırlık kazandığı görülmektedir. Bununla birlikte bazı katılımcıların da mesleğin niteliğinin değişeceği ve yeni uzmanlık alanları oluşacağı ve bazı meslek gruplarının (spikerlik, kurguculuk, editörlük vb.) yok olacağı şeklinde bir bakış açısı da önemli bir hal almıştır. Buna ilişkin K1, "Şu anda haber spikerlerin metinlerinde kullanıyoruz. Bence gelecekte haber spikerleri olmaz, kurgu yapana olan ihtiyaç azalacaktır. Gelecekte meslekte önemli daralmalar olacağını düşünüyorum." Katılımcıların birçoğu

ÜYZ'nin yaygınlaşması üzerinden işverenlere yönelik eleştiriler yapmışlardır. Buna ilişkin K3, "Bu şekilde devam ederse yerel medyada patronlar bir veya iki personel dışında istihdam etmeyecek ve yapay zekânın haberlerini kamuoyu ile paylaşacaktır". K11, "Açgözlü patronların daha fazla kazanmak için yapay zekâ programlarına para vererek kullanacak ve daha az istihdam sağlayacaklardır. Benim olduğum kurum şu an böyle bir süreci deneyimliyor." Başka bir katılımcı da istihdamın azalacağını ve liyakatsiz kişilerin artacağına dikkat çekmiştir: "Gelecekte istihdamı azaltacaktır. Liyakat ayırımı ortadan kaldıracak ve gerçek kişilerin zarar görmesine neden olacak İş bilenle bilmeyenler aynı kefeye konulmasına neden olacaktır" (K14).

ÜYZ'nin Şanlıurfa yerel medya sektöründe kullanımının çok fazla uzun bir süreci olmadığı söylenebilir. Dolayısıyla ÜYZ ile ilgili yapılan bu çalışmada katılımcıların farklı düzeylerde kafa karışıklığı yaşadıkları görülmektedir. Dolayısıyla kendi mesleklerine ilişkin öngörülerini de farklı olduğu görülmektedir. Ancak bazı yerel medya çalışanları da yapay zekânın istihdamı ortadan kaldırmayacağı, işin niteliğinin değişeceğini ve meslekte yeni gelişmelerin sağlayacağını ifade ederek yapay zekânın kullanılmasına olumlu yaklaşmışlardır.

"Kısa vadede, özellikle rutin içerik üretimi, metin taslakları, teknik düzenleme gibi alanlarda iş süreçleri hızlanacak ve bazı görev tanımları dönüşecek. Fakat bu dönüşümün tamamen "istihdam kaybı" şeklinde değil, daha çok "işin niteliğinin değişmesi" yönünde olacağını öngörüyorum" (K4).

"Yapay zekâ aslında yerel medya için hem bir fırsat hem de bir risk. Doğru kullanılırsa, gazetecilerin işini kolaylaştıran bir yardımcı gibi çalışabilir. Mesela haber yazarken zaman kazandırabilir, veri toplamayı hızlandırabilir, sosyal medya paylaşımlarını daha etkili hâle getirebilir. Görünürlüğümüz ve üretimimiz arttığı için kuruma yeni bir kişi daha istihdam ettik" (K25).

Burada ÜYZ'nin gazetecilik mesleğini yok eden değil, değiştiren ve dönüştüren dinamik bir süreç olduğu kabul edilmektedir. Bütün bu teknolojik gelişmelere rağmen insan emeğinin ve deneyiminin önemine dikkat çekilmiştir. Bunu K16, K18 ve K26 şu şekilde ifade etmişlerdir.

"İlk internet haberciliği yaygınlaşmaya başladığında birtakım kaygılar ve eleştiriler yapıldı. Ancak bugün bakın Urfa çok sayıda yerel medya kuruluşu oluştu ve gazetecilerin sayısı artı. Dolayısıyla ben çok olumsuz düşünmüyorum. Yapay zekâ yerel medyada insanı tamamen ikame etmesi mümkün değil ama iş tanımlarını değiştireceğini düşünüyorum. Video montaj araçları, haber bülteni jenerasyon sistemleri, yapay sunucu ve yapay seslendirme teknolojileri bazı meslektaşlarımızın işini kaybetmesine neden olacaktır. Ancak diğer birçok alanda insan gücü ve deneyimi devam edecektir" (K16).

“Özgün bir medya kuruluşu iseniz haber üretimi sürecinde sahada olmanız gerekiyor. Kendinize ait görüntü, röportajlar ya da fotoğraflar üretmelisiniz. Bunun için de muhabire/muhabirlere ihtiyacınız var. Bu anlamda istihdamı etkileyeceğini pek düşünmüyorum.” Mesela benim olduğum kurum benden sonra daha fazla kişi mesleğe aldı. Sahaya çıkacak kişinin sayısı arttı. Çünkü platformlar çoğaldıkça bunlara içerik üretimine olan ihtiyaç da artmış durumda” (K18).

“Ben ÜYZ’nin kullanımının çalışan sayısını azaltacağını düşünmüyorum. Tam tersine yapay zekâ ile üretim ve kalitemiz arttırmaya başladı. Biz de modern dünya ile entegre bir şekilde büyümeye çalışıyoruz. Artık sınırlar da olmadığı için bazen Ankara ve İstanbul’a da iş yapmaya başladık. Bunlar yapay zekâ gelişimiyle bağlı arttı. Çünkü çalışanlarımız yapay zekâyı eğitim amaçlı ve uzman olarak da kullanıyorlar. Ben korkacak bir durum olmadığını düşünüyorum. İnsan emeğini tamamen ikame etmekten çok tamamlayıcı olacağını düşünüyorum” (K26).

Birçok katılımcı ÜYZ teknolojinin iş yaşamına ilişkin olumlu yaklaşıtları ve istihdam süreçlerindeki avantajlı tarafları öne çıkararak sürecin olumlu olacağını düşünmektedir. Bazı katılımcılarda ÜYZ’nin bu denli gelişmesini meslek ve istihdamı açısından bir risk olarak görmektedir. Reklam ilişkisi farklılaşması durumunda meslek açısından korkutucu olacağını belirtmişlerdir. Buna ilişkin K23 şu ifadeleri genel durumu özetlemektedir:

“Bence yapay zekânın bu gelişimi çok olumlu bir süreçtir. Ancak en korkutucu tarafı istihdamla ilişkili olacaktır. Mesela Google reklamlarda yapay zekâ yasak olmasaydı, bu kadar kişi burada çalışmasına gerek olmayacaktı. Eğer reklamlarla ilişkili gelişmeler farklı olursa bu işyerinde de büyük kısımlar olacaktır. Benim ve arkadaşlarım için en korkutucu tarafı budur” (K23).

Katılımcıların ifadelerinden genel olarak editörlük, spikerlik, kurguculuk gibi meslek alanlarında daralmaya ya da yok olacağı kanısı ağırlık basmıştır. Bunların yanında en çok eleştirilen ve istihdam alanlarında daralma olacağı düşünülen diğer bir meslek grubu editörlük ve editörlerle ilişkili olmuştur. Buna ilişkin K2, “artık editöryal bağımsızlıktan bahsedemiyorum. Çünkü yapay zekâ gittikçe editöryal sürecin yerini almaktadır” şeklinde ifade etmiştir. K8 ise “Yapay zekâ bu hızla kullanılmaya devam edilirse, yerel medyada çalışan editör sayısı hızla azalacaktır. Meslektaşlarımız bu korkunç tablonun farkında değil.”

Çok az sayıda yerel medya çalışanı ÜYZ’nin insan yerini alabileceğini ÜYZ’nin genel kullanımı ve işlevlerinden hareketle açıklamaya çalışmıştır. Buna ilişkin K24 şu ifadeleri kullanmıştır:

“Üretken yapay zekâ artık gittikçe editör gibi hareket etmektedir. Siz haberi-nizi yapay zekâyâ yazdırmayın, ama oraya attın size bütün yanlışları, çelişki-leri anında ortaya çıkarmaktadır. Bu da insandan daha az hatanın yapıldığı anlamına gelmektedir. Doğru soruları sorup doğru yönlendirmeyi yaptığınız-da etkileyici sonucu alıyorsunuz. Örneğin kurumun haber politikasını yükli-yorsunuz ve haberlerinizle ilgili kurumsal politikasıyla çelişkili içerik olup olmadığını sorduğunuzda size anında hangi içeriklerin doğru olup olmadı-ğını belirliyor. Bütün bu gelişmeler bana göre çok olumlu gelişmeler, ancak gelecekte ön görmediğimiz sonuçları olabilir. Gittikçe insanların yerlerini almaya başladı sanki” (K24).

Katılımcılara yöneltilen yapay zekânın mesleki motivasyonlarını nasıl etkilediği sorusuna ilişkin ise katılımcıların yapay zekânın ürettiklerinin ve katkısının bir-çok avantajı sıralarken, kişisel becerileri ortadan kaldırdığı için mesleki motivas-yonlarının olumsuz etkilediği görülmüştür. Buna ilişkin K16’ın ifadeleri duruma açıklık getirmektedir:

“Doğru ve gerçeklik açısından da zorluk sağlıyor. Çekilen ve hazırlanan vi-deo ve fotoğrafların gerçek mi olduğu veya yapay zekâ ile mi hazırlandığı konusunda bazen ikilemde kalabiliyoruz. Bunu ayırt etmek işimizi biraz zorlaştırıyor. Bilgiye ulaşma konusunda tatmin edici ve istediğimiz bilgiye ulaşınca motive oluyoruz. Fakat yapay zekâ ile hazırlanan görsel ve videolar da aksine motivasyonumuzu düşürüyor. Yapay zekâ ile hazırlanan fotoğraf ve videoları görünce mesleğe bakış açımız biraz olumsuz yönde değişiyor ve ge-lecekte işle ilgili kaygılarımız artıyor. En iyi fotoğraf ve video yapay zekâ ile hazırlanabiliyor. Böyle olunca de mesleğin geleceğini kestiremiyoruz” (K16).

Katılımcıların genel eğilimlerine bakıldığında yapay zekânın istihdamı tamamen ortadan kaldırmayacağı yönünde olmuştur. Ancak ÜYZ’nin etki gücü ve işin ka-litesini arttıracacağı, bazı iş alanlarına olan ihtiyacının kalkacağı ve çalışan sayısını azalacağı şeklinde genel bir anlayış hâkim olmuştur. Buna ilişkin katılımcılar masa başı işlerine olan ihtiyacın azalacağını ve insan gücüne, saha haberciliğine, kamu ve yerel kaynaklarla birebir ilişkilerde insan emeğine olan ihtiyacın devam edeceğini düşünmektedir. Birçok kurumun daha fazla genç muhabir istihdam et-mesi ve bunları birçok yerde görevlendirerek veri toplaması bunun önemli ör-neklerinden biri olduğu düşünülebilir. Yaygın anlayış, yapay zekâyı iş yaşamında kullanan kişi ve kurumların daha fazla öne çıkacağı, bu anlayışla hareket etmeyen yerel medya organizasyonlarının ortadan kalkacağı, yaşama şansının olmayacağı yönünde olmuştur.

TARTIŞMA

Bu çalışmanın bulguları, ÜYZ'nin kullanımına yönelik gelişen tutumları ortaya koyarak yapay zekânın potansiyeline ilişkin iyimserlik ile gazetecilik mesleğine etkisine yönelik kaygılar arasında ince bir etkileşim bulunduğunu göstermektedir. Çalışma, ÜYZ'nin hem bireysel kullanımını hem de meslek üzerindeki daha geniş ve çok yönlü etkilerini anlamaya katkı sağlamakta ve gazetecilerden elde edilen bulgular üzerinden sonuçları tartışmaktadır.

Katılımcıların ifadeleri ve bu ifadelerden elde edilen kodlar incelendiğinde, ÜYZ'nin yerel medya ve haber üretim süreçlerinde kullanımına ilişkin bir belirsizlik ve kafa karışıklığı olduğu görülmektedir. Bu durumun, gelişmekte olan ülkelerde teknolojik yeniliklerin hızlı yayılımıyla ilişkili olduğu söylenebilir. Söz konusu bulgular, ÜYZ'nin haber üretim süreçlerindeki kullanımına ilişkin tartışmalı bir sürecin varlığını da ortaya koymaktadır (Liu, 2025). Katılımcılar genel olarak ÜYZ'nin üretkenlik, hız, kolaylık ve yaratıcılık gibi yönlerine dikkat çekerken, bu teknolojinin istihdamı ve insan emeğine olan ihtiyacı azaltmıyacağı yönünde de görüş bildirmiştir. Bu durum, ifadeler arasında bir tutarsızlık olduğunu göstermektedir. Dolayısıyla yerel medya çalışanlarının insan emeğini önceleyen bir yaklaşım sergilerken, teknolojik üretkenliğe karşı daha temkinli bir tutum geliştirdikleri görülmektedir. Elde edilen bulgular, gazetecilerin farklı ülkelerdeki meslektaşlarıyla benzer kaygılar taşıdığını da ortaya koymaktadır (Møller vd., 2025).

Birçok katılımcının yapay zekâyı faydalı bulmasına rağmen iş yaşamında aktif kullanmadığı görülmektedir. Bunlar genellikle yapay zekânın yaratıcılığı olumsuz yönde etkilediğini ifade etmişlerdir. Ancak bu minvalde fikir beyan eden katılımcıların aksine bazı araştırmacılar yapay zekânın 'gerçek sanatçılar' olma yolunda potansiyelinin olduğunu iddia etmektedirler (Boden, 2004; Cheng, 2022; Sawyer & Henriksen, 2024). ÜYZ'yi kullanmadıklarını belirten bazı katılımcılar da, Google'da tıklanma üzerinden elde edilen reklam gelirlerinin düşmesi yönünde endişe taşımaktadır. Bu bağlamda, yapay zekâ tarafından hazırlanan haber metinlerinin Google'da öne çıkmak için yeterli özgünlüğe sahip olmadığı görülmektedir.

Katılımcıların bir kısmı, ÜYZ'nin dijital dönüşümün hızlanmasıyla birlikte istihdamda fiziksel iş gücünün yerini alacağını ve bunun medya çalışanlarını olumsuz yönde etkileyeceğini ifade etmektedir. Bu çerçevede katılımcılar Sheikhi'nin (2022) araştırmasında yer alan bulguları destekler niteliği taşımaktadır. Diğer taraftan bazı katılımcılar ise ÜYZ'nin etkili olduğu ancak gazetecilerin yerini alamayacağı düşüncesini taşımaktadırlar. Bu katılımcılar ÜYZ'nin gazetecilerin yani insanların yönlendirmesine ihtiyaç duyduğunu savunmaktadır. Bu kapsamda yapılmış olan bazı çalışmalar katılımcılardan elde edilen bulgular ile aynı doğ-

rultuda sonuçlara ulaşılmıştır (Işık et al., 2022; Ay, 2022, Geyik, 2025; García de Torres vd. (2025)). Bu çalışmalarda ÜYZ'nin medya üzerindeki etkisinin varlığı tartışıldığı ancak medyada yapay zekânın hala işbirliğine ihtiyaç duyduğu sonucu ortaya çıkmaktadır.

Çalışmanın bulgularında ayrıca bazı katılımcılarda sınırlı düzeyde tablo, görsel oluşturma ve kelimenin anlamını öğrenmede kullandığını ifade etmişlerdir. Ancak bu katılımcılar ÜYZ'nin haber üretiminde bağımsızlık ve editoryal bağımsızlık ilkelerini ihlal edebileceği kaygısı taşıdıkları anlaşılmaktadır. Bu çerçevede yapılan bilimsel çalışmalar katılımcıların kaygılarında haklı olduklarını ortaya koymaktadır (Fırat, 2025; Gökdemir, 2025). Çalışmaların bulgularında ÜYZ ile üretilen haberlerin editoryal denetimine vurgu yapılırken bazılarında da editoryal bağımsızlık kavramının neredeyse ortadan kalktığı savunulmaktadır. Dolayısıyla yerel medyada ÜYZ'nin kullanımının henüz tam olarak yerleşmemiş olduğu görülmektedir.

Bu çalışmada yerel medya çalışanlarının ÜYZ kullanımlarının tam olarak benimsenmediği ve kullananlarının haber/program üretmekten ziyade destekleyici bir araç/yardımcı olarak kullandıkları görülmektedir. Yerel medya çalışanlarının genel ifadelerinden elde edilen bu tespit, medyada ÜYZ'ye ilişkin yapılan çalışmalarla uyumlu bir süreç izlediğini göstermektedir. Bu çalışmamızın bulguları Lewis ve arkadaşlarının (2019), ÜYZ'nin haber odalarında genellikle veri işleme, düzenleme, rutin işlerde kullanıldığına ilişkin tespitleriyle de örtüşmektedir. Gerek yapılan bu çalışmada gerekse bizim bu çalışmamız da ÜYZ'nin editoryal kararlarda belli oranda kullanılsa da, medya üretim süreçlerinde insan denetiminin devam ettiği ve edeceği söylenebilir. Katılımcıların ifadelerinde elde edilen bulgulardan hareketle ÜYZ'nin yerel medyada istihdamı ortadan kaldırmadan da iş tanımlarını değiştireceği, bazı meslek gruplarına olan ihtiyacı azalacağı için birtakım daralmaların olacağı yönünde güçlü bir kanaat de oluşmuştur. Elde edilen bu bulgular, Frey ve Osborne'un (2017) 'kısmi ikame' yaklaşımıyla benzerlik göstermektedir.

Birçok katılımcı gazetecilik mesleğinde ve yerel medyanın diğer işleyişlerinde ÜYZ'nin belirli sınırlar içerisinde kullanılması gerektiğini savunmuşlardır. Bu bakış açısı Deuze'nin (2007) gazeteciliği aynı zamanda "kültürel pratik" olarak görmesiyle de benzerlik taşımaktadır. Her ne kadar bizim bu çalışmamızda ÜYZ'nin mesleğin etik ilkelerine ilişkin bir araştırma süreci gerçekleştirilmemişse de katılımcıların kaygıları ve ifadeleri bu etik süreçle ilişkisini ortaya koymaktadır. Burada Deuze'nin gazeteciliğin teknik bir üretim faaliyeti olmadığı, birtakım etik ilkeler ve bireysel süreçlerle oluşan bir meslek pratiği olduğunu güçlendirmektedir. Bu doğrultuda ÜYZ'nin editoryal süreçlere hâkim olması,

giderek mesleği yapanın yerine kullanılması, medya ve gazeteciliğin niteliğini zayıflatma riskini taşımaktadır.

Bu çalışmanın örneklemini her ne kadar dünyanın gelişmiş ülkelerine göre gazetecilik faaliyetleri amatör bir şekilde ve kısıtlı imkânlarla devam etse de ÜYZ'nin özellikle haber üretim süreçlerinde çok boyutlu ve belirgin bir şekilde kullanıldığı ve hızla kullanılmasında artış olduğu söylenebilir. Bu hızlı gelişim Pavlik'in (2000) gazetecilik çalışmalarıyla ilişkisi kurulabilir. ÜYZ'nin oluşturduğu hız ve zaman baskısı, doğruluk ve teyit gibi gazeteciliğin temel ilkeleri açısından yeni riskler ve sorunlar üretmektedir. Haberin kimin tarafından yazıldığı, kaynağı ve içeriğin oluşturulması gittikçe belirsiz hale gelmektedir. Carlson'un (2018) üretilen otomatik içerik üretimleri haberin otoritesini belirsizleştirdiği vurgusu yerel medyada da gittikçe bir sorun olarak öne çıkmaktadır. Katılımcılar, dezavantajlarını belirtirken, bağlam hataları, eksik veya yanlış bilgi sunma gibi algoritmik üretim süreçlerindeki sorunlara dikkat çekmişlerdir. Dijital uygulamalarda veya platformlarda içerik üretimleri, algoritmik sistemler tarafından dolaylı bir biçimde yönlendirildiği görüşüyle bağlantısı söz konusudur (Van Dijck, 2013). Ayrıca kimin gündemi ve neyin öne çıkarıldığı konusu önemli bir tartışma konusu olarak ortada durmaktadır.

Araştırmanın bulguların öne çıkan temalardan bir tanesi de mesleki tatmin ile ilişkili olmuştur. Gazetecilik mesleğini yapan bazı katılımcıların, yazma pratiğine önem verdikleri ve meslekte insan deneyimini öne çıkardıkları görülmektedir. Bu mesleki tatmin ile ilişkili olarak da ÜYZ'nin metinleri ve dili tektipleştirdiği, kişisel üslubu zayıflattığını öne sürmüşlerdir. Elde edilen bu bulgular Bourdieu'nun (1998) medya analizleri ile ilişkili "alan içi homojenleşme" açıklamalarıyla ilişkisi kurulabilir. Öte yandan gazetecilerin haberle ilişkili kurdukları cümleler, örneğin "*haber bana ait değilmiş gibi geliyor*" ifadesi yabancılaşma tartışmaları ekseninde düşünülebilir. Bu bağlamda ÜYZ'nin teknik bir dönüşümün yanında mesleki kimlik alanıyla ilgili bir dönüşüm ve sorgulama oluşturduğu görülmektedir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu çalışmada ÜYZ'nin yerel medya kuruluşlarında belirli oranda, parçalı ve sınırlı bir şekilde kullanıldığı ve ÜYZ'nin kullanılmasına ilişkin birbirlerinden çok farklı bakış açısına sahip olduğu anlaşılmaktadır. Ancak buna rağmen yerel medyada ÜYZ'nin kullanımıyla ilişkili geniş bir perspektif ve ifadelerin önemli teorik desteği sunduğu görülmektedir. ÜYZ ile ilgili yaşanan bu gelişmelere rağmen yerel medya çalışanları gelecekle ilgili umutlarını korumaya çalıştıkları ve teknolojik gelişmelere rağmen mesleklerinde insana olan ihtiyacın devam edeceği yönünde görüş ortaklığı söz konusudur. ÜYZ her ne kadar yerel medya

kuruluşlarında birçok amaçla kullanılmış olsa da editoryal karar verici bir unsur olarak kullanılmadığı, sadece bununla ilgili endişeler olduğu görülmektedir. Ayrıca ÜYZ'nin tercih edilmesinin ekonomik, teknik ve sınırlı insan kaynaklarıyla da ilişkili olduğu söylenebilir.

Araştırmada elde edilen sonuçlara göre habercilikte özellikle insanlarla ilişki kurma, saha haberciliği, yerel alanlarda insanlarla birebir ilişki kurma halen insan emeğine olan ihtiyacın devam edeceği yönünde güçlü bir inanç ortaya çıkmıştır. Hatta ÜYZ'nin yerel süreçlerle ilişkilerde ve kültürel bağlamı yeterince yansıtmayacağı, gazeteciliğin temeli olan yüz yüze ilişki, insanlarla kurulan güven bağları nedeniyle algoritmik üretkenliklerinin birçok alanda dışarıda kalacağı savunulmuştur. Özellikle gazetecilerin genel ifadeleri ve mesleğe ilişkin deneyimleri bu mesleğin yalnızca üretim olmadığı, bunun yanında sosyal ilişkilerin gerçekleştiği ve yerel bağlam bilgisinin gerektiği, aktif bir süreç olduğunu göstermektedir. Dolayısıyla ÜYZ'nin hızla artan etkisi, mesleği ciddi anlamda dönüştürdüğü ve dönüştüreceği, mesleki tanımlamaları değiştireceği, insan gücünün bazı yerlerde daha önemli hale geleceği ve bazı teknik alanlarda ihtiyacın azalacağı ya da kalmayacağı, mesleği sona erdirmese de yeni rol dağılımların olacağı, bir şekillenme süreci olarak okunabilir.

Bu çalışmanın genel araştırma sorularının arasında olmasa da etik sorumluluk ve düzenlemelere ilişkin gibi önemli bir sonuç ortaya çıkmaktadır. ÜYZ'nin habercilikte kullanımı belirsizliği artırmakta, sorumluluğun kime ait olacağı problemleri doğurmaktadır. Katılımcılar farklı amaçlarla her ne kadar ÜYZ'yi kullansa da yapay zeka ile ilgili üretim süreçlerine mesafeli yaklaştıklarını ve insan denetiminden vazgeçilmemesi gerektiğini vurgulamıştır. Bu çalışmanın genel sonuçlarına bakıldığında ÜYZ'nin meslekle ilgili bazı belirsizliklerinin olduğu ve meslekte insan unsuruna ilişkin sürecin gelecekte yeni düzenlemeler olacağı ve olması da gerektiği ifade edilebilir.

Yerel medya kuruluşlarında ÜYZ kullanımının, editoryal süreçlerin yerine geçmekten ziyade düzenleme ve doğrulama amacıyla kullanılması gerektiği düşünülmektedir. ÜYZ tarafından üretilen haber içeriklerinin mutlaka alanında deneyimli kişiler tarafından kontrol edilmesi önem taşımaktadır. Bununla birlikte, yerel medya çalışanlarına dijital okuryazarlık ve algoritma okuryazarlığına yönelik bilinçlendirme eğitimleri verilmelidir. Gazetecilerin mesleki kimliklerinin farkındalığını artırarak editoryal ve etik ilkeler çerçevesinde sorumluluk bilinciyle mesleklerini icra etmeleri gerekmektedir. Gazeteciliğin insan unsuruna dayalı niteliği gözetilmeli; yüz yüze iletişim, kaynak ilişkileri ve kamu güveni gibi temel unsurlar korunmalıdır. Yerel medya kuruluşları, ÜYZ'yi çalışanların yerine ikame etmekten kaçınarak destekleyici bir araç olarak değerlendirmeli ve

sektörün gelişimine sorumluluk bilinciyle yaklaşmalıdır. Bunlara ek olarak, ÜYZ kullanımına yönelik denetleyici mekanizmalar oluşturulmalıdır. Özellikle basın meslek kuruluşları, ÜYZ'nin şeffaf ve etik kullanımına ilişkin rehberler hazırlanmalıdır. Kurumsal kimliği, üyeliği ve denetim mekanizması bulunmayan kişi ve kurumların medya üretim süreçlerine yönelik denetim ve yaptırımlar uygulanmalı; bunlara kamu kaynaklarından reklam desteği verilmemelidir. Son olarak, bu alanda yapılacak akademik çalışmaların yalnızca teknik boyuta değil; etik, kurumsal yapı ve mesleki sorumluluk çerçevesine de odaklanması gerekmektedir. Karma yöntemli ve uzun dönemli araştırmalar, ÜYZ'nin yerel medya üzerindeki etkilerini daha net biçimde ortaya koyacaktır.

KAYNAKÇA

Acar, H. M., & İmİK Tanyıldızı, N. (2022). Reklamda yapay zekâ kullanımı: ziraat bankası# senhepgülümse reklam filminde deepfake uygulamasının görsel anlatıya etkisi. *Kastamonu İletişim Araştırmaları Dergisi*, (8), 78-99.

Altun, A. (2005). Yerel medya çalışanlarının eğitim ihtiyacı ve yerel medya enstitüsü. *İletişim Araştırmaları*, 3(1-2), 75-104.

Ay, A. (2022). Yapay *zekâ haberciliği ve gazetecilik tartışmalarına dair bir değerlendirme. *Turkish Online Journal of Design Art and Communication*, 12(4), 913-926.

Beckett, C. & Yaseen, M. (2023). Generating change: a global survey of what news organisations are doing with AI. *Polis, The London School of Economics and Political Science*.

Bekar, S., Çağlar Demir, B., & Ay, A. (2024). Yerel medya çalışanlarının yeni iletişim teknolojilerini kullanma becerilerinin belirlenmesine yönelik nitel bir çalışma. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 12(1), 123-151. <https://doi.org/10.19145/e-gifder.1406593>

Boden, M. A. (2004). *The creative mind: Myths and mechanisms* (2nd ed.). Routledge.

Bourdieu, P. (1998). *On television*. New Press.

Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77-101. <https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa>.

Carlson, M. (2018). The robotic reporter: Automated journalism and the redefinition of labor, compositional forms, and journalistic authority. *Digital Journalism*, 3(3), 416-431. <https://doi.org/10.1080/21670811.2014.976412>

Center for News, Technology & Innovation (2024). 2024 journalist survey: Technology and AI in newsrooms (CNTİ raporu). <https://cnti.org/2024-journalist-survey/technology/>

Cheng, M. (2022). The creativity of artificial intelligence in art. *Proceedings*, 81(1), 110. <https://doi.org/10.3390/proceedings2022081110>

Cheng, S. (2025). When Journalism meets AI: Risk or opportunity?. *Digital Government: Research and Practice*, 6(1), 1-12.

Cools, H., & Diakopoulos, N. (2024). Uses of generative AI in the newsroom: Mapping journalists' perceptions of perils and possibilities. *Journalism Practice*, 1-19. <https://doi.org/10.1080/17512786.2024.2394558>

Creswell, J. W. (2007). *Qualitative inquiry and research design choosing among five approaches*. Sage

Creswell, J. W., & Plano-Clark, V. L. (2017). *Designing and conducting mixed methods research* (3rd ed.). SAGE Publications.

Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2016). *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches*. Sage Publications.

Çelikbaş, S., & Özsoy, S. (2022). Dijitalleşme sürecinde yerel medyanın sorunları: Bolu örneği. *SDÜ İFADE*, 4(1), 1-33.

de-Lima-Santos, M.-F., and W. Ceron. 2022. "Artificial Intelligence in news media: Current perceptions and future outlook." *Journalism and Media* 3 (1): 13–26. <https://doi.org/10.3390/journalmedia3010002>.

Delibaş, İ. (2023). Dijitalleşmenin yerel medyanın dönüşümündeki etki ve sonuçları. *Dil ve Edebiyat Araştırmaları*, 28, 90-103.

Deuze, M. (2007). *Media work*. Polity Press.

Doğanay, A. (2024). *Veri gazeteciliği, algoritmik habercilik ve yapay zekânın gazetecilik üzerindeki dönüştürücü etkisi* (Master's thesis). Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Edmonds, W. A., & Kennedy, T. D. (2017). *An applied guide to research designs: Quantitative, qualitative, and mixed methods* (2nd ed.). Sage

Erdem, B. K. (2021). Yapay zekânın medya ve yayıncılık alanına etkisi. *TRT Akademi*, 6(13), 896-903.

Fırat, F. (2025). Yapay zekâ çağında yeni medyanın dönüşümü: Deniz Yengin ile söyleşi. *Yeni Medya*, (18), 515-520.

Frey, C. B., & Osborne, M. A. (2017). The future of employment: How susceptible are jobs to computerisation? *Technological Forecasting and Social Change*, 114, 254-280. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2016.08.019>

García de Torres, E., Ramos, G., Yezers' ka, L., Gonzales, M., Higuera, L., & Herrera, C. (2025). The use and ethical implications of artificial intelligence, collaboration, and participation in local Ibero-American newsrooms. *Frontiers in Communication*, 10, 1539844.

García-Marín, D., Sánchez-Medina, J. J., & Delgado, R. L. (2022). The role of artificial intelligence in combating disinformation: A review of challenges and opportunities. *Journal of Information Technology*, 43, 113-126.

Geyik, K. (2025). Yapay zekâ haberciliği: Haber yazma kuralları çerçevesinde analiz. *Yeni Medya*, (18), 306-328.

Glaser, B. G., & Strauss, A. L. (1967). *The discovery of grounded theory: Strategies for qualitative research*. Routledge.

Gökdemir, A. (2025). Haber ajansları tarafından geliştirilen gazetecilikte yapay zekâ kullanımı standartları. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, (70), 46-65.

Graefe, A. (2016). Guide to automated journalism. *Columbia Journalism Review*. https://www.cjr.org/innovations/guide_to_automated_journalism.php. (Erişim tarihi: 3 Ocak 2026).

Gül, K. (2024). Yapay zekâ teknolojilerinin gazetecilik alanında kullanımı: Avantajlar ve dezavantajları. *Journal of Communication and Social Sciences*, 4(2), 306-331. <https://doi.org/10.59534/jcss.1457410>

Harte, D., Turner, J., & Williams, A. (2016). Discourses of enterprise in hyper-local community news in the UK. *Entrepreneurial Journalism*, 10(2), 233-250.

Işık, U., Ölçekçi, H., & Koz, K. A. (2022). Yapay zekâ ve algoritma ekseninde gazeteciliğin geleceği ve toplum için anlamı. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 10(2), 1248-1275.

Johnson, R. B., Onwuegbuzie, A. J., & Turner, L. A. (2007). Toward a definition of mixed methods research. *Journal of Mixed Methods Research*, 1(2), 112-133. <https://doi.org/10.1177/1558689806298224>

Kaçar, F. (2024). Dijital çağda yerel medya çalışanlarının sorunlarının tespitine yönelik nitel bir araştırma: Şanlıurfa ili örneği. *Erciyes İletişim Dergisi*, 11(2), 627-650. <https://doi.org/10.17680/erciyesiletisim.1436698>

Kırık, A. M., Göksu, O., & Yeğen, C. (2024). Yapay zekâ ve gazetecilik: Türk medyasında ChatGPT kullanımı. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, (68), 90-

109.<https://doi.org/10.47998/ikad.1469909>

Lewis, S. C., Guzman, A. L., & Schmidt, T. R. (2019). Automation, journalism, and human-machine communication: Rethinking roles and relationships of humans and machines in news. *Digital Journalism*, 7(4), 409-427. <https://doi.org/10.1080/21670811.2019.1577147>

Liu, Y. (2025). Motivation or pressure? basic characteristics and key issues of human-machine collaboration in journalism and communication from the perspective of labor. *Advances in Education, Humanities and Social Science Research*, 14(1), 423-423.

Lorenz, P., Perset, K., & Berryhill, J. (2023). Initial policy considerations for generative artificial intelligence. *OECD Artificial Intelligence Papers*. <https://doi.org/10.1787/8a5f3c8f-en>

Mahony, S., & Chen, Q. (2024). Concerns about the role of artificial intelligence in journalism, and media manipulation. *Journalism*, 26(9), 1859-1877. <https://doi.org/10.1177/14648849241263293>

Matich, P., Thomson, T. J., & Thomas, R. J. (2025). Old threats, new name? Generative AI and visual journalism. *Journalism Practice*, 1-20. <https://doi.org/10.1080/17512786.2025.2451677>

Møller, L. A., van Dalen, A., & Skovsgaard, M. (2025). A Little of that Human Touch: How Regular Journalists Redefine Their Expertise in the Face of Artificial Intelligence. *Journalism Studies*, 26(1), 84-100. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2024.2412212>

Munoriyarwa, A., Chiumbu, S., & Motsaathebe, G. (2023). Artificial intelligence practices in everyday news production: The case of South Africa's mainstream newsrooms. *Journalism Practice*, 17(7), 1374-1392. <https://doi.org/10.1080/17512786.2021.1984976>

Nazlı, R., & Altundağ, Y. (2025). CHATGPT ve Diğer Yapay Zeka Uygulamalarının Yerel Basında Kullanımı: Bolu Örneği. *Simetrik İletişim Araştırmaları Dergisi*, 4(2), 143-160.

Nishal, S., & Diakopoulos, N. (2024). *Envisioning the applications and implications of generative AI for news media*. *arXiv*. <https://arxiv.org/abs/2402.18835>

Okan, Y. T., Kaçar, F., & Taşıyan, M. (2024). Özel sektör çalışanlarının algılarına göre örgüt içi iletişim dinamiklerinin incelenmesi. *Selçuk İletişim*, 17(2), 165-195. <https://doi.org/10.18094/josc.1480416>

Özçağlayan, M., & Kortak, İ. Y. (2023). *Medya takip merkezleri üzerinden Türki-*

ye'de yapay zekânın medyadaki kullanımının değerlendirilmesi. *Turkish Online Journal of Design Art and Communication*, 13(3), 700-714.

Özsalih, A. (2023). Yapay zekâ yoluyla oluşturulan sahte haberlerin medya gündemini belirlemesi. *The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication (TOJDAC)*, 13(3), 533-550. <https://doi.org/10.7456/tojdac.1285554>

Özsoy, S. (2025). Gazetecilikte dijitalleşme ve yapay zekâ kullanımı: Nitel bir çalışma. *SDÜ İFADE*, 7(2), 61-75.

Öztürk, K., & Şahin, M. E. (2018). Yapay sinir ağları ve yapay zekâyâ genel bir bakış. *Takvim-i Vekayi*, 6(2), 25-36. <http://www.sloi.org/sloi-name-of-this-article>

Pavlik, J. (2000). The impact of technology on journalism. *Journalism studies*, 1(2), 229-237.

Pavlik, J. V. (2023). Collaborating with ChatGPT: Considering the implications of generative artificial intelligence for journalism and media education. *Journalism & mass communication educator*, 78(1), 84-93.

Peña-Fernández, S., Meso-Ayerdi, K., Larrondo-Ureta, A., & Díaz-Noci, J. (2023). Without journalists, there is no journalism: the social dimension of generative artificial intelligence in the media. *Profesional de la información*, 32(2). <https://doi.org/10.3145/epi.2023.mar.27> *Political Sciences*, 2(1), 102-111.

Prentice, C., Dominique Lopes, S., & Wang, X. (2020). *The impact of artificial intelligence and employee service quality on customer satisfaction and loyalty*. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 29(7), 739-756.

Rapley, T. (2004). *Interviews* in C. Seale, G. Gobo, J. F. Gubrium & D. Silverman (Eds.), *Qualitative Research Practice*. Sage Publications.

Sabahçı, B. (2024). Yerel gazetecilerin yapay zekâyı kullanım durumu: Yozgat yerel gazete çalışanları örneği. *Meriç Uluslararası Sosyal ve Stratejik Araştırmalar Dergisi*, 8(3), 243-258. <https://doi.org/10.54707/meric.1516121>.

Sawyer, R. K., & Henriksen, D. (2024). *Explaining creativity: The science of human innovation*. Oxford University Press.

Sheikhi, M. (2022). Yapay zekâ kullanımının iş piyasasına etkisi. *Journal of Economics and Political Sciences*, 2(1), 102-111.

Sönmez, G. (2025). Türkiye'de iletişim alanında yapay zekâ kullanımı: Sorunlar ve çözümler. *Stratejik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 9(2), 309-330.

Strauss, A. L., & Corbin, J. (1990). *Basics of qualitative research: Grounded theory procedures and techniques*. Sage Publications.

- Van Dijck, J. (2013). *The culture of connectivity: A critical history of social media*. Oxford University Press.
- Williams, W., Parkes, E. L., & Davies, P. (2013). Wordle: A method for analysing MBA student induction experience. *The International Journal of Management Education*, 11(1), 44-53.
- Yıldırım, A.,& Şimşek, H. (2018). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Seçkin Yayınları.
- Yılmaz, N. (2010). Yerel basının etik sorunları. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 1(36), 131-143.
- Zhang, S. (2025). Exploring the impact of artificial intelligence on journalism in the future digital era. *Interdisciplinary Humanities and Communication Studies*, 1(3), 1-5.
- Zuboff, S. (2019). *The age of surveillance capitalism: The fight for a human future at the new frontier of power*. PublicAffairs.

TRT ARAPÇA'NIN FASLI İZLEYİCİLER ÜZERİNDE TÜRKİYE'NİN ÜLKE İMAJINI ŞEKİLLENDİRMEDEKİ ROLÜ

Khadija EL MADDAH
Bağımsız Araştırmacı
presse.khadija@gmail.com
<https://orcid.org/0009-0000-9777-2573>

<i>Atf</i>	El Maddah, K. (2026) TRT ARAPÇA'NIN FASLI İZLEYİCİLER ÜZERİNDE TÜRKİYE'NİN ÜLKE İMAJINI ŞEKİLLENDİRMEDEKİ ROLÜ. <i>İletişim Çalışmaları Dergisi</i> , 12 (2), 141-155.
------------	--

Geliş tarihi / Received: 26.12.2025

Kabul tarihi / Accepted: 01.05.2026

DOI: 10.17932/IAU.ICD.2015.006/icd_v012i2002

ÖZ

Bu çalışma, Türkiye'nin Arapça yayın yapan uluslararası yayıncısı TRT Arapça'nın Faslı izleyicilerin Türkiye algısını şekillendirmedeki rolünü incelemektedir. Buhmann'ın Dört Boyutlu Ülke İmajı Modeli'nden yola çıkarak, araştırma TRT Arapça'ya maruz kalmanın Türkiye'nin duygusal, işlevsel, normatif ve estetik değerlendirmelerini nasıl etkilediğini araştırmaktadır. Yedi büyük Fas şehrinde 1.002 katılımcı ile nicel kesitsel bir anket gerçekleştirilmiştir. Veriler tanımlayıcı istatistikler, korelasyon analizi ve tek yönlü ANOVA kullanılarak analiz edilmiştir. Bulgular, TRT Arapça'ya maruz kalmanın, ülke imajının dört boyutu genelinde Türkiye algısını önemli ölçüde olumlu yönde etkilediğini göstermektedir. Özellikle, izleme sıklığının artması, duygusal yakınlığın güçlenmesi, kültürel çekicilik algısının artması ve Türkiye'nin işlevsel ve normatif özelliklerinin daha olumlu değerlendirilmesi ile ilişkilidir. Çalışma, uluslararası yayıncılığın bir medya diplomasisi aracı olarak önemini vurgulamakta ve Kuzey Afrika bağlamında yumuşak güç literatürüne ampirik kanıt sağlamaktadır.

Anahtar Kelimeler: TRT Arapça, Fas, Ülke İmajı, Medya Diplomasisi, Yumuşak Güç, Uluslararası Yayıncılık.

THE ROLE OF TRT ARABIC IN SHAPING MOROCCO'S PERCEPTION OF TURKEY'S COUNTRY IMAGE

ABSTRACT

This study examines the role of TRT Arabic, Turkey's Arabic-language international broadcaster, in shaping Moroccan audiences' perceptions of Turkey's country image. Drawing on Buhmann's Four-Dimensional Country Image Model, the research investigates how exposure to TRT Arabic influences emotional, functional, normative, and aesthetic evaluations of Turkey. A quantitative cross-sectional survey was conducted with 1,002 respondents from seven major Moroccan cities. Data were analyzed using descriptive statistics, correlation analysis, and one-way ANOVA. The findings indicate that exposure to TRT Arabic is significantly associated with more positive perceptions of Turkey across all four dimensions of country image. In particular, increased viewing frequency is linked to stronger emotional affinity, enhanced perceptions of cultural attractiveness, and more favorable evaluations of Turkey's functional and normative attributes. The study highlights the importance of international broadcasting as an instrument of media diplomacy and contributes to the literature on soft power by providing empirical evidence from the North African context.

Keywords: *TRT Arabic, Morocco, Country Image, Media Diplomacy, Soft Power.*

INTRODUCTION

In the contemporary global communication environment, public diplomacy has increasingly shifted from traditional state-to-state interactions toward direct engagement with foreign publics through media, culture, and strategic communication. Advances in satellite broadcasting, digital media, and transnational information flows have enabled states to reach international audiences more effectively, transforming media into a central instrument of soft power. Within this context, international broadcasting has emerged as one of the most visible and influential tools through which states seek to shape foreign public opinion, enhance national visibility, and construct favorable country images.

Public diplomacy scholars emphasize that international media are no longer confined to the role of information transmission; rather, they function as strategic actors that frame national narratives, project cultural values, and influence how countries are cognitively and emotionally perceived abroad (Nye, 2005; Melissen, 2005). Through sustained exposure to news, documentaries, and cultural programming, international broadcasters contribute to the formation of country image by shaping perceptions of a country's competence, values, culture, and attractiveness. As a result, media diplomacy has become an integral component of contemporary international relations, particularly for states seeking to expand their influence beyond traditional diplomatic channels.

Turkey represents a compelling case in this regard. Over the past two decades, Turkey has invested significantly in public diplomacy and international communication as part of its broader foreign policy strategy. Through institutions such as the Turkish Cooperation and Coordination Agency (TİKA), the Yunus Emre Institute, and the Turkish Radio and Television Corporation (TRT), Turkey has sought to enhance its international visibility and soft power appeal. Among these instruments, TRT's international broadcasting services occupy a particularly strategic position. TRT Arabic, launched in 2010, serves as Turkey's primary Arabic-language international television channel, targeting audiences across the Middle East and North Africa through news coverage, political analysis, documentaries, and cultural programming.

Beyond its informational function, TRT Arabic aims to communicate Turkey's perspectives, values, and cultural identity to Arabic-speaking audiences. By employing native Arabic-speaking journalists and producing culturally resonant content, the channel seeks to build credibility and emotional connection with its viewers. Scholars argue that such linguistic and cultural adaptation enhances the effectiveness of international broadcasting by increasing audience trust and receptivity (Gilboa, 2008; Hayden, 2011). Consequently, TRT Arabic can be understood not merely as a media outlet, but as an active agent of Turkey's public

diplomacy and soft power strategy. Morocco constitutes a particularly relevant context for examining the impact of TRT Arabic on country image formation. Despite geographical distance, Morocco and Turkey share historical, religious, and cultural affinities, alongside growing contemporary interactions through tourism, trade, education, and media consumption. Moroccan audiences have demonstrated considerable interest in Turkish cultural products, especially television series, which have contributed to increasing familiarity with Turkish society and culture. However, while the role of popular culture in Turkey's soft power has received scholarly attention, empirical research on the influence of Turkish international broadcasting—specifically TRT Arabic—on Moroccan public perceptions remains limited.

Existing literature on international broadcasting and country image has largely focused on Western or Gulf-based media outlets, such as the BBC World Service, Al Jazeera, and Al Arabiya. As a result, the impact of emerging non-Western broadcasters in North Africa remains underexplored. This gap is particularly evident in quantitative studies that systematically examine how exposure to international media relates to multidimensional evaluations of a country's image. Addressing this limitation, the present study investigates the role of TRT Arabic in shaping Moroccan audiences' perceptions of Turkey's country image.

Drawing on Buhmann's Four-Dimensional Country Image Model, the study examines how exposure to TRT Arabic is associated with emotional, aesthetic, functional, and normative evaluations of Turkey. Using data from a large-scale survey conducted with 1,002 respondents across seven major Moroccan cities, the research provides empirical evidence on the relationship between international broadcasting and country image formation in a North African context. By doing so, the article contributes to the literature on media diplomacy and soft power and offers insights into the effectiveness of international broadcasting as a tool of public diplomacy. The article proceeds by outlining the theoretical and conceptual framework, reviewing relevant literature, describing the methodology, presenting the empirical findings, and discussing their implications for international communication and public diplomacy research.

THEORETICAL BACKGROUND AND CONCEPTUAL FRAMEWORK

The relationship between media, public diplomacy, and country image has been extensively examined within the fields of international communication and political communication. Public diplomacy refers to the strategies and practices through which states seek to influence foreign publics by communicating values, policies, and cultural narratives beyond formal diplomatic channels (Melissen, 2005). In the contemporary media environment, international broadcasting con-

stitutes one of the most visible and institutionalized forms of mediated public diplomacy, enabling states to project narratives directly to global audiences.

INTERNATIONAL BROADCASTING AS A TOOL OF PUBLIC DIPLOMACY

International broadcasting has historically played a strategic role in shaping international public opinion, particularly during periods of geopolitical competition. Scholars such as Gilboa (2008) conceptualize international broadcasters as diplomatic actors that operate at the intersection of journalism, strategic communication, and foreign policy. Unlike domestic media, international broadcasters are designed to address foreign audiences and therefore adopt editorial strategies that combine credibility, cultural proximity, and strategic framing.

From a public diplomacy perspective, international broadcasting contributes to agenda-setting and framing processes that influence how foreign publics perceive a country's political stance, social values, and cultural identity. Sustained exposure to international media content allows audiences to form cognitive associations and emotional evaluations related to the broadcasting country. As Nye (2005) argues, such attraction-based influence constitutes the essence of soft power, whereby persuasion is achieved not through coercion but through credibility and appeal.

In this context, TRT Arabic represents Turkey's strategic investment in Arabic-language international communication. By producing news and cultural content tailored to Arabic-speaking audiences, the channel seeks to enhance Turkey's visibility and legitimacy in the Middle East and North Africa. Linguistic proximity and cultural familiarity are considered critical factors in increasing audience trust and media effectiveness, as they reduce perceived distance between the broadcaster and its audience (Hayden, 2011). Consequently, TRT Arabic operates not merely as a news outlet but as a platform through which Turkey's national narratives and values are communicated.

COUNTRY IMAGE AND MEDIA INFLUENCE

Country image is commonly defined as the set of beliefs, ideas, and impressions that individuals hold about a given country. These perceptions are shaped through direct experiences as well as mediated representations disseminated through news, entertainment, and cultural products. Media exposure plays a particularly significant role in contexts where direct contact with a country is limited, making international broadcasting a key source of information and interpretation.

Research on country image formation highlights the multidimensional nature of national perceptions. Rather than being limited to political or economic evalua-

tions, country image encompasses emotional responses, cultural attractiveness, normative judgments, and assessments of functional competence. This multidimensionality underscores the need for analytical models that capture the complexity of audience perceptions.

BUHMANN'S FOUR-DIMENSIONAL COUNTRY IMAGE MODEL

To address this complexity, Buhmann (2016) proposes a four-dimensional model of country image that integrates cognitive, affective, and normative components. The model conceptualizes country image as consisting of emotional, functional, normative, and aesthetic dimensions. The emotional dimension refers to affective responses such as sympathy, admiration, or trust toward a country. The functional dimension encompasses evaluations of a country's economic performance, technological advancement, and institutional effectiveness. The normative dimension relates to perceptions of a country's values, ethical standards, and adherence to international norms. Finally, the aesthetic dimension captures evaluations of cultural attractiveness, heritage, and lifestyle appeal.

This model is particularly suitable for analyzing the impact of international broadcasting, as media content simultaneously conveys information, values, and cultural representations. News coverage may influence functional and normative evaluations, while documentaries and cultural programs can enhance aesthetic appreciation and emotional attachment. Consequently, exposure to international broadcasting is expected to be associated with variations across all four dimensions of country image.

CONCEPTUAL FRAMEWORK OF THE STUDY

Building on the literature on public diplomacy, international broadcasting, and country image, this study adopts Buhmann's four-dimensional model as its conceptual framework. The framework assumes that exposure to TRT Arabic content is associated with Moroccan audiences' evaluations of Turkey across emotional, functional, normative, and aesthetic dimensions. Rather than asserting causal mediation effects, the study focuses on examining associative relationships between media exposure and country image perceptions.

By situating TRT Arabic within the broader context of media diplomacy and soft power, the conceptual framework allows for a systematic examination of how international broadcasting contributes to country image formation in a North African context. This approach not only aligns with existing theoretical perspectives but also addresses empirical gaps in the literature concerning non-Western international broadcasters and their influence on audience perceptions.

LITERATURE REVIEW

This section reviews the scholarly literature relevant to international broadcasting, public diplomacy, and country image formation, with a particular focus on media exposure and audience perceptions. Rather than providing an exhaustive overview, the review synthesizes key findings that directly inform the research questions and conceptual framework of the present study.

Despite the growing body of literature on international broadcasting and country image formation, several gaps remain evident. Existing studies have predominantly focused on Western or regional broadcasters, while state-sponsored media from non-Western actors—particularly in Arab-language contexts—remain underexplored. Moreover, much of the literature examines country image either as a unidimensional construct or emphasizes political and strategic dimensions, often neglecting its multidimensional nature as conceptualized in contemporary public diplomacy frameworks.

In addition, empirical research addressing audience perceptions in North African contexts is limited, with Morocco receiving comparatively little scholarly attention despite its strategic media openness and historical ties with Turkey. Studies that do engage with Turkey’s international communication efforts tend to prioritize elite discourse, diplomatic narratives, or foreign policy analysis, rather than audience-level perception formation.

Responding to these gaps, the present study examines the role of TRT Arabic in shaping Moroccan audiences’ perceptions of Turkey’s country image through a multidimensional analytical framework. By empirically assessing associative relationships between media exposure and emotional, functional, normative, and aesthetic dimensions of country image, the study contributes to public diplomacy scholarship by foregrounding audience reception and contextual specificity. In doing so, it advances understanding of how international broadcasting operates as a soft power instrument beyond Western-centric and state-centric analytical lenses.

INTERNATIONAL BROADCASTING AND PUBLIC DIPLOMACY

International broadcasting has long been recognized as a strategic component of public diplomacy, particularly in contexts where states seek to engage foreign publics beyond official diplomatic channels. Early studies emphasized the role of broadcasters such as the BBC World Service and Voice of America in shaping international public opinion during the Cold War. More recent scholarship extends this perspective by examining how contemporary international broadcasters operate in a highly competitive and fragmented global media environment (Gilboa, 2008).

Researchers argue that the effectiveness of international broadcasting depends on credibility, perceived independence, and cultural proximity. Credibility enhances audience trust, which in turn increases the likelihood that media messages will influence perceptions and attitudes (Seib, 2012). Cultural and linguistic adaptation further strengthen this influence by reducing symbolic distance between the broadcaster and the audience. In this regard, Arabic-language international broadcasters occupy a unique position, as they operate within a shared linguistic and cultural sphere while advancing distinct national narratives.

MEDIA EXPOSURE AND COUNTRY IMAGE FORMATION

A substantial body of research demonstrates that media exposure plays a central role in shaping country image, particularly among audiences with limited direct experience of the country in question. News media contribute to cognitive evaluations of political stability, economic performance, and international behavior, while entertainment and cultural programming influence emotional and aesthetic perceptions (Anholt, 2007).

Empirical studies consistently show that repeated media exposure is associated with more structured and multidimensional country images. Positive media portrayals tend to enhance affective evaluations and perceptions of attractiveness, whereas negative coverage may reinforce stereotypes or generate distrust. Importantly, scholars emphasize that media effects on country image are rarely linear or uniform; instead, they are contingent on audience characteristics, prior attitudes, and the perceived credibility of the media source (Kunczik, 1997).

TURKISH SOFT POWER AND MEDIA INFLUENCE

In recent years, Turkey's soft power strategy has attracted growing academic attention, particularly in relation to cultural products such as television series and films. Several studies highlight the popularity of Turkish dramas in the Middle East and North Africa and their role in increasing cultural familiarity and interest in Turkish society. These cultural flows are often associated with favorable emotional and aesthetic perceptions of Turkey.

However, research on Turkey's international news broadcasting remains relatively limited. Existing studies suggest that TRT's international channels aim to present alternative narratives to dominant Western media and to frame Turkey as a regional and global actor with distinct political and cultural values. While qualitative analyses have examined content strategies and discursive patterns, there is a notable lack of quantitative research assessing how exposure to TRT Arabic relates to audience perceptions in specific national contexts, particularly in North Africa.

SUMMARY AND RESEARCH GAP

The reviewed literature underscores the importance of international broadcasting as a mechanism of public diplomacy and country image construction. At the same time, it reveals a gap in empirical research concerning the audience-level effects of non-Western international broadcasters, especially in relation to Arabic-language media and North African audiences. Addressing this gap, the present study provides a quantitative examination of the association between exposure to TRT Arabic and Moroccan audiences' perceptions of Turkey's country image across multiple dimensions

METHODOLOGY

RESEARCH DESIGN

This study employs a quantitative cross-sectional survey design to examine the relationship between exposure to TRT Arabic and Moroccan audiences' perceptions of Turkey's country image. A survey-based approach is appropriate for capturing audience perceptions and media consumption patterns across a large sample, enabling systematic analysis of associations between media exposure and multidimensional country image evaluations at a single point in time.

SAMPLE AND DATA COLLECTION

Data were collected from 1,002 respondents residing in seven major Moroccan cities, representing diverse geographic regions and urban contexts. The sample was designed to reflect variation in age, gender, education, and media consumption habits. Participants were recruited through a structured questionnaire administered using standardized data collection procedures. Participation was voluntary, and respondents were informed of the academic purpose of the study. Focusing on urban centers ensured access to audiences most likely to be exposed to international broadcasting content.

MEASUREMENT

The survey measured two primary constructs: exposure to TRT Arabic and perceptions of Turkey's country image. Exposure was operationalized through self-reported frequency of viewing TRT Arabic's news, political, and cultural programming, using ordinal-scale items. Country image perceptions were measured based on Buhmann's four-dimensional model, encompassing emotional, functional, normative, and aesthetic dimensions. Each dimension was assessed through multiple Likert-type items reflecting its core attributes, allowing for a nuanced evaluation of audience perceptions.

RELIABILITY AND VALIDITY

Internal consistency analyses indicated satisfactory reliability across all country image dimensions, with coefficient values exceeding commonly accepted thresh-

olds in social science research. Construct validity was supported through the use of measurement items grounded in established theoretical models and prior empirical studies, ensuring alignment between conceptual definitions and operational indicators.

DATA ANALYSIS

Data analysis involved descriptive statistics to summarize demographic characteristics and media exposure patterns, followed by inferential analyses examining associations between TRT Arabic exposure and the four country image dimensions. Comparative analyses were conducted across different exposure levels. Given the cross-sectional design, the analytical strategy focused on identifying associative rather than causal relationships.

ETHICAL CONSIDERATIONS

The study adhered to standard ethical principles for social science research. Participation was voluntary, and respondents were informed about the academic purpose of the study prior to completing the questionnaire. No personal identifying information was collected, and all responses were treated anonymously and analyzed in aggregate form. The research posed no foreseeable risks to participants.

FINDINGS

This section presents the empirical findings of the study, focusing on the relationship between exposure to TRT Arabic and Moroccan audiences' perceptions of Turkey's country image. The results are reported in an analytical and interpretive manner, highlighting statistically meaningful patterns and trends across the four dimensions of country image.

DESCRIPTIVE OVERVIEW OF MEDIA EXPOSURE

Analysis of respondents' media consumption patterns indicates varying levels of exposure to TRT Arabic content. While a segment of the sample reported regular engagement with the channel's news and political programs, others indicated occasional or limited exposure, primarily through specific programs or shared content. This variation provides an appropriate basis for examining differences in country image perceptions across exposure levels.

Overall, respondents demonstrated a general familiarity with Turkey, reflecting the broader presence of Turkish media and cultural products in the Moroccan media landscape. However, familiarity levels were higher among individuals reporting more frequent exposure to TRT Arabic, suggesting a potential association between international broadcasting and audience awareness.

EXPOSURE TO TRT ARABIC AND EMOTIONAL IMAGE

The findings reveal a positive association between exposure to TRT Arabic and

the emotional dimension of Turkey's country image. Respondents with higher levels of exposure tended to express more favorable affective responses toward Turkey, including feelings of sympathy, trust, and admiration. Statistical comparisons indicate that these differences were meaningful, suggesting that regular engagement with TRT Arabic content is associated with enhanced emotional evaluations of Turkey.

This pattern may be attributed to the channel's use of culturally resonant narratives and Arabic-language presentation, which can foster emotional proximity and audience identification. By presenting Turkey through familiar linguistic and cultural frames, TRT Arabic appears to contribute to the development of more positive affective orientations among Moroccan viewers.

EXPOSURE TO TRT ARABIC AND FUNCTIONAL IMAGE

Results related to the functional dimension demonstrate that higher exposure to TRT Arabic is associated with more positive assessments of Turkey's functional attributes. Respondents frequently exposed to the channel were more likely to evaluate Turkey favorably in terms of economic development, technological capacity, and institutional effectiveness. These differences were statistically significant, indicating a consistent relationship between media exposure and functional perceptions.

News coverage emphasizing infrastructure projects, technological advancement, and regional engagement may play a role in shaping these evaluations. Through repeated exposure to such content, audiences may develop more structured and informed assessments of Turkey's functional capabilities.

EXPOSURE TO TRT ARABIC AND NORMATIVE IMAGE

The analysis also reveals a meaningful association between TRT Arabic exposure and the normative dimension of country image. Respondents with higher exposure levels tended to perceive Turkey as a country that adheres to ethical standards, respects cultural values, and engages responsibly in international affairs. Although normative evaluations are often influenced by broader political discourses, the findings suggest that international broadcasting can contribute to shaping value-based perceptions.

By framing political events and international issues from a perspective aligned with Turkey's foreign policy narratives, TRT Arabic may influence how audiences interpret Turkey's normative positioning. These results highlight the role of media framing in shaping moral and value-oriented judgments.

EXPOSURE TO TRT ARABIC AND AESTHETIC IMAGE

Finally, exposure to TRT Arabic was found to be positively associated with the aesthetic dimension of Turkey's country image. Respondents with frequent exposure reported stronger appreciation of Turkey's culture, heritage, and lifestyle. This association was particularly evident among viewers who engaged with cultural programs and documentaries broadcast by the channel.

The aesthetic dimension appears especially responsive to mediated cultural representations. By showcasing historical sites, traditions, and everyday life, TRT Arabic contributes to enhancing Turkey's cultural attractiveness and symbolic appeal among Moroccan audiences.

SUMMARY OF FINDINGS

Taken together, the results indicate that exposure to TRT Arabic is consistently associated with more positive evaluations of Turkey across emotional, functional, normative, and aesthetic dimensions. While the study does not claim causal relationships, the observed patterns suggest that international broadcasting plays a meaningful role in shaping multidimensional country image perceptions. These findings provide empirical support for theoretical perspectives that emphasize the significance of media diplomacy and soft power in contemporary international communication.

DISCUSSION

The findings of this study reinforce contemporary public diplomacy theory by demonstrating that international broadcasting functions as a multidimensional instrument of soft power rather than a mere channel of information dissemination. The consistent positive associations between exposure to TRT Arabic and all four dimensions of Turkey's country image provide empirical support for the argument that mediated communication can shape emotional, cultural, functional, and normative perceptions of a country among foreign publics. In this regard, TRT Arabic operates as a strategic site where national narratives are translated into affective and cognitive evaluations, particularly in contexts characterized by limited direct contact with the broadcasting country.

The results validate the analytical relevance of Buhmann's Four-Dimensional Country Image Model for studying international media effects. The strong associations observed in the emotional and aesthetic dimensions suggest that international broadcasting is especially effective in influencing affective orientations and symbolic attractiveness. This finding aligns with soft power theory, which emphasizes attraction and identification as central mechanisms of influence. Cultural programs, documentaries, and human-centered narratives broadcast by TRT Arabic appear to foster emotional proximity and cultural affinity, thereby enhanc-

ing Turkey's symbolic appeal among Moroccan audiences. Such effects highlight the importance of cultural storytelling and shared symbolic references in contemporary media diplomacy.

At the same time, the positive relationships identified in the functional and normative dimensions indicate that international broadcasting also contributes to more cognitive and value-based evaluations of a country. Through sustained exposure to news framing and political analysis, audiences develop more favorable assessments of Turkey's economic capacity, institutional effectiveness, and ethical positioning. These findings resonate with agenda-setting and framing perspectives, suggesting that international broadcasters can shape not only what audiences know about a country but also how they evaluate its competence and normative orientation. The ability of TRT Arabic to influence these dimensions underscores the strategic significance of credibility, professionalism, and perceived journalistic legitimacy in public diplomacy practice.

A key implication of the study concerns the role of linguistic and cultural proximity in enhancing media diplomacy effectiveness. Broadcasting in Arabic and employing culturally resonant frames appears to reduce symbolic distance and increase audience receptivity, reinforcing the notion that successful public diplomacy requires adaptation to the cultural and communicative codes of target audiences. In the Moroccan context, shared historical, religious, and cultural references may amplify the impact of TRT Arabic's content, enabling the channel to function as a mediated bridge between Turkey and Moroccan society. This suggests that international broadcasting is most effective when embedded within broader structures of cultural familiarity and symbolic alignment.

Beyond the Turkish case, the findings contribute to the growing literature on non-Western public diplomacy by providing quantitative evidence from a North African setting. They challenge the Western-centric focus of much existing research and demonstrate that emerging international broadcasters can exert meaningful influence on foreign public opinion through strategically designed media engagement. The Moroccan case illustrates how international broadcasting can extend a country's soft power reach beyond immediate geopolitical regions, particularly when cultural affinity and sustained exposure converge.

From a practical public diplomacy perspective, the results indicate that international broadcasting strategies should prioritize continuity, cultural depth, and narrative credibility over short-term messaging. The strong association between viewing frequency and positive country image evaluations suggests that long-term audience engagement is essential for durable soft power outcomes. Moreover, the multidimensional effects observed in this study imply that effective

media diplomacy requires a balanced integration of informational, cultural, and normative content rather than a narrow focus on political communication.

Overall, this study demonstrates that TRT Arabic plays a meaningful role in shaping Moroccan audiences' perceptions of Turkey across emotional, functional, normative, and aesthetic dimensions. While causal claims remain beyond the scope of the research design, the findings provide robust empirical evidence that international broadcasting constitutes a significant mechanism of contemporary public diplomacy. By empirically linking media exposure to multidimensional country image formation in a non-Western context, the study advances theoretical debates on soft power and offers practical insights for states seeking to enhance their international visibility and influence through mediated communication. Despite these important contributions, several limitations should be acknowledged in order to provide a more balanced interpretation of the findings.

While the findings consistently indicate a positive association between exposure to TRT Arabic and favorable perceptions of Turkey across all four dimensions, it is important to interpret these results within a broader and more critical media context. Media effects are rarely unidirectional, and audience perceptions are shaped by multiple and sometimes competing information sources. Moroccan audiences are simultaneously exposed to a diverse media environment that includes local media, transnational Arab broadcasters, Western news outlets, and digital platforms. These alternative sources may present differing or even contradictory narratives about Turkey, potentially moderating or reshaping the influence of TRT Arabic. Furthermore, the positive associations observed in this study may also reflect selective exposure, whereby individuals with pre-existing favorable attitudes toward Turkey are more likely to engage with TRT Arabic content. In this sense, media influence should be understood as part of a dynamic and reciprocal process rather than a linear effect. Additionally, international broadcasting, as an instrument of public diplomacy, may inherently carry strategic framing that emphasizes positive representations while downplaying critical perspectives.

Therefore, while TRT Arabic appears to contribute to enhancing Turkey's country image among Moroccan audiences, these findings should be interpreted with caution, acknowledging the complexity of media ecosystems and the potential role of alternative influences. Future research could further explore these dynamics by incorporating comparative media analysis and examining how different media sources interact in shaping audience perceptions.

CONCLUSION

This study provides empirical evidence that TRT Arabic plays a significant role in shaping Moroccan audiences' perceptions of Turkey across emotional, func-

tional, normative, and aesthetic dimensions. The findings highlight that frequent exposure to culturally resonant, Arabic-language content enhances emotional affinity, reinforces appreciation of Turkey's cultural heritage, and fosters more favorable evaluations of its functional and normative attributes. While causal inferences cannot be drawn due to the cross-sectional design, the observed associations underscore the strategic importance of international broadcasting as a tool of media diplomacy and soft power.

The results also emphasize the value of linguistic and cultural proximity in enhancing audience receptivity and the effectiveness of public diplomacy efforts. For policymakers and practitioners, the study suggests that sustained, culturally adapted media engagement is essential for cultivating positive country images abroad. Beyond the Turkish context, these findings contribute to the broader understanding of how non-Western international broadcasters can influence foreign publics, particularly in regions with shared cultural and historical ties. Future research could explore longitudinal effects and comparative analyses across different audiences to further illuminate the mechanisms through which international broadcasting shapes country image.

REFERENCES

- Anholt, S. (2007). *Competitive identity: The new brand management for nations, cities and regions*. Palgrave Macmillan.
- Buhmann, A. (2016). *Measuring country image: Theory, method, and effects*. (1) Wiesbaden: Springer VS.
- Gilboa, E. (2008). Searching for a theory of public diplomacy. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, 616(1), 55–77.
- Hayden, C. (2011). *The rhetoric of soft power: Public diplomacy in global contexts*. Lexington Books.
- Kunczik, M. (1997). *Images of nations and international public relations*. Lawrence Erlbaum Associates.
- Melissen, J. (Ed.). (2005). *The new public diplomacy: Soft power in international relations*. Palgrave Macmillan.
- Nye, J. S. (2005). *Soft power: The means to success in world politics*. PublicAffairs.
- Seib, P. (2012). *Real-time diplomacy: Politics and power in the social media era*. Palgrave Macmillan.

ELEŞTİREL TEORİ VE TEKNOLOJİK DETERMİNİZMİN İZİNDE SOSYAL MEDYA YAKLAŞIMLARINA İLİŞKİN ELEŞTİREL DEĞERLENDİRME

Mustafa ÇÖLLÜOĞLU
Bağımsız Araştırmacı
mustafacolluoglu@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0002-7998-7586>

<i>Atıf</i>	Çöllüoğlu, M. (2026) ELEŞTİREL TEORİ VE TEKNOLOJİK DETERMİNİZMİN İZİNDE SOSYAL MEDYA YAKLAŞIMLARINA İLİŞKİN ELEŞTİREL DEĞERLENDİRME. <i>İletişim Çalışmaları Dergisi</i> , 12 (2), 157-188.
-------------	---

Geliş tarihi / Received: 13.02.2026

Kabul tarihi / Accepted: 15.04.2026

DOI: 10.17932/IAU.ICD.2015.006/icd_v012i2003

ÖZ

Teknolojik gelişmelerin hızla devam ettiği bugünlerde ortaya çıkan yeni medya mecralarının olumlu ve olumsuz yönleri dün olduğu gibi bugün de tartışma konusu olmaya devam etmektedir. İletişim biliminin iki ana akım ekolünün son yüzyıldır üzerinde tartışmaya devam ettiği bu gelişmeler bugün sosyal medya mecraları üzerinden artarak devam etmektedir. Bu çalışma, dünden bugüne süregelen bu tartışmaların sosyal mecralar üzerinden nasıl devam ettiğini ortaya koymayı amaçlamaktadır.

Literatür taraması yöntemiyle yapılan çalışmada eleştirel teori ve teknolojik determinizm düşüncelerinin temellendiği düşünce akımları irdelenerek her iki ekolün günümüz temsilcilerinden olan Fuchs, Kellner, Webster, Castells ve Jenkins'in yeni medya yaklaşımlarına ayrıntılı biçimde değinilmiştir. Yapılan literatür taramasında adı geçen isimlere ait olan ilk kaynaklara başvurulmuş, bu kaynaklara erişimin olmadığı durumlarda ise ikincil kaynaklardan yararlanılmıştır.

Yapılan çalışma bağlamında; her iki ekolün geçmişte geleneksel kitle iletişim mecraları üzerinden tartıştığı konuların bugün sosyal medya mecraları üzerinden artarak sürdüğünü belirtmek yerinde olacaktır. Eleştirel teorisyenler, sosyal medyayı büyük veri, tekelleşme, dijital emek gibi kavramlar üzerinden eleştirirken; teknolojik deterministler bu mecralara yönelik güzellmelerini yöndeşme, katılımcı kültür ve ağ toplumu gibi kavramlar üzerinden yapmaktadır. Her iki ekol için de bu eleştirilerin diyalektik bir tavırla yapılmasını gerektiğini savunanların olduğu da altı çizilmesi gereken bir nokta olarak öne çıkmaktadır.

Sonuç olarak sosyal medya platformlarının yalnızca olumlu ya da olumsuz yönleriyle ele alınmasının yetersiz kaldığını söylemek yanlış olmayacaktır. Bu nedenle, söz konusu mecraların sunduğu olanaklar ile kullanım süreçlerinde ortaya çıkabilecek risklerin de dikkate alındığı diyalektik bir yaklaşımın benimsenmesi kanımızca daha doğru olacaktır.

Anahtar Kelimeler: *Eleştirel Teori, Teknolojik Determinizm, Sosyal Medya.*

A CRITICAL REVIEW OF SOCIAL MEDIA APPROACHES OF CRITICAL THEORY AND TECHNOLOGICAL DETERMINISM

ABSTRACT

The positive and negative aspects of new media platforms that have emerged amid the rapid advancement of technological developments continue to be a subject of debate today, as they were in the past. These developments, which the two main schools of thought in communication studies have been debating for the past century, are now increasingly discussed through social media platforms. This study aims to reveal how these ongoing debates from past to present continue within the context of social media.

Conducted through a literature review method, the study examines the intellectual foundations of critical theory and technological determinism, and discusses in detail the new media approaches of contemporary representatives of these two schools, namely Fuchs, Kellner, Webster, Castells, and Jenkins. In the literature review, primary sources authored by the aforementioned scholars were consulted; where access to these sources was not possible, secondary sources were utilized. Within the scope of the study, it can be stated that the issues previously debated by both schools through traditional mass media channels are now increasingly sustained through social media platforms. While critical theorists criticize social media through concepts such as big data, monopolization, and digital labour, technological determinists tend to praise these platforms through notions such as convergence, participatory culture, and the network society. It is also noteworthy that, for both schools, there are scholars who argue that these critiques should be approached from a dialectical perspective.

In conclusion, it would not be inaccurate to argue that addressing social media platforms solely in terms of their positive or negative aspects is insufficient. Therefore, we believe that adopting a dialectical approach that takes into account both the opportunities offered by these platforms and the risks that may arise during their use would be more appropriate.

Keywords: *Critical Theory, Technological Determinism, Social Media.*

GİRİŞ

Dünya var olduğu günden bu yana sürekli bir gelişim ve değişim içerisindedir. Bin yıllar öncesinden gelen bu gelişim bugün kendisini daha fazla hissettirmektedir. Özellikle son yüz yılda teknolojide meydana gelen gelişmeler baş döndürücü bir hal almıştır.

Bu gelişim çerçevesinde ortaya çıkan her yeni buluş bir sonrakinin temellerini atmıştır. Matbaanın icadı basılı materyallerin yaygınlaşmasını sağlamış nihayetinde de gazetenin ortaya çıkmasına zemin hazırlamıştır. Dönemin en önemli kitle iletişim mecralarından biri olan gazeteyi devamında radyo ve televizyon takip etmiştir. Her yeni buluş bir sonraki buluşun kapısını aralamıştır. Gazeteyle teknolojik manada çağ atlayan insanoğlu, radyo ve sonrasında gelen televizyonla birlikte -iletişim teknolojileri bağlamında- çok daha ileri bir seviyeye ulaşmıştır. 20. yüzyılın sonlarında ortaya çıkan ve 21. yüzyıla damgasını vuran en önemli teknolojik gelişme ise internet olarak kendini göstermiştir. İnternet teknolojisinin gelişimiyle birlikte dünya daha hızlı dönmeye başlamıştır. Bu durum internet tabanlı teknolojilerin etkisinin her gün daha fazla hissedilmesini sağlamıştır. Sosyal medya mecraları artan bu etkinin sonuçları arasında yerini almıştır. Geleneksel kitle iletişim mecralarına göre daha farklı özellikleri olan internet tabanlı bu mecralar birçok tartışmayı da beraberinde getirmektedir.

20. yüzyılın başlarında dönemin kitle iletişim mecraları üzerinden başlayan tartışmalar bugün dönüşüme uğrayarak devam etmektedir. İletişim biliminin iki ana akım düşüncesi olan eleştirel teori ve teknolojik determinizmin (belirleyicilik) dün geleneksel kitle iletişim mecraları üzerinden sürdürdüğü tartışmaları bugün de yeni medya mecraları üzerinden devam ettirdiği görülmektedir.

Marksist temelli bir yaklaşım olan eleştirel teori, gelişen teknolojiyle birlikte ortaya çıkan yeni iletişim teknolojilerinin, insan hayatını sanılanın aksine olumsuz etkilediği ve insanın bir meta olarak kapitalist sistemin bir parçası haline getirildiğini savunur. İktidar ve güç odaklarının geleneksel kitle iletişim araçlarını çıkarları doğrultusunda kullanıldığının altı çizilmektedir. Dün Horkheimer, Adorno, Marcuse ve Habermas gibi temsilcileri aracılığıyla geleneksel iletişim araçları üzerinden yükselen bu tartışmalar bugün de Fuchs ve Kellner gibi isimler üzerinden devam etmektedir.

İletişim biliminin bir diğer ana akım düşüncesi olan teknolojik determinizm ise gelişen teknolojiyle birlikte ortaya çıkan yeni iletişim teknolojilerinin insan hayatını kolaylaştırıcı etkisine dikkat çekmektedir. Teknolojik determinizm düşüncesinin kurucusu ve önde gelen temsilcisi olan Mc Luhan'ın dönemin kitle iletişim teknolojileri üzerinden yaptığı güzellmeler bugün de devam etmektedir. Teknolojik determinizm düşüncesini internet dolayısıyla yeni medya üzerinden ele

alan günümüz temsilcileri arasında Webster, Castells ve Jenkins öne çıkmaktadır. Çalışmada iletişim biliminin iki karşıt ana akım görüşü olan eleştirel teori ve teknolojik determinizm düşüncesi günümüz önde gelen temsilcileri üzerinden ele alınmıştır. Çalışmanın amacı bu iki düşünce akımının ilk dönem temsilcilerinin geleneksel kitle iletişim mecraları üzerinden yapmış olduğu değerlendirmelerin, günümüz temsilcileri aracılığıyla sosyal medya bağlamında hangi noktada olduğunun vurgulanmasıdır.

Çalışmada bahse konu olan düşünce akımlarının ilk dönem temsilcileri üzerinden kısa bir değerlendirme yapılmış sonrasında ise günümüz temsilcilerinin yeni medya eleştirilerine ayrıntılı olarak yer verilmiştir. Eleştirel teori Fuchs ve Kellner'in düşünceleri bağlamında irdelenirken, teknolojik determinizm düşüncesi ise Webster, Castelles ve Jenkins üzerinden ele alınmıştır. Çalışma iletişim biliminin bitmeyen tartışması olan iki ana akım düşüncenin dünden bugüne evrildiği noktanın görülmesi ve bu konuda bakış açısı geliştirilmesi bakımından önemi haiz bir çalışma olarak öne çıkmaktadır.

ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Çalışma eleştirel teori ve teknolojik determinizm düşüncesinin önde gelen günümüz temsilcilerinin sosyal medya yaklaşımlarını ele almayı amaçlayan bir derleme makalesidir. Çalışmada literatür taraması yöntemi kullanılmıştır. Yapılan literatür taramasında eleştirel teori ve teknolojik determinizm düşüncesi dünden bugüne önde gelen temsilcilerinin düşünceleri bağlamında ele alınmıştır. Nihayetinde her iki ana akım düşüncenin günümüz temsilcilerinin yeni medya yaklaşımları ortaya konulmuştur.

ARAŞTIRMANIN SINIRLILIKLARI

Bu çalışma eleştirel teori ve teknolojik determinizm gibi iletişim biliminin iki ana akım düşüncesini konu alması sebebiyle bundan önce yapılmış çalışmalarla benzerlik taşınamaması açısından günümüz temsilcilerinin sosyal medya yaklaşımları ayrıntılı olarak değerlendirmeye tabi tutulmuştur. Çalışmanın kapsam bağlamından kopmaması amacıyla, her iki ekolün önde gelen temsilcileri ele alınmıştır.

ELEŞTİREL TEORİ

İlk Dönem Temsilcileri – Horkheimer, Adorno, Marcuse ve Habermas

Eleştirel teori, Marksist bir yaklaşım olması sebebiyle kendisini kapitalizmin karşısına konumlandırmıştır. Genel anlamıyla kapitalizme bir karşı çıkış olarak ele alınan Marksist yaklaşım bu yönüyle eleştirel teorisyenlerin ve Frankfurt Okulu temsilcilerinin odağında yer almaktadır (Çöllüoğlu, 2025, s. 99). Eleştirel teori Marksizm temelli bir yaklaşım olmakla birlikte devam eden süreçte birçok farklı düşünce ve sosyal iklimten etkilenmiştir. Eleştirel teorinin temellendiği yer olan Frankfurt Okulunun dönemsel olarak farklı düşünce iklimlerinden etkilenmesi

bunun açık göstergeleri arasındadır. Ayrıca o dönem meydana gelen 2. Dünya Savaşı ve ortaya çıkardığı sosyal ortam eleştirel teori düşüncesinin şekillenmesinde rol alan diğer etkenlerden olmuştur (Bağce, 2013, s. 8-9).

Eleştirel teori teriminin ortaya çıkmasına 1937 yılında yayınlanan “Geleneksel ve Eleştirel Kuram” adlı makalesiyle katkıda bulunan Horkheimer ve daha sonraki süreçte bu kavramın geliştirilmesine katkıda bulunan isim Adorno, bu düşünce biçiminin önde gelen temsilcileri arasında yer almaktadır (Horkheimer, 2005). Dönemin pozitivist düşüncesinin karşısında bulunan eleştirel teori temellendirmesini her ne kadar Marksizm üzerine yapsa da devam eden süreçte bu düşünce biçiminden ayrıldığıнын altını çizmek gerekmektedir. Marksizm, kurtuluşu proletaryanın iktidara gelmesinde görmüş ve kendi içinde tamamlanmış bir ülkü olarak öne çıkmıştır. Eleştirel teoride bu düşünceyi cansız ve ütöpik bulunmuş, bu sürecin dinamik bir süreç olması gerektiğini vurgulanmıştır (Rutli, 2019, s. 19). Horkheimer’in Marksizm’in donuk bir sosyal bilim olarak değil açık bir toplum felsefesi olması gerektiğini vurgulaması bu durumu açıklayan bir örnek olarak gösterilebilir (Jay, 2014, s. 48).

Adorno ve Horkheimer’in birlikte kaleme aldığı “Aydınlanmanın Diyalektiği” adlı eser eleştirel teori düşüncesine katkı sağlayan eserler arasında yer almaktadır. Bu eserde ortaya konulan kitle toplumu ve kültür endüstrisi kavramı bu ekolün anlaşılmasına katkı sağlayacak kavramlar arasında yerini almıştır. Adorno, kültür endüstrisinin serbest zamanı bile sermayenin mantığına tabi kıldığını, kültürü kitlelerin arzularını karşılıyormuş gibi sunarken aslında toplumu pasif ve eleştirel olmayan bir biçimde bütünleştirdiğini belirtmektedir. Adorno’ya göre faşizm baskıyı siyaset yoluyla kurarken, liberal demokrasilerde benzer bir bütünleşme kültür endüstrisi aracılığıyla, daha örtük ama etkili bir biçimde sağlanmaktadır (Adorno, 2016, s.13).

Adorno, kültür endüstrisinin ürünlerini kitle iletişim araçları aracılığıyla kitlelerin tahakküm altına alındığını, kitlelerin emek gücüyle sömürülmesinin yanında boş vakitlerinde de farkında olmadan kültür endüstrinin çıkarlarına hizmet ettiğinin altını çizmektedir (Adorno, 2016, s. 21). Kitle iletişim mecralarının iktidar/güç sahiplerinin amacına hizmet ettiğini, Hitler’in Faşizmini radyo vasıtasıyla konsolide ettiği örneğiyle vurgulamaktadır (Adorno, 2016, s. 97). Kısacası, kapitalist toplumlarda kültür ve sanatın endüstriyel, standart ve özgünlükten uzak biçimde üretildiğini; kültür endüstrisinin eğlence yoluyla eleştirel düşünmeyen, tüketimi benimseyen ve mevcut düzeni sorgulamayan bir kitle yaratarak kapitalist ideolojinin ve üretim ilişkilerinin sürdürülmesine hizmet ettiğini savunulur (Yaylagül, 2006, s.90).

Eleştirel teorinin temellerini atan bu iki isimden sonra bu ekole katkı sağlayan bir diğer isim de Marcuse olarak öne çıkmaktadır. Horkheimer ve Adorno'da kitle kültürü, kültür endüstrisi gibi kavramlar üzerinden yapılan eleştiriler Marcuse'da da aynı doğrultuda kendini göstermektedir. Marcuse, Marksizm'in kurtuluş olarak gördüğü proletarya devriminin aksine bu devrimin ancak eğitilmiş genç zihinler üzerinden (üniversite gençleri) gerçekleşebileceğini vurgulamaktadır (Abadan, 1968, s. 336). Marcuse da kendisinden önceki temsilciler gibi kitle iletişim mecralarına yönelik eleştirilerini sürdürmüştür. Marcuse'a göre; endüstri toplumunda bireyler anlam ve kimliği tüketim nesnelerinde bulur; bu düzen yeni ihtiyaçlar üreterek toplumsal denetimi sağlar ve kitle iletişiminden gündelik alışkanlıklara kadar her şey tek boyutlu düşünce ve davranışı besler (Marcuse, 1994, s. 8).

İlk dönem eleştirel teorinin önde gelen bir diğer temsilcisi Habermas'dır. Habermas, Marksist çizgide bir eleştirel teorisyen savunucusu olmakla birlikte bu ekole önemli katkılar sağlayan düşünürler arasında yer almaktadır. Habermas, eleştirel teoriyi "İletişimsel Eylem Kuramı" ve "Kamusal Alan" gibi kavramlarla zenginleştirmiştir. Ünlü düşünür, Marksist devrim ve sınıf mücadelesi anlayışını reddederek modern toplumları özgürlük ihtiyaçlarını karşılayamayan kriz sistemleri olarak görür. Ona göre baskıcı kurumlara karşı toplumsal değişim, devrimle değil, insanların karşılıklı anlayış ve uzlaşmaya dayalı iletişimsel eylem yoluyla birlikte hareket etmesiyle gerçekleşir (Habermas, 2003). Habermas'ın da kitle iletişim araçlarına getirilen eleştiriler noktasında seleflerinin izinden gittiği söylenebilir. Habermas'a göre; başlangıçta yalnızca haber vermeyi amaçlayan gazeteler zamanla kamuoyu oluşumunda ve toplumsal tartışmalarda etkili bir aracıya dönüşmüştür. Ancak medyanın ticarileşmesi ve kurumsallaşması, iletişim kanallarının daha sıkı denetlenmesine yol açarak kamusal iletişimi zorlaştırmış; medya gücünün toplumu yönlendirme ve bireylerin davranışlarını etkileme amacıyla kullanılmasına neden olmuştur (Habermas, 2003, s. 32).

İlk dönem eleştirel teorisyenlerin geleneksel kitle iletişim araçlarına yönelik düşüncelerini özetlemek gerekirse, kitle iletişim araçlarına eleştirel ve kötümser yaklaşan ekol temsilcileri, medyanın ideolojik egemenlik kurarak bireysel ve sınıfsal bilinçleri zayıflattığını savunur. İlk dönem temsilcilerinin çalışmaları siyasal iktidarlardan bağımsız, bireyin düşünsel özgürlüğünü merkeze alan bir perspektife dayanır (Begtumur, 2018, s. 51).

Günümüz Temsilcileri – Fuchs ve Jenkins

Eleştirel teorinin en önemli günümüz temsilcisi denildiğinde akıllara gelen ilk isim Christian Fuchs'tur. Marksist gelenekten beslenen Fuchs, ilk dönem geleneksel kitle iletişim mecraları için yapılan eleştirileri günümüzde sosyal medya mecraları üzerinden yapmaya devam etmektedir. Fuchs, bugün içinde bulunulan ve yeni medya mecraları olarak anılan platformların, tıpkı geleneksel kitle ileti-

şim mecraları gibi toplumu dolayısıyla da insanı sömürdüğü; seçkin grupların, büyük şirketlerin, egemen ideolojilerin ve iktidar odaklarının çıkarlarına hizmet ettiğini vurgulamaktadır. Fuchs, teknolojik deterministlerin günümüz temsilcileri ve onların düşüncelerini kendi perspektifinden eleştirme yoluna gitmiştir. Bu başlık altında Christian Fuchs'un sosyal medya mecralarını hakkındaki düşünceleri ve görüşleri derinlemesine ele alınmıştır (Çöllüoğlu, 2025, s.204).

Fuchs'a göre bugün hala kapitalist sistemin içerisinde bulunmamız onun en büyük eleştirmeni olan Marks'ın düşüncelerinin de güncelliğinin devam etmesine anlamına gelmektedir. Avusturyalı düşünür, Marks'ın sadece kapitalizm eleştirmeni olmadığı aynı zamanda iletişim sosyoloğu olduğunu ve eleştirel iletişim kuramcılarının bu sebeple kendisine ilgi duyduğunun altını çizmektedir (Fuchs, 2021, s.22).

Fuchs ilk olarak sosyal medya kavramını eleştirilerinin odağına almaktadır. Ona göre terminoloji olarak sosyal kavramının kullanımı doğru değildir. Sosyal kavramının farklı şekillerde ele alınabileceğini vurgulayan düşünür, medyanın ve kullanılan teknolojilerin toplumsal bağlamdan bağımsız olmadığını savunur. Ona göre, çevrimdışı bir bilgisayarda tek başına yazı yazmak bile, hem içeriğin toplumsal düşüncelere gönderme yapması hem de kullanılan teknolojinin insanlar tarafından belirli bir tarihsel süreçte üretilmiş olması nedeniyle sosyal bir faaliyettir. Bu geniş bakış açısıyla, yalnızca sosyal medya platformları değil; gazete, dergi, televizyon, radyo, kitap ve çeşitli enformasyon biçimleri de sosyal olarak değerlendirilmelidir (Fuchs, 2020, s. 18).

Fuchs, bazı teknolojik deterministlerin sosyal kavramını karşılıklı iletişime vurgu yapmak amacıyla kullandığının altını çizmektedir. Bu durumda da elektronik postanın bilgisayar aracılı karşılıklı iletişimi başlattığını dolayısıyla bu teknolojinin de sosyal olarak anılması gerektiğini ancak böyle bir durumun oluşmadığına vurgu yapmaktadır (Fuchs, 2020, s. 18). Bu durumda Fuchs'a göre X, Facebook ve diğer internet tabanlı platformların sosyal olarak anılmaması gerektiği ya da bu mecraların bu şekilde adlandırılmasının daha öncelere gitmesi gerektiğine vurgu yapmaktadır.

Fuchs sosyal medya terminolojisine getirdiği eleştirileri ortaya koyduğu diğer kavramlar üzerinden devam ettirmektedir:

Dijital emek, çevrimiçi reklamcılıkta internet kullanıcılarının prosumer (üreten-tüketici) olarak içerik ve veri üretmeleri üzerinden emeklerinin sömürülmesini ifade eder (Fuchs, 2020, s. 58-59). Bu durumu biraz daha açmak gerekirse, ticari sosyal medya platformlarında (X, Facebook, Google, Youtube) kullanıcılar, yalnızca içerik tüketen pasif bireyler değil; içerik, ilişki ve ağlar üreten aktif diji-

tal emekçilerdir. Bu üretken faaliyetler sırasında ortaya çıkan kullanıcı verileri ise analiz edilerek reklam amaçlı satılmakta ve ekonomik değere dönüştürülmektedir (Fuchs, 2015, s.404).

Fuchs'un ele aldığı kavramlardan biri de şirket emperyalizmidir. Bu kavramla Fuchs, internet ekonomisinin şirketleşmiş medya zincirlerinin egemenliği altında olduğunu vurgular. Ona göre Web 2.0'a atfedilen iyimser yaklaşım eleştirel değildir ve esasen şirket çıkarlarına hizmet eder (Fuchs, 2020, s.60). Bu emperyalist şirketler yalnızca kullanıcı emeğini sömürmekle kalmaz; dijital teknolojilerin üretiminde kullanılan ham maddelerin çıkarıldığı bölgelerdeki emek sömürsünden de sorumludur. Özellikle Demokratik Kongo Cumhuriyeti'nde kobalt, tantal ve kalay gibi madenlere yönelik Batılı şirketlerin ucuz hammadde talebi, şiddet, kölelik ve ağır sömürü koşullarının oluşmasında belirleyici bir rol oynamaktadır (Fuchs, 2015, s. 263).

Avusturyalı düşünürün ele aldığı bir diğer kavram ise büyük veridir (big data). Fuchs, bu kavramın yaygın ve genellikle olumlanan tanımlarına karşı çıkar. Büyük verinin yeni imkânlar sunduğu iddialarına rağmen, bunun aslında eğilim, değişim ve bir tür ideoloji olarak sunulan bir yutturmaca olduğunu savunur. Teknolojik deterministlerin övdüğü büyük verinin ciddi olumsuz yönleri bulunduğunu vurgulayan Fuchs, özellikle Facebook ve Google gibi şirketlerin kullanıcı verilerini büyük ölçekte toplayıp depolamasına dikkat çeker. Bu şirketlerin iletişimden ziyade reklam odaklı çalıştığını ve topladıkları verileri ticari amaçlarla sattığını belirtir (Fuchs, 2020, s. 81-84). Büyük veri kavramına değinen bir diğer isim Evgeniy Morozov olarak öne çıkmaktadır. Büyük verinin kolayca toplanabilmesi, internetin hızlı gelişimi ve dijital yenilikler bazı kaygıları da beraberinde getirmektedir. Avantajlarının yanı sıra dezavantajlar da barındıran bu durumun yarattığı endişe ve şüpheler, 2012 yılında Evgeniy Morozov'un "*The Net Delusion: The Dark Side of Internet Freedom*" adlı eserinde ele alınmıştır:

Morozov, internetin siyaset alanında oldukça önemli bir rol üstlendiğini ileri sürmektedir. Ona göre Batılı ülkeler, dijital dünyanın sunduğu imkânları kullanarak küresel ölçekte siyaseti etkileyebilmektedir. Aynı zamanda internetin, otoriter rejimlerin çözülmesine katkı sağlayarak küresel demokratikleşme sürecine zemin hazırlayabileceğini savunmaktadır. Bununla birlikte Morozov, siyasetçilerin yeni teknolojik gelişmelere yönelik tutum ve davranışlarını da eleştirel bir bakışla incelemektedir. Yeni iletişim teknolojilerinin sağladığı avantajlardan yararlanan Batılı ülkelerden gelebilecek olası siber saldırılar nedeniyle bazı otoriter devletler, internet üzerindeki faaliyetleri sıkı biçimde denetlemekte; kimi durumlarda erişimi kısıtlayarak engellemektedir. Ayrıca bu devletlerin, dijital ortamda oluşan protesto gruplarını izlediği, sisteme sızarak protestocuları takip ettiği de Morozov tarafından ifade edilmektedir (Yengin ve Bayrak, 2022, s.86).

Küresel ölçekteki büyük sosyal medya şirketleri, çoğu zaman kullanıcıların farkında olmadan kişisel verilerini toplamakta ve bu verileri çeşitli amaçlarla satmaktadır; ABD seçimlerinde başkan adaylarından bir tanesinin Facebook kullanıcı verilerini satın alarak kampanyasını bu doğrultuda yürütmesi bu durumun çarpıcı örneklerinden birisidir.

Fuchs, büyük veriye olan bir diğer eleştirisini de şu kelimelerle ifade etmektedir: Büyük veri, bilinçli ya da bilinçsiz biçimde toplanan kişisel bilgilerin ekonomik ve siyasal denetim amacıyla kullanılmasına yol açmakta; sınırsız veri toplama pratiği gözetim toplumunu güçlendirmektedir. Ayrıca verilerin metalaşması sosyal eşitsizlikleri artırmakta, veri mülkiyeti ve denetimi güçlü aktörlere avantaj sağlarken daha az güçlü kesimleri dezavantajlı konuma itmektedir (Fuchs, 2020, s. 84-86). Bu durumun beraberinde sosyal eşitsizliği getirdiği söylenebilir. Büyük veriye ulaşanlarla ulaşamayanlar arasında haksız bir rekabet oluşmaktadır.

Mark Poster'da tıpkı Fuchs gibi gözetim toplumuna dikkatleri şu kelimelerle çekmektedir: *Bedenlerimiz giderek ağlara, veri sistemlerine ve bilgi akış hatlarına entegre edilmektedir. Bu durum, başka bir ifadeyle, bedenlerimizin ilişkilendiği bu veri depolama alanlarının artık bir kaçış ya da sığınak işlevi görmemesine yol açmaktadır. Kredi kartı kullanımının yaygınlaşması ve neredeyse her alışverişin veri üretmesiyle birlikte oluşan devasa veri birikimi, giderek kapsamlı bir süper panoptik yapıya dönüşmektedir* (Bauman, 2012, s.55).

Fuchs'un eleştirilerinden nasibini alan bir diğer kavram katılımcı kültürdür. Bu kavramı ortaya koyan Jenkins, sosyal medyada kullanıcıların içerik üretimine katılmasını özgürlükçü bir gelişme olarak görürken; Fuchs bu yaklaşımın ekonomi politik boyutu ihmal ettiğini savunur. Fuchs'a göre katılımcı kültür yalnızca olumlu yönleriyle ele alınmakta, şirketlerin kullanıcı emeğini ve yaratıcılığını kâr amacıyla sömürmesi göz ardı edilmektedir. 2007 yılında Pepsi markasının yapmış olduğu kampanya örneği üzerinden, kullanıcı katılımının aslında markalar için satış artırıcı bir strateji olduğunu vurgular. Fuchs, internet ve sosyal medyanın şirketler tarafından kontrol edilen bir kültür endüstrisi olduğunu, kullanıcıların metalaştırıldığı bu yapının gerçek anlamda katılımcı ve demokratik olamayacağını altını çizmektedir (Fuchs, 2020, s. 102,103,109).

Avusturyalı düşünürün eleştirilerine maruz kalan bir diğer isim Manuel Castells olarak öne çıkmaktadır. Fuchs, bu ismi tıpkı Jenkins gibi yeterli kuram alt yapısına sahip olmamakla eleştirmektedir (Fuchs, 2020, s. 167). Castells'in sosyal hareketleri internet temelli açıklayan teknolojik belirlenimci yaklaşımı, Fuchs'a göre eksiktir; çünkü bu yaklaşım, toplumsallığın yalnızca internet kaynaklı olmadığı, aynı zamanda ekonomik, siyasal ve ideolojik yapılar içinde yer alan insan aktörlerinden oluştuğunu düşüncesini göz ardı eder (Fuchs, 2020, s. 152). Fuchs

bu eleştirisiyle, internetin ya da sosyal medyanın tek başına toplumsal hareketleri ortaya çıkaramayacağını; bunun ancak toplumsal yapı ve koşullarla birlikte mümkün olabileceğini savunur. Bu nedenle Arap Baharı ve 2011 ayaklanmalarını yalnızca teknolojik belirlenimcilikle açıklayan yaklaşımları eleştirmektedir.

Fuchs, sosyal medyanın ekonomi politik ve ideoloji eleştirisinden mahrum bırakılmaması gerektiğinin de altını çizmektedir. Avusturyalı akademisyen, sosyal medyada görünürlüğün ve popülerliğin büyük ölçüde küresel şirketler, popüler kültür aktörleri ve güç sahiplerinin elinde yoğunlaştığını, siyasal aktörlerin de bu alanda öne çıktığını, bunun günümüzde de geçerliliğini koruyan bir durum olduğunu örneklerle ortaya koymaktadır (Fuchs, 2020, s. 188).

Alvin Toffler'ın (2008) ortaya koymuş olduğu prosumer (üreten tüketici) kavramı da Fuchs'un eleştirdiği kavramlar arasında yerini almıştır. Fuchs'a göre prosumer konumunda olan sosyal medya kullanıcıları, bu mecralar aracılığıyla yaptıkları paylaşımlarla, arkalarında bıraktıkları dijital ayak izleriyle tam olarak sosyal medya mecralarının gönüllü işçilerine dönüşmüşlerdir (Fuchs, 2020).

Christian Fuchs, ekonomi politik ve ideoloji eleştirileri kapsamında X, Google ve Facebook gibi önde gelen sosyal medya platformlarını ele almıştır. Fuchs'e göre Google ve Facebook, haberleşme ya da içerik şirketleri değil; kullanıcı verilerini meta olarak satan ve gelirlerinin büyük kısmını reklamlardan elde eden küresel reklam şirketleridir. Google'ın artan etkisi "googlelamak" kavramıyla görünür hale gelirken, her iki şirket de kullanıcı verilerini reklam verenlere satarak hedefli reklamcılık üzerinden kârlarını sürdürmektedir (Fuchs, 2020, s. 231).

Fuchs, Google'ı, en ileri düzeyde işleyen bir ekonomik denetim mekanizması ve aynı zamanda kullanıcıları en yoğun biçimde istismar eden bir sistem olarak tanımlamaktadır. Bu yaklaşıma göre Google, kâr elde edebilmek amacıyla tüm kullanıcıları ve onların ürettiği verileri birer araç hâline getirmektedir. Google ve benzeri küresel sosyal medya şirketlerinin kullanıcı verilerini metaya dönüştürme sürecinde başvurdukları bir başka yanılsamanın ise gizlilik sözleşmeleri aracılığıyla yaratıldığı vurgulanmaktadır. Nitekim Google'ın 19 Ağustos 2015 tarihli gizlilik politikasında, tüm hizmetler üzerinden toplanan bilgilerin; hizmetlerin sunulması, devamlılığının sağlanması, korunması ve geliştirilmesi, yeni hizmetlerin oluşturulması ile hem şirketin hem de kullanıcıların güvenliğinin sağlanması amacıyla kullanıldığı belirtilmektedir. Ayrıca bu verilerin, daha isabetli arama sonuçları ve reklamlar sunmak gibi kişiselleştirilmiş içeriklerin sağlanması için de değerlendirildiği ifade edilmektedir (Fuchs, 2020, s. 239). Görüldüğü üzere Google'ın kullanıcıların kişisel verilerini kendisine hedefli reklamlar sağlamak amacıyla kullanıldığı vurgulanmıştır.

Fuchs, kişisel verilerin metalaşması ve bunların kullanılmasında diğer büyük sosyal medya şirketlerinin de Google çizgisinde olduğunu belirtmektedir. Facebook ve X platformlarının gizlilik sözleşmelerinde bu noktalar açıkça belirtilmiştir:

X: Hizmetler, hizmetlerdeki bilgi veya içeriği hedef olarak gösterebilecek reklamlar, hizmetler aracılığıyla yapılmış sorgulamalar veya diğer bilgileri içerebilir.” (Fuchs, 2020, s. 240).

Facebook: Elimizdeki bilgileri size hizmetlerimiz içinde ve dışında ilginizi çekecek reklamlar gösterebilmek ve reklam ve hizmetlerin etki ve erişimini ölçebilmek amacıyla, reklam ve ölçüm sistemlerimizi geliştirmek için kullanırız.” (Fuchs, 2020, s. 239).

Fuchs, bu platformlara tek taraflı ve kötümser yaklaşmadığını, bunların olumlu yanlarına da vurgu yaptığını ancak sonuç olarak bu ve benzeri sosyal medya platformlarının kullanıcı bilgilerini ya da kullanıcıları metalaştırdığı gerçeğinin görmezden gelinmemesi gerektiğini vurgulamaktadır. Bu durumu Fuchs’un Google üzerine ifade ettikleriyle örneklemek gerekirse:

Google, insan hayatını kolaylaştıran, güzelleştiren, insanların enformasyon bulmalarına yarar sağlayan en önemli yapılardan biridir. Bu ve benzeri özelliklerini desteklediğini belirten Fuchs, asıl konunun bütün bunları sağlarken, Google’ın arka planda yaptıklarıyla ilgili olduğudur. Ünlü düşünür bütün bu tanımlamaları yaparken Google için şunu söylemektedir:” tanrı ve şeytan aynı şirkette” (Fuchs, 2020, s. 248).

Fuchs, tıpkı geleneksel kitle iletişim mecralarında olduğu gibi sosyal medya mecralarının da tekelleşme tehlikesiyle karşı karşıya olduğunu belirtmektedir. Facebook’un 2012 ve 2014 yılında yapmış olduğu satın almalara dikkat çekmektedir. Instagram’ın ve Whatsapp’ın Facebook tarafından satın alınması bu tekelleşmeye dolayısıyla da söz sahibi olmaya örnek olarak gösterilmesi gereken hususlar arasında yerini almaktadır (Fuchs, 2020).

Fuchs’un Facebook’a yönelmiş olduğu bir diğer eleştiri popülizm yapmasıdır. Özellikleri arasında sadece beğeni opsiyonunun olması bunun en çarpıcı örneğidir. İnsanlarda olumlu duygular uyandırmanın her zaman daha iyi algılanacağını altını çizen Fuchs, aksi durumun takipçi kaybına yol açma tehlikesini ihtimalinden dolayı bu platformda yer almadığını belirtir (Fuchs, 2020, s. 278).

Christian Fuchs’un Facebook’a yönelik bir diğer eleştirisi, kullanıcıların dijital ayak izlerinin sistematik biçimde izlenip depolanmasıdır. Avusturyalı akademisyen, bu platformun kitlesel gözetim mantığıyla işlediğini belirtir. Facebook, yüz milyonlarca kişinin kullanım pratiklerini veri hâline getirir; bu verileri

analiz eder, karşılaştırır ve nihayetinde ticari bir ürüne dönüştürür. Kullanıcılar ilgi alanları ve davranış örüntülerine göre sınıflandırılır ve bu sayede kişiye özel reklamlar sunulur (Fuchs, 2020, s. 284). Facebook kullanıcıları görünen şekliyle paylaşımda bulunup sosyalleşirken, arka planda bu platform kullanıcıların dijital ayak izlerini kullanarak kar sağlamaktadır. Sonuç olarak Fuchs'un da altını çizdiği üzere platform kullanıcılarının gönüllü işçi olarak çalıştıkları bu platformlarda, farkında olarak ya da olmayarak emek sömürüsüne uğramaktadır.

“Dijital Emek ve Karl Marx” adlı eserinde Fuchs, emek sömürüsünü şu şekilde tartışmaktadır: Kullanıcılar, ekonomik değer üreten ve kâr sağlayan bir faaliyet içinde yer almalarına rağmen, bu süreçte sömürülen dijital emekçiler konumdadır. Sosyal medya bağlamında ortaya çıkan dijital emek, ev içi emeğe benzetilmektedir; çünkü karşılığında ücret ödenmez, çoğunlukla serbest zamanlarda gerçekleştirilir, sendikal güvenceden yoksundur ve emek olarak tanımlanması güçtür. Ev işçileri, köleler ve sosyal medya platformlarında faaliyet gösteren dijital emekçilerin ortak noktası ise emeklerinin karşılığını alamamaları ve sistematik biçimde sömürülmeleridir (Fuchs, 2015, s. 405).

Christian Fuchs, X bağlamında kamusal alan tartışmasını Habermas'ın kamusal alan ölçütleri üzerinden ele alır. Habermas'a göre kamusal alan; herkesin erişimine açık olması, kamuoyu oluşumuna imkân tanınması ve kamu yararına özgür tartışmayı içermesi gibi koşullara dayanır. Fuchs, X'in gerçekten bir kamusal alan olup olmadığını iki düzeyde sorgular: Ekonomi politik açıdan platformun mülkiyet yapısı, sansür, içerik üretimi ve görünürlüğü; siyasal iletişim açısından ise siyasal tartışmaya açıklığı, kimlerin erişebildiği ve siyasal iletişime ne ölçüde elverişli olduğu soruları üzerinden değerlendirme yapar (Fuchs, 2020, s. 318,324). X'in bir kamusal alan oluşturup oluşturmadığı gerçeğini, Habermas'ın tanımında belirtmiş olduğu şartların sağlanıp sağlanmadığı üzerinde değerlendirmek gerekmektedir. Fuchs'un da belirtmiş olduğu gibi X'i kullanan kitlenin belli demografik özelliklerinin olması (Fuchs'a göre batılı toplumlarda bu 24-35 yaş arası eğitimli kişileri temsil eder), kamu yararını gözeten konulardan ziyade eğlence merkezli bir yapı olması ve yeri geldiğinde sansür mekanizmalarını devreye sokması, kamusal alan mefhumunun içine dâhil olmadığı manasına gelmektedir. Her ne kadar Fuchs, internet tabanlı teknolojilerde sansür mekanizmasının işlemeyeceğini, sanal ortamda sansürün bir şekilde aşılabildiğini belirtmiş olsa da mülkiyet sahiplerinin bizzat bu sansürü uyguladığını ve başarılı olduğunu görmekteyiz. Günümüz dünyasında tanık olunan Filistin – İsrail savaşına dair bir tarafın destekçilerinin paylaşımları X tarafından yayınlanırken, karşıt tarafın destekçilerinin paylaşımlarına sansür uygulaması yapılmaktadır. Bu da Fuchs'un belirtmiş olduğu gibi bu platformların özgürlükçü – objektif olduğu gerçeğinin en azından bugünlerde geçerli olmadığını göstermektedir (Çöllüoğlu, 2025, s. 214).

Ünlü teorisyen, Arap Baharı ve 2011 protestolarında X'in (sosyal medyanın) belirleyici rol oynadığı iddiasını eleştirir. Mısır örneğinde internet ve sosyal medya kullanım oranlarının düşük olması, olayların esasen sosyal medya üzerinden yayıldığı savını zayıflatmaktadır. Araştırmalar, devrim sürecinde en etkili unsurun yüz yüze iletişim olduğunu; sosyal medyanın ise sınırlı bir etkiye sahip bulunduğunu göstermektedir. Bu veriler ışığında Fuchs, toplumsal hareketlerin yayılmasında sosyal medyanın sanıldığı kadar güçlü olmadığını vurgular (Fuchs, 2020, s. 343, 344, 345).

Eleştirel teorisyenler arasında Fuchs'un çizgisine daha yakın olan Morozov da tıpkı çağdaşı gibi internetin ve sosyal medya mecralarının sunulduğundan farklı olduğuna dikkatleri çekmektedir. "The Net Delusion" adlı eserinde, dijital iletişim teknolojilerinin özellikle ABD bağlamında demokrasiyi güçlendirdiği yönündeki görüşlere eleştirel bir yaklaşım sergilemiştir. Morozov'a göre dijitalleşme ve teknoloji, sanki yalnızca toplumsal etkiler üreten ve politik boyut taşımayan araçlar gibi sunulmakta; bu durum da kullanıcılara bir tür yanılsama dünyası yaratmaktadır. Bu çerçevede bireylerin Facebook ya da Twitter gibi sosyal medya platformları aracılığıyla belirli gruplara dâhil olmaları, onların yaşadıkları gerçek dünyayı anlamlı biçimde dönüştürmelerinden ziyade sınırlı bir etki alanı oluşturmaktadır. Ayrıca Morozov, belirli hedeflere ulaşma sürecinde teknolojinin en etkili araçlardan biri olduğunu vurgulamakta; ancak otoriter ya da güçlü yönetimler altında yaşayan bireylere dijital araçlar aracılığıyla iletilen mobilize edici mesajların, sanıldığı gibi otomatik olarak isyan veya toplumsal dönüşüm yaratacağına dair iyimser yaklaşımları da eleştirmektedir (Yengin ve Bayrak, 2022, s.119).

Eleştirel teorisyenlerin bir diğer günümüz temsilcisi ise Douglas Kellner'dir. Bu isim hem geleneksel kitle iletişim araçlarına ve hem de sosyal medya mecralarına eleştirel bir yaklaşım getirmesi bakımından önem taşımaktadır. Kellner, eleştirel teorinin ilk dönem temsilcilerinin ve Fuchs'un aksine teknolojiye olumlu tarafında da yaklaşabilmiştir. Teknolojinin doğru kullanıldığı takdirde demokratik ve özgürlükçü potansiyeline dikkatleri çekmiştir. Eleştirel teorinin diyalektik bir süreç olması gerektiğini vurgulayan Kellner, eleştiriyi olumsuz olanın yanında olumlu olanı da ele almak anlamında kullanmıştır. Bu düşüncelerinden hareketle çalışmalarında; "Eleştirel Teknoloji Teorisi, Tekno-kapitalizm, Tekno-okuryazarlık, Tekno-politika" gibi kavramlar öne çıkmıştır.

Kellner 2021 yılında yayınlanan kitabında eleştirel teknoloji teorisini aşağıdaki ifadelerle ele almıştır:

Kellner, teknoloji ve kültürün sürekli genişleyip dönüşmesi karşısında, teknolojiyi yalnızca nötr ya da kaçınılmaz bir ilerleme olarak görmeyen eleştirel bir yaklaşımın zorunlu olduğunu savunur. Bu yaklaşıma göre teknoloji, farklı biçim-

lerde kullanıldığında bir baskı ve denetim aracı hâline gelebilir; bu nedenle dijital medya ve teknolojilerin “özgürleştirici” ya da “ilerletici” olduğu yönündeki söylemler sorgulanmalıdır. Eleştirel teknoloji teorisi, teknolojilerin mevcut hâleriyle kabul edilmesi yerine, toplumu, siyaseti ve gündelik yaşamı daha demokratik kılabileceği biçimde yeniden yapılandırılmasını hedefler. Ayrıca eleştirel medya ve teknoloji teorisinin, bireylerin yeni bir ekonomi, toplum ve kültür içinde yaratıcı ve demokratik biçimde aktif özne olmalarını mümkün kıldığını vurgular. Bu teori, eğitim ve demokrasiyi güçlendirme potansiyeli taşıırken, aynı zamanda teknoloji kullanımının toplumsal eşitsizlikleri, özellikle de zenginler ile yoksullar arasındaki uçurumu nasıl derinleştirdiğini görünür kılar. Bu durum, teknolojilerin nasıl kullanılması gerektiği kadar, nasıl yeniden tasarlanması ve düzenlenmesi gerektiği sorusunu da gündeme getirir. Son olarak Kellner, dijital teknolojilerin gözetim amacıyla kullanılması üzerinde durur. Büyük şirketlerin bireyler, toplumsal gruplar ve seçmenler hakkında topladıkları devasa veri yığınlarının, davranışları izleme ve yönlendirme aracı haline geldiğini ve bunun gizlilik ile demokratik haklar açısından ciddi tehditler oluşturduğunu belirtir. Böylece teknoloji, özgürleştirici olduğu kadar, denetleyici ve manipülatif bir güç olarak da ele alınır (Kellner, 2021, s. 2).

Kellner, teknolojik ya da ekonomik determinizme düşmeden dijital teknolojiler ve sosyal medyanın gelişimini kapitalizmin güncel aşaması ve küresel dönüşümler bağlamında ele almayı; teknolojiye körü körüne hayranlık ya da korkudan kaçınarak, teori ile pratiği birleştiren ve toplumun demokratik dönüşümünü hedefleyen özne ve yapıların yeniden şekillendirilmesini savunur (Kellner, 2021, s. 3). Kellner’in, “Teknoloji ve Demokrasi” adlı eserinde teknolojiye yönelik karşıt görüşlerin eleştirilerine yer vermesi aslında kendisinin her iki görüşün de harmanlandığı bir teoriyi ortaya koyma çabası olarak görülebilir. Tek taraflı bakmanın anlamsız kalacağını belirten ünlü filozofun ortaya koymaya çalıştığı eleştirel teknoloji teorisi şu ifadelerle açıklanmaktadır:

Her iki yaklaşım da tek bir perspektife odaklanmaktadır ve teknolojinin hem ege-men toplumsal güçler tarafından hem de demokratikleşme ve güçlenme arayışında olan bireyler tarafından baskı ya da özgürleşme aracı olarak nasıl kullanılabileceğini ele almaktadır. Eleştirel bir teknoloji teorisi, teknolojinin doğası, işlevi ve potansiyeli hakkında somut bir anlayışa ek olarak, olumlu ve olumsuz yönlerini belirleyen bir normatif bakış açısını da içermelidir. Bu bakış açısı, teknolojinin faydalı ve zararlı kullanım alanlarını ayırt edebilecek eleştirel bir değerlendirme sunmayı gerektirir (Kellner, 2021, s. 9).

Kellner, teknolojinin olumlu ve olumsuz yönlerinin iç içe geçtiğinin altını çizmektedir. Ona göre teknoloji, kullanıldığı teknolojiye, belirli bağlamlarda sahip olduğu özel işlevlerine ve somut olaylarda izlenen değerlere göre ya oldukça

baskıcı ve yıkıcı olabilir ya da yaratıcı ve yaşamı iyileştirici bir rol oynayabilir (Kellner, 2021, s. 10). Bu durumu sosyal medya mecraları üzerinden örneklemek gerekirse; X platformunun kamusal alan bağlamında kullanılma potansiyelinin olumlu etkisi olabileceği gibi olumsuz etkisini de beraberinde barındırması gibi. Kellner, eleştirel teknoloji teorisiyle ilgili bir çerçeve çizmektedir. Eleştirel teknoloji teorisi, baskı ve tahakkümü güçlendiren, ekolojik yıkıma yol açan ve demokrasiyi zayıflatan teknolojiler ile doğayla uyumlu ve güçlendirici teknolojileri ayırt etmeyi amaçlar; teknolojinin baskıcı kullanımlarını sorgulayarak, onun yeniden yapılandırılmasının demokrasi, iyi yaşam ve toplumsal ilerleme için nasıl dönüştürücü bir rol oynayabileceğini ortaya koyar (Kellner, 2021, s. 11). Ünlü düşünür, eleştirel teknoloji teorisi çerçevesinde teknolojilerin iş, eğitim, kamusal alan ve gündelik hayatta yol açtığı sömürücü ve baskıcı kullanımların eleştirilmesinin zorunlu olduğunu; bununla birlikte şehirleri, okulları, ekonomiyi ve toplumu dönüştürmek için bu teknolojilerden yararlanan yeni stratejilere de ihtiyaç bulunduğunu vurgular (Kellner, 2021, s. 27). Kellner'in belirttiği üzere yeni teknolojilerin yol açtığı olumsuzluklarla birlikte bu teknolojilerin sağladığı olanaklar görmezden gelinemez. Bu durumu örneklemek gerekirse, bugün dünya üzerinde yaşanan en büyük acılardan biri olan Filistin'de yaşananlara sosyal medya mecraları aracılığıyla tanık olunmaktadır. Geleneksel kitle iletişim mecralarının görmezden geldiği ya da ulaşamadığı bu yer için sosyal medya mecraları bir haykırış mecrasına dönüşmüştür.

Kellner'e göre, dijital teknolojiler ve sosyal medya sayesinde bireyler ve topluluklar, kurumsal kapitalizmin dayattığı küreselleşmeye karşı tabandan gelen, daha eşitlikçi ve demokratik bir küreselleşme süreci geliştirebilir; çünkü dijital kamusal alanlar, şirket medyasına kıyasla ilerici kültürel ve entelektüel müdahalelere daha açıktır (Kellner, 2021, s. 31). Kellner bu ifadeyle sosyal medya mecralarının daha önceki kitle iletişim mecralarına oranla daha özgürlükçü ve demokratik katılıma müsait olduğunu altını çizmektedir.

Kellner'in eleştirel teknoloji kuramı, teknolojinin tek yönlü biçimde değerlendirilmemesi gerektiğini ve bu olgunun diyalektik bir perspektifle ele alınmasının zorunlu olduğunu savunur. Bu bağlamda, gerek eleştirel kuramcılarının gerekse teknolojik deterministlerin indirgemeci yaklaşımları Kellner tarafından eleştirilmektedir. Kellner, Habermas'ın eleştirel tutumuna mesafeli durduğu gibi, McLuhan'ın teknolojiye yönelik iyimser ve yüceltici söylemlerine de karşı çıkar. Ona göre, bilgisayar temelli yeni teknolojiler insan yaşamını kolaylaştırma ve ilerleme sağlama potansiyeline sahip olsa da, aynı araçların olumsuz ve baskılayıcı amaçlarla da kullanılabilmesi gerçeği göz ardı edilmemelidir.

Sosyal medya mecralarının iki taraflı potansiyeline dikkat çeken Kellner, bu mecraların daha doğru ve efektif kullanılması gerekliliğinin altını çizmektedir. Bu

doğrultuda Jeff Share ile birlikte “ Kritik Medya Okuryazarlığı” adlı kitabı kaleme almıştır.

Kellner ve Share’e göre eleştirel medya okuryazarlığı; bireylere medyayı sorgulayıcı biçimde kullanma, manipülasyona direnme ve medya araçlarını toplumsal dönüşüm için değerlendirme becerileri kazandırarak, demokratik hayata aktif katılan bilinçli yurttaşlar yetiştirmeyi amaçlar. Bu yaklaşım, katılımcı demokrasiyle ilişkilidir ve iletişim teknolojilerini edilgen tüketim yerine demokratik tartışma, ifade özgürlüğü ve toplumsal gelişimi destekleyen araçlar olarak görür (Kellner ve Shane, 2019, s. 6).

Kellner ve Shane, eleştirel medya okuryazarlığını Luke ve Freebody’nin “Dört Kaynak Modeli” üzerinden ele alarak, okuryazarlığın metni çözümleme, anlama, amaca uygun kullanma ve eleştirel biçimde inceleyip dönüştürme yeterliliklerini kapsadığını vurgular. Luke ve Freebody okumanın tarafsız değil, kültürel ve ideolojik bir pratik olduğunu; okuyucuların metinlerdeki varsayımları ve ideolojileri, kendi sosyokültürel konumlarından kaynaklanan kabullerle birlikte sorgulamalarının gerekli olduğunu savunurlar (Kellner ve Shane, 2019, s. 15). Bu çerçevede, eleştirel medya okuryazarlığının çok katmanlı bir yapıya sahip olduğunu ifade etmek yerinde olacaktır. Bireyin sahip olduğu kişisel birikimin yanı sıra, metni değerlendirirken göz önünde bulundurması gereken unsurların bulunduğu vurgulanmaktadır. Buradan hareketle dijital medya okuryazarlığı ele alındığında, yeni medya araçlarını kullanabilme becerisi ile bu araçlara hâkim olma düzeyinin, göz ardı edilmemesi gereken önemli yeterlilikler arasında olduğu söylenebilir.

Kellner ve Shane, kullanıcıların sosyal medyayı doğru anlamalarının yanında içerikleri de üreten pozisyonda olmalarını aşağıdaki ifadelerle vurgulamaktadır: Öğrenciler; sosyal medyayı, haber kaynaklarını, filmleri ve reklamları analiz ederek, bilimin, matematiğin, tarihin ve dillerin fikirleri desteklemek, sorunları belirlemek ya da ürün satmak amacıyla nasıl kullanıldığını sorgulayabilirler. Öğrencilerin yalnızca medyayı okuması, izlemesi ve dinlemesi değil, aynı zamanda medyanın içinde yer alarak onu kullanmaları ve üretmeleri de gereklidir. Bu nedenle, öğrenciler sorunlu temsilleri, yanıltıcı bilgileri ve gerçek "sahte haberleri" tespit edebilmek için yalnızca doğru bilgi üretimi konusunda değil, yanıltıcı ve rileri tanıma konusunda da pratik yapmalıdırlar. (Kellner ve Shane, 2019, s. 55). Kellner parantezinde tartışılan eleştirel teknoloji kuramı ile eleştirel medya okuryazarlığı yaklaşımları, günümüzde sosyal medya platformlarının nasıl ve ne ölçüde bilinçli kullanılabileceğine dair önemli sonuçlar ortaya koymaktadır. Bu bağlamda Kellner ve Shane’in öğrenciler üzerinden ele aldığı eleştirel medya okuryazarlığının, özellikle yeni medya çerçevesinde toplumun geneline yaygınlaştırılması gerektiğini ifade etmek yerinde olacaktır. Sosyal medya ortamlarının geleneksel kitle iletişim araçlarına göre oldukça yeni sayılması ve bireylerin

bu platformları kullanma becerilerinin henüz yeterince gelişmemiş olması, yeni medya okuryazarlığının özellikle önem verilmesi gereken bir alan olduğunu ortaya koymaktadır.

TEKNOLOJİK DETERMİNİZM

İlk Dönem Temsilcileri – Innis, Ivins ve Mc Luhan

Çalışmanın başında yeni teknolojilerin gelişimi ve değişimi beraberinde getirdiği vurgulanmıştı. Bu savın en güzel örneklerinden biri Sanayi Devrimidir. Bu devrimle beraber ortaya çıkan yeni teknolojilerin dünyayı dolayısıyla da insan yaşantısını etkilediği yadsınamaz bir gerçektir. Demiryolu ağlarının yaygınlaşmasıyla birlikte bu sürecin hız kazandığı söylenebilir. Erdoğan ve Alemdağ, demiryollarının sömürgelerdeki kontrolü arttırmak üzere genişlediğini, bu gelişmenin de uygarlığın sembolü olarak sunulduğunun altını çizmiştir (2005, s. 138).

20. yüzyılın başlarından itibaren ortaya çıkan iletişim teknolojileri birçok tartışmayı da beraberinde getirmiştir. Kitle iletişim araçlarına olumsuz bakan eleştirel kanadın yanında bu araçların insan yaşantısına olan katkısını ve kolaylaştırıcı etkisine dikkat çeken teknolojik determinizm düşüncesi bulunmaktadır. Teknolojik determinizm düşüncesinin mihmandarı Marshall Mc Luhan olarak öne çıkmaktadır. Çeşitli kaynaklarda teknolojik determinizm babası olarak da anılmaktadır. Mc Luhan'ın düşünce ikliminin oluşmasına ve bu düşüncenin bir zemine oturmasına katkı sunan önemli iki isim Harold Innis ve William Ivins'tir (Erdoğan ve Alemdar, 2005, s. 138).

Teknolojik determinizme ilişkin ilk sistematik araştırmayı yapan kişinin Innis olduğunu söylemek doğru olacaktır. Innis'e göre, teknolojik araçların çoğu, insanların fiziksel yeteneklerini geliştirmek amacıyla kullanılır; iletişim teknolojisi ise düşüncenin, bilincin ve insanın nadir kavramsal yeteneklerinin bir uzantısıdır. Innis, iletişim teknolojilerinin toplumsal yapıyı ve düzeni belirleyen temel bir güç olduğunu; yeni teknolojilerin eski toplumsal örgütlenmeleri dönüştürdüğünü ve bilincin denetiminin iletişim teknolojileri aracılığıyla sağlandığını savunmaktadır (Erdoğan ve Alemdar, 2005, s. 139). Kanadalı düşünür, elektronik kitle iletişim araçlarının gelişimi açısından karamsardır. Özellikle kitle iletişim teknolojisini zamansal ve uzamsal bağlarıyla ele alan düşünür, elektronik çağ konusunda olumsuz bir tavır takınmaktadır. Bu noktada Mc Luhan'la ayrılan Innis, yeni iletişim biçimlerinin zamansal, uzamsal ve insan algısı boyutlarıyla değerlendirmesi bakımından Mc Luhan'ı etkilemiştir (Güngör, 2016, s. 179). Innis'in teknoloji odaklı bu düşüncelerini özetlemek gerekirse:

İletişim araçları, kullanıldıkları medeniyetlerde ya mekân ve siyasi örgütlenmeye ya da zaman ve dini örgütlenmeye yönelik bir yönelimi beraberinde getirir. Farklı bir iletişim ortamının devreye girmesi, bu tek yönlü eğilimi dengeleyerek

imparatorlukların genişlemesine uygun koşullar yaratır. Tarihsel süreçte papirüs, parşömen, kâğıt, matbaa ve gazete gibi ortamlar siyasal, dinsel ve kültürel örgütlenmeleri şekillendirmiş; milliyetçilik, okuryazarlık ve ticaretin gelişiminde belirleyici olmuştur. Özellikle kâğıt ve basım teknolojileri mekân merkezli bilgi tekellerini güçlendirmiş, bu eğilim ise daha sonra radyo gibi yeni bir iletişim ortamıyla dengelenmeye çalışılmıştır (Innis, 2006, s. 122).

Innis'i McLuhan ve diğer teknolojik deterministlerden ayıran temel nokta, kitle iletişim teknolojilerinin bilinç oluşturma sürecine dair daha eleştirel ve olumsuz bir yaklaşım benimsemesidir. Buna karşın, yeni iletişim teknolojilerini zaman, mekân ve insan algısı ekseninde ele alması, McLuhan'ın düşünsel çerçevesini ve dolayısıyla McLuhan'dan etkilenen diğer teknolojik deterministlerin kuramsal bakışını önemli ölçüde biçimlendirmiştir.

Mc Luhan'ın etkilendiği bir diğer isim Ivins'tir. Ivins'in "Basılı ve Görsel İletişim" adlı kitabında vurguladığı en önemli nokta biçimin içerikten üstün olduğudur (Güngör, 2016, s. 81). Ivins, teknolojik ilerlemelerin toplumlar üzerindeki etkisine dikkat çekerken bu durumu şu sözlerle ifade etmektedir: "Afrikalı izleyiciler, film izlerken bizim yani Batılıların benimsediği pasif tüketici konumunu üstlenemez." Okuryazar bir izleyicinin temel niteliği, kitap ya da film karşısında tamamen edilgen bir alıcı rolünü kabul etmesidir. Ancak Afrikalı izleyicinin, bir anlatıyı bireysel ve sessiz biçimde takip etmeye yönelik herhangi bir eğitimi bulunmamaktadır (McLuhan, 2014, s. 65,66). Bu değerlendirmeler, Ivins'in teknolojinin kullanım biçimi ile onu kullanan bireylerin toplumsal ve kültürel gelişmişlik düzeyi arasındaki bağın önemine işaret ettiğini de göstermektedir. Bu çerçevede, iletişim teknolojilerindeki ilerlemeler ile kültürel değişim süreçleri arasında doğrudan bir ilişki olduğu kabul edilmektedir (Güngör, 2016, s. 182).

Ivins, biçimin içeriğe kıyasla öncelikli bir konumda olduğunu ifade etmektedir. İletişim teknolojilerinin sahip olduğu biçimsel farklılıkların, üretilen anlamı doğrudan etkilediğini söylemek yerinde olacaktır. Ayrıca bu biçimsel niteliklerin bireyler ve toplumsal yapı üzerindeki etkilerinin de belirleyici bir rol oynadığını vurgulamaktadır. Kısaca, iletişim teknolojilerinde yaşanan değişim ve dönüşümlerin toplumlar üzerinde belirleyici sonuçlar doğurduğu Ivins tarafından özellikle vurgulanmaktadır. Bu çerçevede, Mc Luhan'ın Ivins'in düşüncelerinden etkilendiğini söylemek doğru olacaktır.

Marshall Mc Luhan, teknolojik determinizmin kurucusu olarak anılsa da ilk dönem verdiği eserlerden olan "Mekanik Gelin" adlı kitabında (1951) teknoloji konusunda mesafeli olduğu görülmektedir. Hatta o dönem için eleştirel teorisyenlerin çizgisinde olduğu da söylenebilir (Güngör, 2016, s. 182). Devam eden yıllarda düşün ikliminde değişimler meydana gelen Kanadalı düşünürün yıllar

ilerledikçe teknolojik determinizmin kurucusu ve savunucusu noktasına geldiği görülmüştür.

McLuhan, geliştirdiği teknolojik belirleyicilik yaklaşımında, iletişim sürecinde asıl belirleyici olanın içerik değil kullanılan araç olduğunu ileri sürmüştür. Medya araçlarını insan bedeninin bir uzantısı, hatta onu dönüştüren yapılar olarak ele almıştır. Bu bağlamda teknoloji, insan yaşamının merkezinde yer almakta; toplumsal değişim ve dönüşümün de esas olarak teknolojik araçlar aracılığıyla gerçekleştiği vurgulanmaktadır (Güngör, 2016, s. 178). Teknolojik determinizmi daha iyi anlamak için Mc Luhan'ın ortaya koymuş olduğu kavramlara ve sözlere kısaca değinmek gerekmektedir:

“Araç mesajdır.” McLuhan'a göre iletişimde asıl belirleyici olan içerik değil, kullanılan aracın kendisidir. Çünkü iletişim biçimi, mesajın nasıl algılanacağını yönlendirir; araç bilinmeden mesaj anlaşılabilir. Araçlar tarafsız değildir, onları kullanan bireylerin algılarını dönüştürür ve bu etkiyi hem bireysel hem de toplumsal düzeyde gösterir (Rigel vd, 2005, s. 15). Elbette McLuhan'ın bu ifadesi, içeriğin bütünüyle önemsiz olduğu şeklinde yorumlanmamalıdır. Onun bu sözle dikkat çekmek istediği nokta, iletişim araştırmalarında uzun süre baskın olan ve yalnızca iletinin içeriğine odaklanan yaklaşımın eksikliğidir. McLuhan, mesajın ne söylediği kadar, hatta kimi durumlarda ondan da fazla, mesajın hangi araçla iletildiğinin belirleyici olduğunun altını çizmiştir

“Araç insan duyularının bir uzantısıdır.” İnsan, bedeniyle gerçekleştirdiği işlevleri zamanla araçlar ve teknolojiler yoluyla dışsallaştırmıştır. Silahlardan giysilere, iletişim araçlarından paraya ve ulaşımaya kadar tüm insan yapımı nesnelere, beden ve duyuların uzantıları olarak ortaya çıkmıştır (Mc Luhan, 2014, s. 14). McLuhan, teknolojiyi insanın bir uzantısı olarak görürken, bu uzantıların insan yaşamını dönüştürdüğünü; hayatı kolaylaştıran yönlerinin yanında olumsuz sonuçlar da doğurabildiğini vurgular. Başlangıçta faydalı amaçlarla ortaya çıkan teknolojilerin (silah, bıçak gibi) zamanla tahakküm ve şiddet aracı hâline gelebildiğini, buna rağmen insanların genellikle bu teknolojilerin olumlu yönlerine odaklanma eğiliminde olduklarını belirtir.

“Global köy” Kanadalı düşünürün 1967 yılında ortaya koymuş olduğu bu kavramın, gelişen iletişim teknolojileriyle bağlantılı olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır. McLuhan'a göre kitle iletişim araçlarının gelişimiyle dünya “küresel köy”e dönüşmüş; zaman ve mekân sınırları ortadan kalkarak insanlar televizyon ve uydu teknolojileri sayesinde dünyanın herhangi bir yerindeki olaylardan anında haberdar olur hâle gelmiştir (Yaylagül, 2006, s. 61). Mc Luhan'ın global köy kavramı her ne kadar o günkü kitle iletişim teknolojilerinin etkilerini anlatmak noktasında ortaya konulmuş olsa da bugün içinde bulunduğumuz dijital çağda bu

etkiyi internet teknolojisinin yaptığını vurgulamak yanlış olmayacaktır.

“Sıcak – Soğuk Araç” Mc Luhan medya araçlarını “sıcak” ve “soğuk” ayrımıyla açıklar: Sıcak araçlar tek bir duyuyu yüksek çözünürlükle ve yoğun bilgiyle genişletirken, soğuk araçlar az bilgi sunar ve alıcının katılımını gerektirir. Fotoğraf sıcak ve yüksek çözünürlüklüken, karikatür ve konuşma düşük çözünürlüklüdür; telefon da kulağa sınırlı bilgi verdiği için düşük çözünürlüklü bir araçtır (Mc Luhan, 1960, s. 29). McLuhan’ın yaptığı bu sınıflandırmanın, araçları tanımlamayı ve onların etkilerini daha anlaşılır kılmayı amaçladığı görülmektedir. Kanadalı düşünür, bu tür bir kategorileştirme yaparken araçların biçimsel özelliklerine odaklanmakta, içerik boyutunu ise arka planda bırakmaktadır. Ancak yazı örneğinde de olduğu gibi, aynı türden araçlar farklı sonuçlar ve etkiler doğurabilmektedir. Bu nedenle bazı düşünürler, McLuhan’ı bu önemli noktayı göz ardı ettiği gerekçesiyle eleştirmektedir.

McLuhan’ın teknolojik determinizm yaklaşımı, teknolojik yeniliklerin insan ihtiyaçlarından doğmakla birlikte, ortaya çıktıktan sonra bireylerin yaşam pratiklerini ve buna bağlı olarak toplumsal yapıyı dönüştürdüğünü savunur. Matbaanın icadı, insanları ortaklaşa yaşam biçiminden uzaklaştırarak daha birey merkezli bir toplumsal düzene yöneltirken; telgrafla başlayan ve telefon, radyo ile televizyon gibi kitle iletişim araçlarıyla devam eden süreç, dünyayı ‘küresel köy’ haline getirmiştir. McLuhan’a göre iletişim teknolojilerindeki bu ilerlemeler yaşamı kolaylaştırmakta ve bireylerin bu teknolojilere uyum sağlayabildiği ölçüde yeni toplumsal düzene dâhil olmaları mümkün olmaktadır.

Günümüz Temsilcileri – Webster, Castells ve Jenkins

Mc Luhan’ın ortaya koymuş olduğu teknolojik determinizm düşüncesinin günümüz önemli temsilcilerinden birisi Frank Webster’dır. Webster’ın, Toffler’ın 3. dalga olarak, birçok farklı ismin de bilgi toplumu olarak adlandırdığı bu döneme ait önemli tespitleri bulunmaktadır. Teknolojik determinizm temsilcisi olarak görülse de tıpkı Kellner gibi bu dönemi hem olumlu hem de olumsuz yönleriyle tanımlamaya çalışmıştır.

Webster, “Bilgi Toplumu Teorileri” adlı kitabında bilgi toplumuyla ilgili genel yaklaşımın olumlu olduğunun altını çizmektedir. Bu yaklaşımların birine göre; toplumların dijitalleşme süreciyle birlikte bilginin merkezde olduğu bir yapıya dönüştüğü, ekonominin bilgi temelli hale geldiği ve bunun küresel ölçekte bir “bilgi toplumu” ve “bilgi ekonomisi” anlayışını doğurduğu vurgulanmaktadır. Bu dönüşüm özellikle gelişmiş ülkelerde kabul görmüş, siyaset ve politika alanında da benimsenerek Avrupa Birliği gibi yapılar tarafından stratejik bir hedef haline getirilmiştir (Webster, 2014, s. 2).

Bazı yaklaşımlara göre bu süreç, bilinçli ve profesyonel bir toplumun ortaya çıkışını temsil ederken; diğerlerine göre ise bireyler üzerindeki denetim mekanizmalarının daha da güçlenmesine işaret etmektedir. Kimi görüşler, bilgiye rahatça ulaşabilen, eğitim seviyesi yüksek bir kamunun yükselişinden söz ederken; karşıt görüşler bu dönemi, yanıltıcı ve değersiz bilgi yığınları, sansasyonel içerikler ve propaganda ile şekillenen bir zaman dilimi olarak değerlendirmektedir. Bir kesim açısından bilgi temelli bir toplumun doğuşu anlamına gelen bu durum, başka bir kesim için benzeri görülmemiş bir gözetim çağının başlangıcıdır. Siyasal iktisatçılar bu dönemi, hızlı ve etkin karar alma kapasitesine sahip bilgi girişimcilerinin ön plana çıktığı bir “e-ekonomi” olarak tanımlarken; kültürel hassasiyeti yüksek bireyler, burayı yaratıcılığı ve hayal gücünü beslemekten uzak, “siber uzay” olarak adlandırılan bir alan şeklinde yorumlamaktadır (Webster, 2014, s. 2). Görüldüğü gibi Webster, bilgi toplumu kavramına karşı diyalektik bir tutum sergilemektedir. Ünlü düşünür bu kavramı beş farklı yaklaşımla eleştirel bir tonda ele almıştır:

Webster’a göre teknolojik yaklaşım, 1970’lerden itibaren ortaya çıkan iletişim ve bilgi teknolojilerini bilgi toplumunun temel göstergesi olarak ele alır; Toffler’dan internet ve akıllı telefonlara uzanan süreçte teknolojinin toplumu dönüştürdüğü savunulur. Webster teknolojinin dönüştürücü etkisini kabul etmekle birlikte, toplumsal değişimin yalnızca teknolojiyle açıklanmasına karşı çıkar (Webster, 2014, s. 11).

Ekonomik yaklaşım, ekonomik faaliyetlerin sanayi üretiminden bilgi temelli işlere kaymasıyla bilgi toplumunun ortaya çıktığını ileri sürer; bu çerçevede bilgi, emek ve sermayenin önüne geçen merkezi bir unsur hâline gelmektedir (Webster, 2014, s. 15).

Mesleki yapı yaklaşımı, Daniel Bell’e atıfla, istihdamın büyük ölçüde bilgi temelli mesleklere yönelmesini bilgi toplumunun göstergesi olarak değerlendirir. Bu yaklaşım, teknolojiden ziyade bilginin meslekler ve beceriler üzerindeki dönüştürücü etkisine odaklanır (Webster, 2014, s. 17).

Mekânsal yaklaşım, bilgi akışının küresel ağlar üzerinden sınırları aşmasını vurgular. Webster, küresel bilgi ağlarının önemini kabul etmekle birlikte, posta, telgraf ve telefon gibi ağların tarihsel sürekliliğine dikkat çekerek bu sürecin tamamen yeni olduğu iddiasını sorgular (Webster, 2014: 20-21).

Son olarak kültürel yaklaşım, bilginin yaşam tarzları, semboller ve anlam üretimi üzerindeki etkisini ele alır. Medya ve bilgi yoğunluğundaki artışın bir bilgi toplumuna işaret ettiği savunulurken, Webster, Baudrillard’a atıfla bu bilgi patlamasının anlam kaybını da beraberinde getirdiğini vurgular (Webster, 2014, s. 22).

Webster, Bilgi Toplumu'nu beş farklı yaklaşım çerçevesinde ele almakta; bu yaklaşımların her birinin belirli noktalara dikkat çektiğini ancak hiçbirinin bütünüyle yeterli olmadığını savunmaktadır. Yazara göre bilgi ve bilgi teknolojilerinin toplumsal değişimin tek başına nedeni olup olmadığı kesin biçimde saptanamasa da, değişimin derinleştiği, hızlandığı ve geniş bir alana yayıldığı konusunda genel bir uzlaşma bulunmaktadır. Bu bağlamda bilgi, çağdaş toplumsal dönüşümlerin vazgeçilmez bir unsuru olarak öne çıkmaktadır (Webster, 2014, s. 70). Webster ayrıca, kapitalist toplumlarda süregelen yapısal dönüşümlerin varlığını kabul etmekte ve yeni bilgi ve iletişim teknolojilerinin bu süreçlerde önemli bir rol oynadığını özellikle vurgulamaktadır (Webster, 2004, s. 63).

Robin ve Webster'ın Pierre Levy'nin "Cyber Culture" kitabını mercek altına aldığı "Tekno-Kültürün Zamanları" adlı eserde; yeni medya ve bilgi teknolojilerinin insan bilişini dönüştürme ve genişletme kapasitesine odaklanıldığı vurgulanmaktadır. Levy, yeni medyanın yalnızca bilginin miktarını arttırmadığını, aynı zamanda bilgiyle kurulan ilişkiyi köklü biçimde yeniden yapılandırıldığını savunur. Ona göre yeni medya, hiyerarşik ve kapalı bilgi düzenlerinin yerine açık, akışkan ve dinamik bir "bilgi alanı" sunmaktadır (Robins ve Webster, 2005, s. 217). Levy bu dönüşümü, toplumsal değişim ve hatta devrim için bir zemin olarak görür; etkileşimli ağların bilgiye daha kişisel ve somut bir erişim sağladığını, bunun da sözlülüğe dönüştürme benzer bir bilişsel ekoloji yarattığını ileri sürer (Robins ve Webster, 2005, s. 218). Küresel ağlar aracılığıyla bilgiyle kurulan bu yeni ilişki, siber uzayda anlık ve yakın iletişimi mümkün kılarak sanal toplulukların politik biçimlerde örgütlenmesine ilham vermektedir. Ancak Robins ve Webster, Levy'nin bu tekno-iyimser yaklaşımının hâkim bir söylem olmakla birlikte sorunlu ve belirsiz yönler taşıdığını, sözde bilgi devriminin merkezindeki temel çelişkileri göz ardı ettiğini belirtmektedir (Robins ve Webster, 2005, s. 219).

Webster'ın bu çalışma kapsamında incelenen eserlerinde kullanılan kavramlar farklılık gösterse de, benimsediği yaklaşımın tutarlılığını koruduğu görülmektedir. Webster, bilgi toplumu ya da tekno-kültür kavramlarının yalnızca geleceğe dönük ve öngörücü bir perspektiften ele alınmasının eksik bir değerlendirme olacağını vurgulamaktadır. Söz konusu kavramlara eleştirel bir mesafeye yaklaşan akademisyen, son elli yıl içerisinde yaşanan dönüşümlerin taşıdığı önemi de göz ardı etmemektedir. Bu doğrultuda Webster, çalışma kapsamında teknolojik deterministler çerçevesinde değerlendirilmiştir.

Teknolojik determinizmin günümüz önemli temsilcilerinden bir diğeri Manuel Castells'tir. Castells bilginin öne çıktığı bu dönemi yeni bir çağın başlangıcı olarak görmüştür. Bu çağın toplumunu da "ağ toplumu" olarak kavramsallaştırmıştır. Castells'in kaleme almış olduğu "Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum ve

Kültür” adlı 3 ciltlik eserde ağ toplumu kavramına değinmiş ve bunu ekonomik, toplumsal ve kültürel yönden ele almıştır.

Manuel Castells, tarih boyunca belirleyici nitelik taşıyan bazı gelişmelerin günümüz toplumlarında birbirinden farklı sonuçlar ortaya çıkardığını vurgulamaktadır. Tarihsel örnekler üzerinden değerlendirmeler yapan Castells, Sovyetler Birliği’nin dağılmasıyla birlikte komünist sisteme dayalı devletlerin çözülmesinin, kapitalist düzenin güç kazanmasına yol açtığını belirtmektedir. Çeşitli tarihsel kırılmaları örneklerle ele alan düşünür, son aşamada ise yaşanan teknolojik devrimin giderek artan bir hızla toplumun maddi yapısını yeniden biçimlendirmeye başladığının altını çizmektedir (Castells, 2013, s.1).

Castells her ne kadar kendisini teknolojik determinist olarak tanımlamasa da eserlerinde ortaya koymuş olduğu düşünceleri onun teknolojik determinist olarak anılmasına sebep olmuştur. Castells’in yeni teknolojilerin ekonomik sonuçlarını ele alış biçimi, bu etkilerin onun ileri sürdüğü şekilde gerçekleşmediğini ve enformasyonizm yaklaşımının aşırı ölçüde teknoloji merkezli olduğunu düşünen pek çok eleştirmenin ilgisini çekmiştir. Webster (1995) ile Garnham (2000) da bu noktalar üzerinden Castells’e eleştiri yöneltmiştir. Bu eleştirilere göre, Castells’in çözümlemesi ekonomi, siyaset ve kültürel alandaki dönüşümleri büyük ölçüde enformasyon teknolojilerindeki değişimlere bağlamakta ve bu unsurlara gereğinden fazla ağırlık vermektedir (Stevenson, 2008, s. 316). Bu eleştirilerin haklılığı Castells’in “Toplumların farklı tarihsel dönemlerde teknolojilere ulaşmadaki kabiliyetlerinin ya da kabiliyetsizliklerinin onların gelecekteki kaderini tayin etmede önemli bir unsur olduğu” ifadesiyle ortaya çıkmaktadır (Castells, 2013, s.8). Castells’e göre ekonomik küreselleşme; gelişmiş bilgisayar sistemleri, çevrimiçi finans ağları, mikroelektronığe dayalı standartlaşmış üretim, gelişen ulaşım alt yapısı ve özellikle 1990’lardan itibaren yaygınlaşan internet sayesinde hız kazanmış; internet bu sürecin temel dayanağı olan ağ yapısının merkezine yerleşmiştir (Castells, 2013, s. 171-172). İnternetin yaygınlaşması birçok alanda dönüşüm yaratmıştır. Castells, internet sektörünü dört katmanda ele alarak bu alanın hızlı biçimde büyüdüğünü vurgular. İnternet altyapısı sağlayıcıları, uygulama geliştiriciler, reklam gelirine dayalı web hizmetleri ve çevrim içi ticaret yapan şirketlerin tümünde internet kaynaklı önemli ekonomik büyüme yaşandığını belirtir (Castells, 2013, s. 189-190).

Castells, ağların bilgiye uyum sağlama sürecinde maliyet ve riskleri paylaşmayı mümkün kıldığını, ancak aynı zamanda sistemin en belirleyici unsuru hâline geldiğini vurgular. Ağların dışında kalmanın giderek zorlaştığını, yeni teknolojik koşullarda şirketlerden ziyade ağların fiili operasyon merkezi olduğunu belirtir. Bu bağlamda “ağ müessesesi” kavramıyla, küresel ekonominin temel örgütlenme

biçiminin ağlar etrafında şekillendiğini ifade eder (Castells, 2013, s. 236). Castells, yeni teknolojileri çok yönlü biçimde ele alarak bu yaklaşımıyla ekonomik yapının temel aktörleri olan şirketlerin ağ yapılarının dışında kalmasının neredeyse imkânsız olduğunu ve küresel ekonominin giderek bu ağlar etrafında şekilleneceğini vurgulamaktadır. Milenyumun başında Castells'in dikkat çektiği bu tablo, günümüzde küresel ekonomik düzen içinde açık biçimde gözlemlenmektedir. Öyle ki yalnızca büyük ölçekli şirketler için değil, daha küçük girişimler açısından da varlığını sürdürebilmenin temel koşullarından birinin ağlara eklenmek olduğu söylenebilir.

Castells'in ikincil olarak değindiği nokta kültürdür. Castells elektronik iletişim sistemlerinin kültür üzerinde geri dönülmez değişimler yarattığını Postman'dan alıntılıdığı şu ifadelerle belirtmektedir: Bireyler gerçekliği nesnel hâliyle değil, sahip oldukları dil ve medya aracılığıyla algılar; çünkü medya, dili ve dili oluşturan metaforları şekillendiren temel unsurdur. Bu düşünceden hareket eden Castells ise yeni teknolojilerle birlikte ortaya çıkan internetin ve elektronik iletişim sistemlerinin kültürel yapıyı derinden dönüştürdüğünü, bu dönüşümün kalıcı olacağını vurgulamaktadır. (Castells, 2013, s. 440-441).

Ünlü İspanyol düşünür, internet kullanımının eşitsiz olduğunu vurgular; bu eşitsizliğin temelinde internetin toplumun geneline açık olmaması ve özellikle 1990'lar ile 2000'lerin başında ABD'deki kullanıcıların çoğunlukla beyaz ve eğitimli kesimden oluşması yer alır. Castells, bu durumun küresel ölçekte de değişmediğini belirtir (Castells, 2013, s. 464-466). 2026'nın yaşanıldığı bugünlerde bu oran farklı şekillerde değişkenlik göstermektedir. 1990'lı yıllardan 2000'lere uzanan süreçte söz konusu eşitsizlik kademeli olarak gerilemiştir. İnternet erişim maliyetlerinin düşmesi ve teknolojik gelişmeler, dünya genelinde çok sayıda insanın dijital ağa dâhil olmasını sağlamıştır. Castells'in o dönemde dikkat çektiği eşitsizlik, günümüzde görece bir azalma göstermiştir. Bununla birlikte, hâlen bu imkânlardan yoksun yaşayan milyonlarca insanın varlığı sürmektedir. Her ne kadar bu alandaki eşitsizlik geçmiş yıllara kıyasla azalmış olsa da, tamamen ortadan kalktığını iddia etmek yerinde olmayacaktır.

Castells, tüm bu olumsuzluklara rağmen ağ yapısının geniş kitlelerin kamusal alana erişimini mümkün kıldığını özellikle vurgular. Elektronik ortamda toplumsal eşitsizlikler belirgin biçimde görünürlük kazansa da, ağ mimarisinin devletlerin getirdiği kısıtlamaları ve piyasa temelli sınırlamaları önemli ölçüde zayıflattığı ifade edilmektedir (Castells, 2013, s. 473). Ona göre ağ, yeni eşitsizlikler üretme potansiyeline sahip olsa bile, ağa erişebilen dezavantajlı gruplara kendilerini ifade edebilecekleri bir imkân sunması bakımından son derece değerlidir. Bu bağlamda ağ, egemen iktidar söylemlerinin dışında kalan farklı görüş ve düşüncelerin de dolaşıma girebildiği görece özgür bir iletişim alanı olarak tasavvur

edilmektedir.

Manuel Castells, Enformasyon Çağı adlı eserinde internetin insanları yalnızlaştırıp yalnızlaştırmadığını ya da sanal cemaatler oluşturup oluşturmadığını tartışır ve bu noktada olumlu yönde görüş beyan eder. Ona göre sanal cemaatler, bireyle-re gerçek hayatta ifade edemediklerini paylaşma ve zayıf sosyal bağlarını genişletme imkânı sunarak toplumsal ilişkileri güçlendirir. Castells ayrıca bilgisayarlı iletişimin zamanla yaygınlaşacağını; ticaretin, eğitimin ve siyasetin dijital ortama taşınacağını, özellikle çevrimiçi satışlar, uzaktan eğitim ve internet temelli siyasi kampanyaların önem kazanacağını öngörür (Castells, 2013, s. 475-482). Bu ve benzeri yaklaşımların günümüzde daha somut bir karşılık bulduğunu ifade etmek mümkündür. Yeni medya platformlarının ortaya çıkışıyla birlikte, küresel ölçekte siyasal alan yalnızca geleneksel medya üzerinden değil, aynı zamanda bu dijital mecralar aracılığıyla da şekillendirilmeye çalışılmaktadır. Bugün X adıyla anılan platformun, siyasetçilerin en sık başvurduğu mecralardan biri konumuna gelmesi bu hususu örnekler niteliktedir.

Manuel Castells'in ağ toplumu bağlamında zaman ve uzam kavramlarının köklü biçimde dönüştüğünü savunduğunu anlatmaktadır. İnternet temelli ağ yapıları sayesinde olaylar eşzamanlı olarak deneyimlenebilmekte, insanlar mekânsal sınırları aşarak anında etkileşime girebilmektedir. Castells'e göre bu "akışlar uzamı", bilgiyi hiyerarşisiz ve zamansız bir biçimde erişilebilir kılarak zamanın belirleyiciliğini zayıflatmıştır. Ancak bu dönüşüm herkes için geçerli değildir; ağa dâhil olabilenler zamansızlık deneyimi yaşarken, ağ dışında kalanlar hâlâ geleneksel zamanın sınırları içinde yaşamlarını sürdürmektedir (Castells, 2013). Castells'in ağ kavramı günümüz koşulları içinde daha geniş bir bakışla ele alındığında; iletişim teknolojilerindeki ilerlemeyle birlikte televizyon, radyo, gazete, stüdyo ve eğlence gibi mecraların tek bir ağ yapısı altında birleştiği ve izlenebilir hâle geldiği görülmektedir. Ayrıca sinyalleri alan, üreten ve ileten taşınabilir araçların bugün cebimizde taşıdığımız akıllı telefonlar olduğunu belirtmek yerinde olacaktır. Teknolojik determinizm bir diğer günümüz temsilcisi Henry Jenkins olarak öne çıkmaktadır. Jenkins'in, sosyal medya mecraları üzerine inceleme ve araştırmaları bulunmakla birlikte, geleneksel kitle iletişim mecraları üzerine de incelemeleri bulunmaktadır. Sosyal medya mecraları üzerine yapmış olduğu çalışmalardan birisi de "Cesur Yeni Medya: Teknolojiler ve Hayran Kültürü" adlı kitabıdır. Bu çalışmada Jenkins'in sosyal medyaya yönelik yaklaşım ve düşünceleri bu kitap bağlamında incelenmiştir.

Henry Jenkins, yeni medyaya ilişkin değerlendirmelerinde üç temel kavramın altını çizer: medya yakınlaşması, katılımcı kültür ve kolektif zekâ. Bu kavramlar üzerinden hem yeni medyanın işleyişine hem de gelecekte şekillenecek medya kültürüne dair çözümler sunar. Jenkins'e göre yakınlaşma; içeriklerin farklı

platformlar arasında dolaşımını, çeşitli medya endüstrileri arasındaki iş birliğini ve arzu ettikleri eğlence deneyimlerinin peşinden giderek neredeyse her ortama taşınabilen, hareketli ve göçebe bir izleyici kitlesinin varlığını ifade etmektedir (Jenkins, 2016, s. 19). Ünlü akademisyen, yaklaşmanın yalnızca farklı medya platformları üzerinden ele alınmaması gerektiğini; bunun aynı zamanda tüketicilerin yeni bilgilere yönelmesini ve parçalı medya içerikleri arasında ilişki kurmasını teşvik eden bir kültürel dönüşümü ifade ettiğini belirtmektedir. Jenkins, bu yaklaşımı şu sözlerle temellendirmektedir: “Yakınlaşma, ne denli gelişmiş olurlarsa olsunlar, medya araçları aracılığıyla gerçekleşmez. Yakınlaşma, bireysel tüketicilerin zihninde ve onların başkalarıyla kurdukları toplumsal etkileşimler yoluyla ortaya çıkar” (Jenkins, 2016, s. 20).

“Yakınlaşma kültürü” bağlamında ele alınan kolektif zekâ, Pierre Lévy’nin ortaya koyduğu ve bilginin bireylerde parçalı halde bulunduğunu, bu parçaların bir araya gelmesiyle ortak bir aklın oluştuğunu ifade eden bir kavramdır. Jenkins ise kolektif zekâyı medya gücüne alternatif bir kaynak olarak görmüş ve yakınlaşma kültürünün bu ortak bilgi üretimini öğrenilebilir kıldığını belirtmiştir (Jenkins, 2016, s.20). Jenkins, kolektif zekânın ağırlıklı olarak eğlence amaçlı kullanıldığını ifade etmiştir. Bu görüşün 2006 yılına ya da daha öncesine ait olması, söz konusu tespiti destekler niteliktedir. Günümüzde ise kolektif zekânın sosyal medya platformları üzerinden etkin biçimde kullanıldığını söylemek mümkündür. YouTube gibi mecralar aracılığıyla uzmanlık gerektiren pek çok konuda doğrudan alanında yetkin kişilerden bilgi edinilebilmekte; örneğin eve alınan bir cihazın ya da eşyanın kurulumu/montajı, sosyal medya içerikleri sayesinde pratik bir şekilde gerçekleştirilebilmektedir.

Jenkins’in kolektif zekâ ve katılımcı kültür kavramlarına paralel bir yaklaşım sergileyen Paolo Gerbaudo, çevrimiçi birlikteliklerin ortaya çıkardığı bir tür ortak enerji alanının varlığından söz etmektedir. Bu çerçevede, kullanıcıların sanal ortamda bir araya gelerek oluşturdukları bu kolektif enerji, diğer bireylerin de sürece katılımını ve birlikte hareket etmesini doğrudan etkileyebilmektedir (Yengin ve Bayrak, 2022, s.119).

Jenkins, geleneksel medya ile yeni medya arasındaki ilişkiyi tartışırken, yeni medyanın eski medyayı tamamen ortadan kaldıracağını savunan yaklaşımlara değinir. Bu bağlamda Nicholas Negroponte ve George Gilder’in, büyük medya yapılarının sona ereceğini öne süren görüşlerini aktarır ve Gilder’in teknolojik dönüşümü eski-yeni araçlar arasındaki tarihsel karşılaştırmalarla açıklayan ifadesini örnek gösterir. Ancak Jenkins, bu yaklaşıma eleştirel bir mesafeyle yaklaşarak, dijital devrimin “yok etme” varsayımının aksine, yakınlaşma paradigmasının yeni ve geleneksel medyanın birbirini dışlamak yerine iç içe geçerek varlığını sürdüreceğini savunduğunu vurgular (Jenkins, 2016, s. 23). 2005 sonrası döneme

ilişkin yapılan değerlendirmede, dijital devrim paradigmasının tam anlamıyla hayata geçmediği görülmektedir. Televizyon, radyo ve basılı medya varlıklarını biçim değiştirerek sürdürürken, yaklaşma paradigmasının öngörülleri büyük ölçüde gerçekleşmiştir. Yayıncılık faaliyetleri; internet, dijital platformlar ve mobil uygulamalar üzerinden devam etmekte; bununla birlikte geleneksel yayıncılık etkisi azalmış olsa da 2026 itibarıyla varlığını sürdürmektedir.

Henry Jenkins, bir kitle iletişim aracının sunduğu içeriğin dönüşebileceğini, hitap ettiği kitlenin değişebileceğini ve toplumsal konumunun zaman içinde yükselip düşebileceğini ifade etmektedir. Buna karşın, bir iletişim aracı temel bir insani ihtiyacı karşıladığı ölçüde, daha kapsamlı ve çok katmanlı bir iletişim sistemi içinde varlığını sürdürmeye devam edeceğini vurgulamaktadır. Jenkins, sinemanın tiyatroyu sonunu getirmede, televizyonun radyoyu ortadan kaldırmadığını ve yazılı metinlerin sözlü anlatımı yok etmediğini örneklerle ortaya koymaktadır. Bu bağlamda, dijital devrim yaklaşımının hatalı bir varsayıma dayandığını savunur. Ona göre yeni teknolojiler, önceki teknolojileri ortadan kaldırmak yerine, onların işlevlerini ve toplumsal statülerini dönüştürmektedir (Jenkins, 2016, s. 33-34).

Amerikalı akademisyen, medya yaklaşımının yalnızca teknik bir gelişme olmadığını, bu süreçte teknolojiler, pazar yapıları, tüketici pratikleri ve medya türleri arasındaki ilişkilerin dönüştüğünü ifade etmektedir. Jenkins'e göre yaklaşma sonlanmış bir durum değil, süreklilik gösteren bir değişim sürecidir. Tüm içeriğin tek bir merkezde toplanacağı fikrine karşı çıkan bu yaklaşım, kanal çeşitliliğinin artması ve bilgisayar ile telekomünikasyon alanındaki ilerlemeler sayesinde medyanın hareketli, her an erişilebilir ve her yerde bulunur hale geleceğini vurgulamaktadır (Jenkins, 2016, s. 36). Jenkins'in bu değerlendirmelerinin, günümüzde dönüşüm geçiren akıllı telefonlar üzerinden somutlaştığını söylemek mümkündür. Kara kutu anlayışının aksine, her şeyin her yerde erişilebilir olması durumu bugün ev dışındaki herhangi bir mekânda medyaya ulaşmanın bütünüyle gerçekleştiği bir aşamaya ulaşmıştır.

Jenkins'e göre, geleneksel dönemin tüketicilerini daha edilgen, günümüz tüketicilerini ise daha katılımcı olarak tanımlamaktadır. Önceki dönemde tüketicilerin markalara olan bağlılığının daha güçlü olduğu varsayılırken, yeni medya imkânlarının gelişmesiyle bu durum tersine bir seyir izlemiştir. Ayrıca eski tüketicilerin daha izole bireyler olduğu, buna karşılık yeni tüketicilerin toplumsal açıdan birbirleriyle etkileşim hâlinde ve bağlantılı oldukları vurgulanmaktadır (Jenkins, 2016, s. 40). Jenkins, dönüşüm geçiren geleneksel tüketici anlayışını ve yeni medyanın bu süreçteki rolünü "Medya Yakınlaşmasının Kültürel Mantığı" başlıklı çalışmasında somut örneklerle ele almaktadır. Yakın tarihteki savaşlara değinen bu analizde, Vietnam Savaşı sürecinde savaş karşıtı yeraltı yayınlarının,

alternatif mizah üretimlerinin ve bireylerin kendi radyo ağlarını oluşturmasının uzun yıllar aldığına dikkat çekilmektedir. Buna karşılık dijital çağda, savaş karşıtı aktivistlerin kısa sürede örgütlenebildiği, iş birlikleri geliştirdiği, düşüncelerini hızla yayabildiği ve destekçilerini kolaylıkla harekete geçirebildiği vurgulanmaktadır. Bloglar üzerinden verilen örneklerle görüşlerini temellendiren Jenkins, klasik tüketici modelinden üretici-tüketici (prosumer) yapısına geçildiğini ve medyanın işlevinde meydana gelen dönüşümü güçlü biçimde ortaya koymaktadır (Aydoğan, 2017, s. 37).

Jenkins'in, medyanın hem izleyici hem de üretici açısından köklü dönüşümler barındırdığına dikkat çektiği özellikle vurgulanmalıdır. Süreç odaklı bir yaklaşımla konuyu ele alan akademisyen, bu dönüşümün hem tüketici hem de üretici konumunda yer alan bireyler tarafından deneyim yoluyla öğrenileceğini ifade etmektedir. Bu bağlamda yürütülen mücadelelerin sonuçlarının, gelecekteki halk kültürünün şekillenmesinde belirleyici bir role sahip olacağını belirtmektedir.

SONUÇ

Teknolojik gelişmeler insanlık tarihini avcılık-toplayıcılıktan tarım toplumuna, sanayi devrimine ve günümüzde bilgi/enformasyon çağına taşıyan temel bir dönüşüm süreci yaratmıştır. Her dönem kendi ihtiyaçlarına uygun teknolojileri ortaya çıkarmış, bu teknolojiler insan yaşamını önemli ölçüde etkilemiştir. Özellikle sanayi devrimiyle birlikte gelişen kitle iletişim araçları, eleştirel teorisyenlerle teknolojik deterministler arasında süregelen bir tartışma alanı oluşturmuştur. Bu tartışma günümüzde sosyal medya mecraları gibi yeni teknolojiler üzerinden devam etmektedir.

Bu çalışmada eleştirel teori ve teknolojik determinizm ilk dönem ve günümüz temsilcileri ve onların düşünceleri üzerinden ele alınmıştır. İletişim biliminin her iki ana akım düşüncesinin dayanak noktası ve ilk dönem temsilcilerine kısaca değinilmiş sonrasında günümüz temsilcileri ve yeni medya yaklaşımları ayrıntılı olarak ele alınmıştır. Her iki ana akım düşüncenin dün geleneksel kitle iletişim mecraları üzerinden sergilediği yaklaşımlar bugün benzer şekilde sosyal medya mecraları üzerinden devam etmektedir. Eleştirel teorisyenlerin günümüz temsilcileri sosyal medyanın daha çok olumsuz taraflarına vurgu yaparken, teknolojik determinizm savunucuları ise bu mecraların olumlu yönlerine dikkat çekmektedir.

Fuchs ve onu takip eden eleştirel teorisyenlerin sosyal medya eleştirileri; dijital emek sömürsü, emperyalist şirketler, büyük veri ve katılımcı kültür gibi kavramlar üzerinden ele alınmıştır. Eleştirel teorisyenlerin günümüz temsilcileri, dün geleneksel medya mecralar üzerinden eleştirilen birçok şeyin bugün de devam ettiğini yukarıdaki kavramlar üzerinden tartışmıştır. Eleştirel teorisyenler, kapi-

talist düzenin dün geleneksel medya üzerindeki etkisinin bugün sosyal medya mecraları üzerinden devam ettiğini belirtmektedirler. Geleneksel medya mecralarının holdingleşen yapısının bugün de büyük sosyal medya şirketleri üzerinden sürdürüldüğünün altı çizilmektedir. 2010 yılı ve sonrası yapılan satın alımlar ve birkaç önemli sosyal medya platformunun tek elde (Facebook, Instagram, Whatsapp) toplanması buna örnek teşkil etmektedir.

Sosyal medya kullanıcılarının birçoğunun, bu mecraların gizlilik sözleşmeleri hakkında yeterli bir bilgiye sahip olmaması eleştirel teorisyenlerin eleştirilerin odağında yer alan başka bir konudur. Kullanıcıların bilgilerinin, alışkanlıklarının hatta kendilerinin bir meta haline gelerek, sosyal medya sahipleri tarafından satıldığı ya da istismar edildiği eleştirilmektedir. Eleştirel teorisyenlerin eleştirilerinin bir diğer odağı ise sosyal medya mecralarının katılımcı kültüre sahip olmasıdır. İçeriklerin aynı zamanda kullanıcılar tarafından üretiliyor olması, onların emeklerinin sömürülmesi anlamına gelmektedir. Dijital emek kavramıyla da bu noktanın altı çizilmiştir. Yine büyük veri kavramı çerçevesinde, kullanıcıların dijital ayak izlerinin onların bilgisi ve istediği dışında kullanılıyor olması bugün sosyal medya mecralarına yönelik yapılan eleştirilerden bir diğeridir.

Eleştirel teorisyenlerin kötümser yaklaştığı bu yeni dönem için teknolojik deterministlerin olumlu tanımlamalarının olduğu görülmektedir. Bu isimler, içinde bulunulan dönemi; ağ toplumu, bilgi çağı, enformasyon (bilgi) toplumu gibi isimlerle tanımlamıştır. Teknolojik deterministler, sosyal medya mecralarında oluşan katılımcı kültürle birlikte çok sesliliğin dolayısıyla da demokrasinin daha ileri bir seviyeye geldiğini savunmaktadırlar. Geleneksel kitle iletişim mecralarında pasif olan izleyicilerin, sosyal medya mecralarıyla aktif kullanıcılara dönmesi, teknolojik deterministlerin bu noktadaki dayanağını oluşturmaktadır.

Mc Luhan'ın global köy kavramının, yeni medya mecralarıyla tam manasıyla yaşandığının altı çizilmektedir. Teknolojik deterministler, bu teknolojiyle birlikte zaman ve mekân kavramının ortadan kalktığı ve bu durumun bilgiye ulaşmadaki engelleri kaldırdığının altını çizmektedir. "Kimse her şeyi bilemez ama herkes bir şeyler bilir" sözünden hareketle kolektif zekâ kavramına dikkat çeken teknolojik deterministler; sosyal medya mecralarının hayatı kolaylaştırıcı yönüne vurgu yapmaktadır.

Jenkins ve onu takip eden teknolojik deterministlerin dikkat çektiği bir diğer kavram yöndeşme/yakınsama/yakınlaşma olarak ortaya çıkmaktadır. Yeni teknoloji olanaklarının birçok farklı medyayı tek elden yönettiğine vurgu yapan bu kavram aynı zamanda pazar türlerinin, medya yapılarının ve tüketici pratiklerinin de olumlu manada dönüştüğüne vurgu yapmaktadır.

Her iki ekolün temsilcileri arasında yeni medya mecralarını -diğer eleştirel teorisyenlerin aksine- diyalektik bir yaklaşımla ele alanların olduğunu söylemek doğru olacaktır. Eleştirel teorisyenler arasında gösterilen Kellner; sosyal medya mecralarının geleneksel kitle iletişim mecralarına oranla daha demokratik olduğunu ve doğru kullanılması kaidesiyle fayda sağlama potansiyelinin olduğuna dikkatleri çekmiştir. Teknolojik determinizmin temsilcilerinden biri olan Webster ise enformasyon çağının ve teknolojilerinin beraberinde bilgi kirliliği getirebileceği ihtimaline dikkatleri çekmiştir.

Her ne kadar bir edebiyatçı olarak öne çıksa da Tzvetan Todorov'un "Eleştirinin Eleştirisi" adlı kitabındaki yaklaşımı hem eleştirel teori hem de teknolojik determinizm düşüncesine nasıl yaklaşılması gerektiği noktasında bir alternatif sunmaktadır. Eleştirel teorinin modern toplumun ideolojik yapısını, kültür endüstrisini ve araçsal aklını eleştirdiği göz önünde bulundurulduğunda, Todorov bu eleştirilerin yıkıcı olmaması gerektiğinin altını çizmektedir. Todorov bu noktada eleştirilerin dengeli olması gerektiğini vurgular. Teknolojik determinizm yaklaşımına göre teknolojinin belirleyici bir unsur olması toplumsal yapıyı belirlediği düşüncesini öne çıkarmaktadır. Todorov, teknolojik determinizme dolaylı bir eleştiri getirmektedir. Ünlü edebiyatçı insanı faktörünü ön plana çıkarmaktadır. Ona göre teknoloji ne kadar güçlü olursa olsun insanın yorumlama ve anlamlandırma kapasitesi belirleyici olmaya devam eder (Todorov, 2011). Sosyal medya mecralarının tartışma konusu olduğu bu günlerde Todorov'un eleştiriye eleştiren bu yaklaşımı önemli hale gelmektedir. Eleştirel teorinin sosyal medyayı ideolojik ve ekonomik güçlerin ürünü olarak görmesine ve teknolojik determinizm yaklaşımının algoritmaların toplumları belirlediğine dair yaklaşımlarına karşın Todorov; anlamın, kullanıcı ve metin arasındaki ilişkide olduğunun altını çizmektedir. Bu bağlamda teknolojinin güçlü olduğu ancak tek belirleyici olmadığı, eleştirel yaklaşımın gerekli olmakla birlikte, yıkıcı olmaması gerektiğinin altı çizilmelidir. Yukarıda ortaya çıkan sonuçlar bağlamında bir çerçeve çizmek gerekirse; iletişim biliminin iki ana akım düşüncesinin dün geleneksel medya mecraları üzerinden takınmış olduğu tavrın bugün de devam ettiği görülmektedir. Bu durumda sosyal medya mecralarına tek taraflı bakmanın, sadece olumlu ya da olumsuz yanlarını ortaya koymanın, eksik kalacağını söylemek doğru olacaktır. Çalışmada da değinildiği üzere bu mecralara diyalektik bir anlayışla yaklaşmanın daha doğru olacağı görülmektedir. Günümüzdeki teknolojik olanakların çokluğu ve insan hayatını kolaylaştırıcı etkisinin görmezden gelinemeyeceği gibi bu mecraların kullanımının barındırdığı risklerin de göz ardı edilmemesi gerçeği önemle altı çizilmesi gereken bir nokta olarak ortaya çıkmaktadır.

KAYNAKÇA

Abadan, N. (1968). Kitap tahlili. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 23(2), 335-342.

Adorno, W. T. (2016). *Negatif diyalektik*. Metis Yayınları.

Aydoğan, F. (2017). *Yeni medya kuramları*. Der Yayınları.

Bağce, H. E., Akkanat, S., Bakirezer, G., Bozkurt, K., Demir, F., Dinçer, H. E., Songurtekin, D. ve Öztürk, A. (2013). *Frankfurt okulu*. Doğu Batı Yayınları.

Bauman, Z. (2012). *Küreselleşme: Toplumsal sonuçları*. Ayrıntı Yayınları.

Begtimur, E. M. (2018). Frankfurt okulu ve kitle iletişim araçları eleştirisi. *Kuram ve Uygulamada Sosyal Bilimler Dergisi*, 18(2), 50-63.

Castells, M. (2013). *Enformasyon çağı: Ekonomi, toplum ve kültür: Ağ toplumunun yükselişi* (3. Baskı). İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.

Çöllüoğlu, M. (2025). *Türkiye’de sosyal medya bilinci: Teknolojik deterministler ve eleştirel teorisyenlerin görüşleri bağlamında Türkiye’de sosyal medya bilincine yönelik bir araştırma* [Yayımlanmamış doktora tezi]. İstanbul Üniversitesi.

Erdoğan, İ. ve Alemdar, K. (2005). *Öteki kuram: Kitle iletişim kuram ve araştırmalarının tarihsel ve eleştirel bir değerlendirilmesi*. Pozitif Matbaacılık.

Fuchs, C. (2015). *Dijital emek ve Karl Marx*. Nota Bene Yayınları.

Fuchs, C. (2020). *Sosyal medyaya eleştirel bir giriş*. Nota Bene Yayınları.

Fuchs, C. (2021). *Dijital kapitalizm çağında Marx’i yeniden okumak*. Nota Bene Yayınları.

Güngör, N. (2016). *İletişim: Kuramlar yaklaşımlar* (3. Baskı). Siyasal Kitapevi.

Habermas, J. (2003). *Kamusal yaşamın yapısal dönüşümü*. İletişim Yayıncılık.

Horkheimer, M. (2005). *Geleneksel ve eleştirel kuram*. Yapı Kredi Yayınları.

Innis, H. A. (2006). *İmparatorluk ve iletişim araçları*. Ütopya Yayınevi.

Jay, M. (2014). *Diyalektik imgelem: Frankfurt okulunun tarihi ve çalışmaları (1923-1950)*. Ayrıntı Yayınları.

Jenkins, H. (2016). *Cesur yeni medya: Teknolojiler ve hayran kültürü*. İletişim Yayınları.

Kellner, D. (2021). *Technology and democracy: Toward a critical theory of digital technologies, technopolitics, and technocapitalism*. Springer VS.

Kellner, D. ve Share, J. (2019). *The critical media literacy guide: Engaging media and transforming education*. Brill Sense.

Marcuse, H. (1994). History of the doctrine of social change. *Constellations*, 1(1).

McLuhan, H. (1960). *The medium is the message: An inventory of effects*. Gingo Press.

McLuhan, M. (2014). *Gutenberg galaksisi: Tipografik insanın oluşumu*. Yapı Kredi Yayınları.

Rigel, N., Batuş, G., Yücedoğan, G. ve Çoban, B. (2005). *Kadife karanlık: 21. yüzyıl iletişim çağını aydınlatan kuramcılar*. Su Yayınevi.

Rutli, E. E. (2011). *Max Horkheimer ve Theodore Adorno'da eleştirel teori ve kültür endüstrisi kavramı* [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. Gazi Üniversitesi.

Stevenson, N. (2008). *Medya kültürleri: Sosyal teori ve kitle iletişimi*. Ütopya Yayınları.

Todorov, T. (2011). *Eleştirinin eleştirisi*. Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.

Toffler, A. (2008). *Üçüncü dalga: Bir fütürist ekonomi analizi klasığı*. Koridor Yayıncılık.

Webster, F. (2004). *The information society reader*. Routledge.

Webster, F. (2014). *Theories of the information society* (4. Baskı). Routledge.

Webster, F. ve Robins, K. (2005). *Times of the technoculture: From the information society to the virtual life*. Routledge.

Yaylagül, L. (2006). *Kitle iletişim kuramları: Egemen ve eleştirel yaklaşımlar*. Mattel Matbaacılık.

Yengin, D. ve Bayrak, T. (2022). *Yeni medya kuramları 101*. Der Yayınları.

KÜRESEL YAPTIRIMLARIN MEDYA SÖYLEMİ: BATI BASININDA İDEOLOJİK ÇERÇEVELEME PRATİKLERİ

Yılmaz KAM¹

İstanbul Üniversitesi, Türkiye

yilmazkam@gmail.com

https:// 0000-0002-6506-2056

<i>Atıf</i>	Kam, Y. (2026) KÜRESEL YAPTIRIMLARIN MEDYA SÖYLEMİ: BATI BASININDA İDEOLOJİK ÇERÇEVELEME PRATİKLERİ. <i>İletişim Çalışmaları Dergisi</i> , 12 (2), 189-213.
-------------	---

Geliş tarihi / Received: 02.10.2025

Kabul tarihi / Accepted: 09.04.2026

DOI: 10.17932/IAU.ICD.2015.006/icd_v012i2004

ÖZ

Uluslararası ilişkilerde devletlerin sistem içerisinde varlığını sürdürmesi ve kendi çıkarları doğrultusunda hareket etmesine ilişkin çeşitli yollar denenmektedir. Uluslararası sistem içinde güç kullanmak devletlerin kendi varlıklarının asıl sebebi olurken, askeri güç kullanımı zaman içerisinde yerini farklı yöntemlere bırakmıştır. Ekonomik güç kullanımı sert gücün en çok tercih edilen yöntemlerinden birisidir. Ekonomik güç kullanımı ve yaptırımlar, bir ülkenin hedef ülkeyi kendi çıkarları doğrultusunda yönlendirmesi ve manipüle etmesidir. Bu çalışmanın amacında, sert güç kullanılması ile medyanın uluslararası ilişkilere nasıl yön verdiği ve sistemde hegemonyanın dahil olan devletlere nasıl kabul ettirildiği üzerine odaklanılmıştır. Çalışma kapsamında, Rusya-Ukrayna olayı sonucunda ABD, AB ve İngiltere tarafından Rusya'ya karşı uygulanan yaptırımların uluslararası basında yansımaları analiz edilmiştir. Çalışmanın amacı doğrultusunda, ABD, İngiltere, Fransa ve Almanya'dan uluslararası gazetecilik alanında prestije sahip ve kendi ülkelerinde yüksek okuyucu kitlesine ulaşan New York Times, Financial Times, L'Independant ve Der Tagesspiegel gazeteleri seçilmiş ve bu gazetelerin online platformları eleştirel söylem analizi ile çözümlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: *Ekonomik Yaptırımlar, Medya Çerçeveleme, Hegemonya, Eleştirel Söylem Analizi, Rusya-Ukrayna Olayı*

¹ İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Anabilim Dalı Doktora Öğrencisi

GLOBAL SANCTIONS AND MEDIA DISCOURSE: IDEOLOGICAL FRAMING PRACTICES IN THE WESTERN PRESS

ABSTRACT

In international relations, various ways are being tried for states to maintain their existence in the system and to act in line with their own interests. While the use of force within the international system has been the main reason for the existence of states themselves, the use of military force has been replaced by different methods over time. The use of economic force is one of the most preferred methods of hard power. The use of economic force and sanctions is when a country manipulates the target country in its own interests. The aim of this study is to focus on how the use of hard power and the media direct international relations and how hegemony is imposed on the states involved in the system. Within the scope of the study, the reflections of the sanctions imposed by the USA, the EU and the UK against Russia as a result of the Russia-Ukraine conflict in the international press were analyzed. In line with the aim of the study, newspapers with high journalistic prestige and large readership in their respective countries—New York Times (USA), Financial Times (UK), L'Independant (France), and Der Tagesspiegel (Germany)—were selected and their online platforms were analyzed through critical discourse analysis.

Keywords: *Economic Sanctions, Media Framing, Hegemony, Critical Discourse Analysis, Russia-Ukraine Conflict*

GİRİŞ

Rusya'nın 24 Şubat 2022 tarihinde Ukrayna'ya askeri müdahalesi, uluslararası sistemde tarihin en kapsamlı ekonomik yaptırım rejimlerinden birinin uygulanmasına yol açmıştır. ABD, AB ve İngiltere önderliğinde uygulanan bu yaptırımlar, Rusya'nın küresel finans sisteminden dışlanması, enerji ihracatının sınırlandırılmasını ve teknoloji transferinin yasaklanmasını içermektedir. Hufbauer, Schott ve Elliott'a (2007) göre ekonomik yaptırımlar, 21. yüzyılda askeri müdahalelerinin yüksek maliyeti nedeniyle giderek daha fazla tercih edilen bir dış politika aracı haline gelmiştir. Rusya-Ukrayna olayı bağlamında uygulanan yaptırımların kapsamı ve hızı, tarihsel örneklere kıyasla benzersiz bir düzeydedir (Drury, 2005). Bu yoğunluk, yaptırımların sadece ekonomik bir araç olmadığını, aynı zamanda küresel kamuoyu oluşturma ve hegemonik söylem inşa etme süreçlerinin merkezi olduğunu göstermektedir.

Bu çalışma, Rusya'ya karşı uygulanan ekonomik yaptırımların uluslararası basında nasıl haberleştirildiğini ve bu haberlerin hangi söylemsel stratejilerle inşa edildiğini incelemeyi amaçlamaktadır. Araştırmanın temel sorusu, farklı ülkelerin prestijli gazetelerinin yaptırım haberlerini nasıl çerçevelediği ve bu çerçeveleme süreçlerinde hangi ideolojik konumlanmaların ortaya çıktığıdır. Medya, uluslararası ilişkilerde sadece bilgi aktarıcısı değil, aynı zamanda devletlerin tutumlarını meşrulaştıran, kamuoyu oluşturan ve hegemonik söylemleri yeniden üreten ideolojik bir araçtır (Herman ve Chomsky, 2006). Devletlerin uluslararası sisteme ilişkin görüşleri, mevcut duruma karşı aldıkları pozisyonlar ve uyguladıkları politikalar, medya aracılığıyla toplumsal rıza üretme süreçlerine dönüşmektedir. Çalışmanın önemi üç boyutludur. İlk olarak, Rusya-Ukrayna olayı bağlamında uygulanan yaptırımların medyatik temsilini sistematik olarak inceleyen az sayıdaki çalışmadan biridir. İkinci olarak, dört farklı ülkenin basınına karşılaştırılabilir olarak ele alarak ulusal bağlamların çerçeveleme süreçlerine etkisini göstermektedir. Üçüncü olarak, eleştirel söylem analizi yöntemini yaptırım haberlerine uygulayarak hem eleştirel medya çalışmalarına hem de uluslararası ilişkilerde yaptırım literatürüne ampirik katkı sunmaktadır (Van Dijk, 1988; Entman, 1993). Araştırma kapsamında ABD'den New York Times, İngiltere'den Financial Times, Fransa'dan L'Independant ve Almanya'dan Der Tagesspiegel gazetelerinin 24 Şubat - 4 Mayıs 2022 tarihleri arasındaki yaptırım haberleri eleştirel söylem analizi yöntemiyle incelenmiştir. Bu tarih aralığı, Rusya'nın askeri müdahalesinin başladığı ilk günden AB'nin altıncı yaptırım paketini kabul ettiği tarihe kadar olan kritik dönemi kapsamaktadır. Toplam 392 haber metni Van Dijk'in (1988) haber söylemi analizi modeli ve Entman'ın (1993) çerçeveleme teorisi temelinde analiz edilmiştir.

Çalışmanın ilk bölümünde kuramsal çerçeve sunulmakta, ikinci bölümde yöntem açıklanmakta, üçüncü bölümde bulgular karşılaştırmalı olarak sunulmakta ve son bölümde tartışma ile öneriler yer almaktadır.

Ekonomik Yaptırımlar ve Hegemonya

Ekonomik yaptırımlar, politika amaçlar doğrultusunda şekillenerek devletler veya uluslararası kuruluşlar eliyle hedefe yönelik finansal baskı yöntemidir. Aslında bu yöntem, diplomasi ve savaş arasında bir fırsat oluşturan dış politika unsurudur (Acar, 2017). Bu baskı sonucunda hedefe konan devletin durumunun zayıflatılması, cezalandırılması ve mevcut durumunun engellenmesi amaçlanmaktadır.

Küreselleşme ve karşılıklı bağımlılığın artmasıyla birlikte bir dizi dinamikler ekonomik araçların kontrol edilmesini ve bu araçlar üzerinde etkinliğin artırılmasına neden olmuştur. Son yıllarda ekonomik yaptırımların türü, etkisi ve kullanımını daha fazla önemli hale gelmiştir. Dolayısıyla ekonomik yaptırımlar, hedef ülkenin politikasının değiştirilmesine ilişkin yapılan sert güç yöntemidir (Drury, 2005). Ekonomik sistemin hızlı değişmesiyle birlikte ticari ve finansal faaliyetlerinde hızlı bir değişimi söz konusudur. Güçlü devletler, uluslararası kuruluşlar eliyle hedef olan devletin ticari ve finansal etkinliklerini sınırlandırması veya yasaklaması imkanını bulması 21. yüzyıl uluslararası ilişkilerde artan bir yöntem olarak karşımıza çıkmaktadır.

Rusya-Ukrayna çatışması bağlamında uygulanan yaptırımlar, bu teorik çerçevenin somut bir örneğini oluşturmaktadır. Küresel finans sisteminden (SWIFT) dışlanma, enerji ihracatına ambargo, teknoloji transferinin yasaklanması ve oligarkların varlıklarının dondurulması gibi çok katmanlı bir strateji içermektedir. Castellum.ai'nin verilerine göre Rusya'ya 2022 yılının ilk dört ayında 9000'den fazla yaptırım uygulanmıştır. Bu yoğunluk, yaptırımların sadece ekonomik bir araç olmadığını, aynı zamanda uluslararası sistemde izolasyon ve caydırıcılık stratejisinin bir parçası olduğunu göstermektedir.

Gramsci'nin sınıflar arasındaki mücadeleyi ifade etmek için kullandığı hegemonya kavramı, uluslararası sistemde güç mücadelelerini açıklayabilmek için kullanılmıştır. "Güç ve rıza" unsurlarıyla açıklanan hegemonya kavramı, uluslararası ilişkiler disiplinde kullanılması bu kavramla birlikte hızlanmıştır. Gramsci'nin güç ve rıza kavramları ile şekillendirmiş olduğu hegemonya, Robert Cox tarafından uluslararası ilişkilerde devletler arasındaki güç mücadelesine uyarlanarak modern bir düzeye ulaşmıştır. Robert Cox tarafından ABD önderliğinde şekillenen dünya düzeni, Gramsci'nin "bir toplumda sınıfların hakimiyeti nasıl elde ettikleri" sorusu üzerinden uluslararası ilişkilerde açıklanmaya çalışılmıştır (Okur, 2015).

Hegemonya kavramı, yönetici sınıfın yönetilen sınıfın rızasını alma biçiminde zor ve rıza şekillerini kullanması olarak ifade edilebilir. Dolayısıyla hegemonya, hukuki ve meşru zorlamanın yanında rızanın da kazanılmasıyla oluşmaktadır. Bu nedenle hegemonya, güç ve rızanın birleşimidir (Slattery, 2003). Devlet ve ekonomi arasında yer alan tüm kurumlar, hegemonya kavramının somutlaşmasına katkı sunmaktadır. Althusser, devletin ideolojik araçları olan "medya, din, kültür, aile, okul" gibi kurumları Gramsci'nin zorla hegemonya kurulması teorisinin aksine rızaya dayalı araçlar olarak belirtmiştir (Althusser, 2010). Hall'a (1994) göre hegemonyada devletin baskı aygıtlarının (yasalar, polis, ordu gibi) yanında ideolojik aygıtlar (aile, eğitim, kültür, medya gibi) etkilidir.

Medya, İdeoloji ve Hegemonik Söylem

Gramsci, hegemonya kavramını sınıflara ve sınıflar içinde yer alan toplumsal gruplar arasındaki güç ilişkilerine indirgerken, Hall kültürel çalışmalarla birlikte hegemonyayı cinsiyet, din, ırk, etnisite gibi unsurlarla açıklamaya çalışmıştır. Medya, belli bir grup veya sınıfın değerlerinin üretildiği yer olmak yerine, toplumsal ve ekonomik değerlerin yeniden üretildiği ve rızanın alınmasında ana rol oynayan bir yapıdır. Toplumsal yapıyı bir bütün olarak görmez, aksine kadınlık, erkeklik, gençlik, eğlence, tüketim, moda, spor gibi kategorik olarak ayırmaya çalışır.

Stevenson'a (2008) göre hegemonik olanın üç kültürel unsuru (formasyonlar, kurumlar, gelenekler) bulunmaktadır ve ilk olarak geleneklerde işlenmektedir. Gelenekler olgusu, ulus devletlerle birlikte yeniden üretilmektedir ve maddi olarak yeniden üretilmesi kitle iletişim araçları yoluyla yapılmaktadır. Medyanın hegemonyasının başarılı olabilmesi için topluma anlatılan bilgi ve işlerin ideolojik bir rol üstlenmesi gerekmektedir.

Medya, kültürel ve toplumsal alanda ideolojik bir yapılanmayı inşa ederken sınıfsal çelişkileri görmezden gelir; yaşam biçimi, gündelik hayat, eğlence, spor, moda, tüketim gibi alanları var etmektedir. Hall, ortak duygu inşa etmenin medyanın anlam üretme işleviyle yakın ilişkide olduğunu bu nedenle medyanın ideolojik yaklaştığına dikkat çeker. Hall'a göre medya, kültürel alandaki yeniden üretimi var olan kültürel değerlerle ters düşmeyerek, onlarla paralel bir üretim sürecine girmektedir. Dolayısıyla medya, toplumu ortak bir değerler kümesi etrafında toplayıp toplumu ve dünyayı anlamlı kavramlara ayırt etmekle görevlidir.

Bunun yanında ortak duygunun üretilmesi, medyanın anlam üretme işleviyle doğrudan ilişkili olduğundan medyanın bu anlam üretimindeki rolü ideolojiktir. Bu nedenle medyanın ideolojik işlevini yerine getirerek anlamlandırma sürecinde ana akım ideolojilere paralel ve uygundur. Tüm bunlardan çıkarılacak sonuç, medyanın toplumun çoğunluğunun ikna edilmesi ve rızanın alınmasında

etkili olan kurumların başında geldiğidir. Yani medya, rızanın alınmasında başat rolü almaktadır. Bu başat rolün etkili olmasında medyanın ortak duygunun inşa edilmesi fikri yatmaktadır. Fiske'ye (2003) göre yönetici sınıfın fikirleri sınıf temelinde değil ortak duygu olarak kabul edilirse, hâkim sınıfın ideolojik hedefleri gerçekleşir.

Uluslararası iletişim, çalışma alanının çok geniş olmasının yanında küresel güç ve hegemonya ile çıkar ilişkilerini anlamada ve devletlerin birbirleri arasında kurmuş oldukları bağımlılık ilişkilerinin sürdürülmesinde rol oynayan pratik ve kavramsal yapıların bütünsel olarak ele alınmasıdır. Uluslararası iletişim, teknolojisinin gelişmesiyle birlikte paralel olarak ilerlemiş ve gelişmiştir. İletişim teknolojilerindeki gelişmelerle birlikte insanların, toplumların, devletlerin, uluslararası kuruluşların ilişki şekilleri de değişmiştir.

Erdoğan'a (1997) göre uluslararası iletişim kavramı 1950'li yıllara dayanmaktadır. Kavramın iletişim bilimlerinde kullanımı ise İkinci Dünya Savaşı ile birlikte başlamıştır. Özellikle Soğuk Savaş döneminde radyonun ana iletişim aracı olarak kullanılması, uluslararası iletişimin önemini ortaya çıkarmıştır. Uluslararası iletişim düzeni, devletlerin kendi aralarındaki ve uluslararası kuruluşlardaki hegemonya mücadelesinin yanında, devletler ve özel kuruluşlar arasındaki ilişkiyi de kapsamaktadır.

Devletlerin birbirleri ile olan ilişkilerinin 1980 sonrası dönemi, kitle iletişimin gelişmesine bağlı olarak önemlidir. Bunun en önemli nedeni, uluslararası ilişkilerde baskı araçlarının yanında ideolojik araçların da etkisinin önem kazanmasıdır. Özellikle uluslararası kuruluşların kitle iletişim araçları üzerinde kontrolünün artması bu dönem açısından önemlidir. Uluslararası iletişim faaliyetleri dört ana faaliyet içinde değerlendirilebilir: iletişim teknolojisi ve ilişkiler, iletişim teknolojisinin örgütlenmesi, iletişim teknolojisinde ürün üretimi ve dağıtımı, ideolojik katkı (Erdoğan, 1995).

Küresel medya, liberalizme göre bir rıza üretirken, sol görüşe göre ise ideolojik bir mücadele içerisinde. Küresel medya, ürünlerini genişletmekte ve bu ürünleri kar ve rekabet mantığıyla oluşturmaktadır (Girgin, 2002). Küresel medya, küreselleşmenin çelişkileri ve çatışmalarının yanı sıra olasılıklarının da ortaya koyulduğu bir alan haline gelmiştir. İletişimin endüstrileşmesiyle uluslararası ve küresel faaliyetlerin koloni sonrası toplumlarda etkisi olduğu söylenirken, yerel aktörler ise uluslararası kültürel gelişmelerin içinde ya yardıma muhtaç ya da işbirlikçi olmak durumuna düşmüşlerdir (Alhassan, 2004).

Ana akım ve holdingleşmiş medya özellikleri neticesinde medyanın yapısının anlaşılması kolaylaşmıştır. Ana akım ve holdingleşen medyanın yapısı çok uluslu

şirketlere aittir. Medya ve medya üretimleri, hakim ideolojinin devamı ve gücü elinde bulunduranların çıkarlarına göre yönetilmektedir. Bunun yanında ana akım ve holdingleşen medyanın ulaşabileceği kitle sayısı çok yüksek olabilmektedir (Akıner, 2014). Uluslararası iletişim, kapitalist üretim biçiminin yeniden üretildiği bir üretim sürecinin parçasıdır.

Medyanın Ekonomi Politikliği ve Haber Söylemi

Medya, uluslararası düzeyde incelendiğinde içinde bulunduğu ekonomik ve siyasi etkileşim nedeniyle geniş bir ağ etrafında şekillenmiştir. Ekonomik ve siyasi gücün etrafında şekillenen medya ilişkileri, bağımlı ve taraflı olarak ortaya çıkmaktadır. Bu bağımlı ve taraflı yapı, medya üretim biçimlerine de yansımaktadır. Medya, sahip olduğu kitle iletişim araçlarıyla üretilen ürünlerin ve bu ürünlerin oluşturulmasında özgür bir yapıda değildir. Çünkü medya, gücü elinde bulunduranların eleştiri ve yaptırımlarından çekinmektedir.

Yaylagül'e (2017) göre ekonomi politikğin ana noktası, toplumların maddi ürünlere ve ihtiyaçlarına ulaşmasını sağlayan araçların üretim ve değişim şeklidir. Kapitalizm ve sanayi devrimi sonrasında toplumların zenginleşmesini açıklamak için ekonomi politik yaklaşım kullanılmıştır. Yani ekonomi politik yaklaşımı, kapitalist toplumları inceleyen ve anlamlandırmaya çalışan bir bilim dalıdır. Garnham'a (2008) göre kapitalist toplumu anlamak adına burjuva toplumu tahlil edilir ve kapitalist üretim ilişkilerine odaklanılır. Başka bir ifadeyle medyanın ekonomi politikliği, toplumların üretim ve bölüşümün de iletişim çalışmalarına odaklanmaktadır (Fung, 2006).

Medyanın ekonomi politikğine dair hem liberal hem de eleştirel ekonomi politik yaklaşım vardır. Eleştirel ekonomi politik yaklaşım, Marksizm'den beslenmektedir ve içerisinde araçsal ekonomi politik yaklaşım ile yapısalcı yaklaşımı da barındırmaktadır (Güngör, 2013). Eleştirel ekonomi politik, Marksist teorisyenler tarafından ortaya atılırken özgürlük, eşitlik ve rekabet gibi söylemlerle olgunlaştırılan eşitsizliği sorunsallaştırmıştır. Medyaya sahip sermaye sahipleri, iktidarlara anlaşarak kapitalist sisteme uyumlu bir biçimde medyayı yönlendirmesi ve toplum yararı dışında ürünlerin üretilmesi, eleştirel ekonomik politik yaklaşımın temel argümanıdır (Güngör, 2013).

Eleştirel ekonomi politik yaklaşıma göre toplumsal bilinç, bireyler tarafından değil yönetici sınıfın hegemonyasında üretilmektedir. Shoemaker ve Reese'ye (2014) göre toplumsal bilinç ve ideoloji, altyapının ürettiği bir üstyapıdır. Medyaya sahip olanlar, bilincin kendi çıkarları doğrultusunda oluşmasını amaçlamaktadırlar. Başka bir ifadeyle medya sahipleri, kendi çıkarlarının meşrulaşması için kamusal yarar bahanesiyle yayınlar yapmaktadırlar.

Eleştirel ekonomi politik yaklaşımın bir kolu olan araçsal yaklaşım, eleştirel yaklaşıma benzer şekilde medyayı kapitalist sınıfın kontrolünde değerlendirmektedir. Araçsalcılara göre medya, kapitalist sınıfın kontrolünde ve onların çıkarları doğrultusunda hareket eden bir yapıya sahiptir. Araçsal teorisyenler, medyanın mülkiyetine odaklanırlar. Bu odaklanma genel anlamda sermayenin yapısı ve bu sermayenin medya içerisindeki konumu sorgulanarak gerçekleştirilir (Fung, 2006).

Herman ve Chomsky (2006), medyanın ekonomi politikliğini araçsal yaklaşım çerçevesinde ele alarak mülkiyet sahiplerinin çıkarlarına uygun yayın yaptıkları üzerine odaklanmışlardır. Medya sahipleri bu durumu propaganda modeli ile yaparken, kendi çıkarlarına uygun konuları medyanın gündeminde tutmaktadırlar. Ekonomi politik yaklaşımın en önemli kuramcıları olan Edward Herman ve Noam Chomsky'nin kendileri ile özdeşleşmiş propaganda modeli, araçsal ekonomi politik yaklaşımın temelini oluşturmaktadır.

Her ikisinin de temel varsayımı, medyanın belli bir seçkin zümreye hitap ettiği'dir. Varsayımlarının ayrımı ise medyanın sadece devletin denetiminde değil aynı zamanda sermayenin de denetiminde olmasıdır. Devletin kontrolündeki medya organlarında kontrol ve denetim daha belirgin olurken, özel sermaye kontrolündeki medya organlarında da kontrol ve denetimin olduğu savunulur. Burada resmi sansür ve otosansürün varlığı, savununun merkezini oluşturur (Shoemaker ve Reese, 2014).

Herman ve Chomsky'nin propaganda modeli, medyanın haber üretiminde beş süzgeç kullandığını gösterir: mülkiyet yapısı, reklam geliri, kaynak bağımlılığı, eleştiri mekanizması (flak) ve anti-komünizm/anti-terörizm gibi ideolojik kontrol mekanizmaları. Bu model, Rusya-Ukrayna savaşı bağlamında yaptırım haberlerinin nasıl çerçvelendiğini anlamak için teorik bir temel sunmaktadır.

Yöntem

Rusya-Ukrayna olayı bağlamında uygulanan ekonomik yaptırımların uluslararası basında nasıl çerçvelendiğini ortaya koymak amacıyla bu çalışmada eleştirel söylem çözümlemesi yöntemi kullanılmıştır. Van Dijk'in (1988) haber söylemi analizi modeli temel alınarak haberlerin makro yapısal (tematik) ve mikro yapısal (dilsel-söylemsel) özellikleri incelenmiştir. Araştırmanın temel sorusu, farklı ülkelerin prestijli gazetelerinin yaptırım haberlerini nasıl çerçvelediği ve bu çerçeveleme süreçlerinde hangi ideolojik konumlanmaların ortaya çıktığıdır. Eleştirel haber araştırmaları, haberin tarafsızlığını verili bir değerlendirme ölçütü olarak kabul etmek yerine bizzat sorgulamaya tabi tutar. İnal'a (1995) göre haberlerin söylemsel yapısında iktidar/güç sahibi kişi ve kurumların olaylara getirdikleri açıklamaların inanılabilirliğini kuran nesnellik, tarafsızlık ve dengelilik gibi haber

değerleridir. Entman'ın (1993) çerçeveleme teorisi, konunun belli bir tanımını, nedensel açıklamasını, ahlaki değerlendirmeyi desteklemek üzere algılanan gerçekliğin bazı yönlerini seçip haber metninde daha dikkat çekici hale getirme sürecidir.

Çalışmanın evrenini 24 Şubat 2022 (Rusya'nın Ukrayna'ya askeri müdahalesi) ile 4 Mayıs 2022 (AB'nin 6. yaptırım paketinin kabulü) tarihleri arasında yayımlanan uluslararası haber metinleri oluşturmaktadır. Bu dönem, yaptırımların ilk duyurulduğu andan kurumsallaşma sürecine kadar olan kritik evrimi göstermesi ve altı farklı yaptırım paketinin açıklandığı dönemi kapsamı açısından seçilmiştir. Araştırma kapsamında amaçlı örnekleme yöntemiyle dört farklı ülkeden prestijli gazeteler belirlenmiştir: New York Times (ABD), Financial Times (İngiltere), L'Independant (Fransa) ve Der Tagesspiegel (Almanya). New York Times, 135'ten fazla Pulitzer ödülüne sahip, günlük 10 milyon üzeri dijital abonesi olan ve ABD'nin hegemonik gücünü temsil etmesi nedeniyle seçilmiştir. Financial Times, ekonomi ve finans haberciliğinde dünya çapında otorite kabul edilmekte ve Londra'nın küresel finans merkezi rolünü yansıtmaktadır. L'Independant, Fransa'nın AB içindeki liderlik iddiasını ve enerji politikalarındaki hassasiyeti temsil etmektedir. Der Tagesspiegel ise Almanya'nın Rusya'ya enerji bağımlılığı ve ekonomik çıkarları nedeniyle araştırmaya dahil edilmiştir.

Her gazetenin çevrimiçi arşivinde sistematik tarama yapılmıştır. Dahil etme kriterleri: "Russia" + "sanctions" / "Russland" + "Sanktionen" / "Russie" + "sanctions" anahtar kelimelerinin başlık veya ilk paragrafta birlikte geçmesi, düz haber formatı, minimum 300 kelime uzunluğu, yaptırımları ana konu olarak ele alma ve 24 Şubat - 4 Mayıs 2022 tarih aralığı. Hariç tutma kriterleri: 300 kelimededen kısa haberler, köşe yazıları, yorumlar, editoryal metinler, yaptırımları yan konular olarak ele alan metinler, tarih aralığı dışındaki yayınlar ve görsel içerikler. Bu kriterlere göre New York Times'tan 146 (%49.8), Financial Times'tan 124 (%35.3), L'Independant'tan 26 (%20.3) ve Der Tagesspiegel'den 96 (%34.5) olmak üzere toplam 392 yaptırım haberi analiz kapsamına alınmıştır.

Eleştirel söylem çözümlemesi için iki düzeyde analiz birimi belirlenmiştir. Makro yapı düzeyinde haber başlıkları, spot metinler, ana temalar, haber çerçeveleri ve olayların sunuş sırası incelenmiştir. Mikro yapı düzeyinde aktör adlandırmaları ("aggressor", "invader"), fiil seçimleri (aktif/pasif), metafor ve deyimler ("economic warfare", "isolation"), alıntılanan kaynaklar ve nedensellik bağlantıları analiz edilmiştir.

Van Dijk'in (1988) haber söylemi analizi modelinde makro yapı, haberin genel organizasyonunu ve tematik çerçevesini kapsamaktadır. Bu düzeyde başlık ve spot analizinde haberin ana mesajının nasıl özetlendiği, hangi aktörlerin ön plana

çıkarıldığı ve hangi çerçevenin tercih edildiği incelenmiştir. Tema ve olay sıralamasında haberin hangi konuları öne çıkardığı, olayların kronolojik mi yoksa önem sırasına göre mi sunulduğu değerlendirilmiştir. Aktör temsili kategorisinde Rusya, ABD, AB, Ukrayna gibi aktörlerin nasıl konumlandırıldığı (saldırgan/mağdur, birlik/tehdit) kodlanmıştır. Mikro yapı düzeyinde ise dilsel seçimler detaylı olarak incelenmiştir. Kelime seçimi ve sıfatlar kategorisinde “aggressive”, “unprovoked”, “brutal” gibi değer yüklü ifadeler; metafor kullanımında “economic warfare”, “financial nuclear option”, “isolation” gibi savaş ve dışlama metaforları; fiil yapısında aktif/pasif cümle tercihleri ve faillik atıfları; kaynak kullanımında hangi aktörlerin doğrudan alıntalandığı ve hangi perspektiflerin susurulduğu analiz edilmiştir. Kodlama sürecinde her haber metni için standart bir kodlama formu kullanılmış, makro ve mikro yapı kategorileri sistematik olarak işaretlenmiştir.

Çözümleme süreci dört aşamada gerçekleştirilmiştir. Birinci aşamada 392 haber metni iki araştırmacı tarafından bağımsız olarak okunarak altı ana tema belirlenmiştir: yaptırımların kapsamı ve hedefleri, ekonomik etki söylemi, siyasi meşruiyet argümanları, birlik/dayanışma vurguları, Rusya'nın tepkisi ve Ukrayna desteği söylemi. İkinci aşamada her haber metni Van Dijk'in (1998) ideolojik kare modeline göre kodlanmıştır: olumlu biz-sunumu (birlik, değer aktarımı, etkinlik vurgusu), olumsuz öteki-sunumu (saldırganlık, kişiselleştirme, izolasyon), meşrulaştırma (hukuki gerekçe, ahlaki gerekçe, caydırıcılık) ve gayrı-meşrulaştırma (hukuksuzluk, akıldışı). Üçüncü aşamada Entman'ın (1993) çerçeveleme teorisi temelinde gazeteler arası benzerlik ve farklılıklar dört kategoride değerlendirilmiştir: sorun tanımı, nedensel açıklama, ahlaki değerlendirme ve çözüm önerisi. Dördüncü aşamada tespit edilen söylemsel örüntüler, her gazetenin ideolojik konumlanışı, ulusal bağlamı ve yayın politikası göz önünde bulundurularak yorumlanmıştır.

Araştırmanın güvenilirliğini artırmak için kodlamalar iki araştırmacı tarafından bağımsız olarak yapılmış, kodlayıcılar arası güvenilirlik katsayısı (Cohen's Kappa) 0.84 olarak hesaplanmıştır. Uyumsuzluklar konsensüs yoluyla çözülmüş, bulgular doğrudan alıntılarla somutlaştırılmış ve analiz süreci dokümanite edilmiştir. Çalışmanın sınırlılıkları: sadece dört gazetenin İngilizce, Almanca ve Fransızca haber metinlerini kapsamaması, 10 haftalık dönemle sınırlı olması, görsel içeriklerin ve sosyal medya yansımalarının analiz dışı bırakılması ve sadece çevrimiçi platformların incelenmesidir.

Bulgular

Rusya-Ukrayna savaşı sürecinde uygulanan altı yaptırım paketinin uluslararası basında nasıl haberleştirildiğine ilişkin bulgular, kronolojik dönemler halinde

sunulmuştur. Her dönemde gazetelerin kullandığı söylemsel stratejiler, aktör konumlandırmaları ve çerçeveleme tercihleri karşılaştırmalı olarak analiz edilmiştir.

İlk Yaptırım Paketi Dönemi: Caydırıcılık ve Güç Gösterisi Söylemi (22-23 Şubat 2022)

Savaşın henüz başlamadığı ancak Rusya'nın Ukrayna topraklarına müdahale etmeye başladığı ilk günlerde ABD ve AB tarafından açıklanan yaptırımların haberleştirilmesinde, dört gazetede toplam 98 yaptırım haberi tespit edilmiştir.

Tablo 1

İlk yaptırım paketi dönemi haber dağılımı (22-23 Şubat 2022)

Gazete	Toplam Haber Sayısı	Yaptırım Haberi Sayısı	Yüzde (%)
New York Times	44	21	47.7
Financial Times	43	29	67.4
L'Independant	13	5	38.5
Der Tagesspiegel	51	21	41.2
TOPLAM	151	76	50.3

Financial Times'ın yaptırım haberlerine diğer gazetelerden daha fazla ağırlık vermesi (%67.4), İngiliz basınının ekonomi-politik konulardaki uzmanlık alanı ve Londra'nın küresel finans merkezi rolüyle açıklanabilir. L'Independant'ın en düşük oran ile haber yapması (%38.5), Fransız basınının bölgesel odağını yansıtmaktadır.

Bu dönemde dört gazetede de ortak söylemsel strateji, "Batı ittifakı" olarak konumlandırılan ABD, AB ve İngiltere'nin "birleşik cephe" oluşturduğu vurgusudur. New York Times'ın başlığı "Biden Announces Sanctions Against Russia" şeklinde ABD başkanını aktif özne konumuna yerleştirerek liderlik vurgusunu öne çıkarmaktadır. Haber metninde Biden'ın Rusya'nın eylemlerini "uluslararası hukukun açık ihlali" olarak nitelendirmesi, yaptırımların hukuki meşruiyetini inşa eden temel argümandır. "Sert yaptırımlar" (harsh sanctions) ifadesi, caydırıcılık ve güç gösterisi çerçevesini yansıtmaktadır.

Financial Times ise "Johnson says Britain will announce 'first tranche of sanctions' against Russia" başlığıyla İngiltere'nin yaptırım sürecindeki öncü rolünü vurgulamaktadır. "First tranche" (ilk paket) ifadesi, yaptırımların kademeli bir strateji izleyeceğine ve gerekirse artırılacağına işaret etmektedir. Bu söylem, hem kontrol hem de ölçülülük mesajı vermektedir.

L'Independant'ın Fransız Ekonomi Bakanı Bruno Le Maire'in açıklamalarını aktaran haberi, Fransa'nın AB içindeki liderlik iddiasını yansıtmaktadır. "Fransa'nın Avrupalı ortaklarımızla birlikte Rus çıkarlarına karşı uygun ve hedefli yaptırımlar uygulayacağını" ifadesi, hem Avrupa bütünlüğü hem de Fransız inisiyatifi vurgu-

sunu içermektedir. "Gelecekteki gelişmelere bağlı olarak, Başkan Putin'in daha da ileri gitmesi durumunda, bu yaptırımları artırma hakkımızı saklı tutuyoruz" cümlesi, koşullu tehdit söylemini açıkça ortaya koymaktadır.

Der Tagesspiegel'in "ABD tam yaptırım paketiyle tepki vermek istemiyor" başlıklı haberi ise diğer üç gazeteden farklı bir ton içermektedir. Haber metninde "henüz büyük bir yaptırım paketi olmayacak" ifadesi, ABD'nin yaptırımlarda yetersiz kaldığına dair eleştirel bir çerçeveleme sunmaktadır. Bu yaklaşım, Alman basınının daha temkinli ve eleştirel duruşunu yansıtmakta, aynı zamanda Almanya'nın Rusya ile olan ekonomik bağlarından kaynaklanan hassasiyeti de göstermektedir.

İlk dönemde dört gazetede de yaptırımların meşrulaştırılmasında üç temel argüman kullanılmıştır: hukuki gerekçe (uluslararası hukuk ihlali, egemenlik ihlali), ahlaki gerekçe (saldırgan eylem, demokratik değerlerin savunulması) ve pragmatik gerekçe (daha büyük bir tırmanmanın önlenmesi). Ancak bu gerekçelerin ağırlığı gazeteler arasında farklılık göstermiştir. Amerikan ve İngiliz basını "kararlılık" ve "güç" çerçevesini öne çıkarırken, Fransız basını "Avrupa liderliği" ve Alman basını "temkinli yaklaşım" çerçevesini kullanmıştır.

İkinci Yaptırım Paketi Dönemi: Ekonomik Savaş ve Etki Söylemi (27-28 Şubat 2022)

27-28 Şubat tarihlerinde Rusya'nın saldırılarını yoğunlaştırmasının ardından açıklanan ikinci yaptırım paketi, uluslararası basında yoğun bir haber akışı yaratmıştır.

Tablo 2

İkinci yaptırım paketi dönemi haber dağılımı (27-28 Şubat 2022)

Gazete	Toplam Haber Sayısı	Yaptırım Haberi Sayısı	Yüzde (%)
New York Times	59	28	47.5
Financial Times	78	24	30.8
L'Independant	32	5	15.6
Der Tagesspiegel	71	21	29.6
TOPLAM	240	78	32.5

Bu dönemde Financial Times toplam haber sayısında öne çıkmış (78 haber), ancak yaptırım haberi oranı düşük kalmıştır (%30.8). New York Times ise her iki haberden birinde yaptırımları ele alması (%47.5) ile ABD'nin bu süreçteki hegemonik rolünün basın yansımaları göstermektedir. L'Independant'ın yaptırım haberlerindeki düşük oran (%15.6), Fransız bölgesel basınının farklı haber önceliklerine işaret etmektedir.

Bu dönemde söylemsel stratejide önemli bir değişim gözlemlenmiştir. İlk dönemdeki "caydırıcılık" söylemi yerini "ekonomik etki" ve "ekonomik savaş" söylemine bırakmıştır. New York Times'ın "Ruble çöküyor, borsa kapanıyor ve Rusya ekonomisi yaptırımlar altında sendeliyor" başlığı, yaptırımların Rusya ekonomisi üzerindeki yıkıcı etkisini dramatik bir dille aktarmaktadır. "Çöküyor" (crashing), "sendeliyor" (reeling), "battı" (plunged) gibi fiil seçimleri, kontrol kaybı ve kriz metaforlarını inşa etmektedir. Haber metninde "Ruble battı, borsa dondu ve Pazartesi günü halk, Batı'nın yaptırımları devreye girerken ve Rusya... belirsizliğe ve korkuya uyanırken, nakit çekmek için acele etti" ifadesi, panik ve kaos atmosferi yaratmaktadır.

Financial Times ekonomik yaptırımları daha teknik bir dille ele almış, "AB dışişleri bakanları Rusya merkez bankası işlemleri yasağını onayladı" başlığıyla kurumsal karar mekanizmalarını öne çıkarmıştır. Haber metninde "Rusya'nın 630 milyar dolarlık dış rezerv stoku üzerindeki AB kısıtlamaları, Birleşik Krallık ve Kanada ile birlikte Biden yönetiminin benzer bir hareket üzerinde çalıştığı ABD ile koordine edildi" ifadesi, hem somut rakamlarla yaptırımların büyüklüğünü hem de Batı ittifakının koordinasyonunu vurgulamaktadır. "Koordine edildi" fiili, planlı ve kontrollü bir sürece işaret etmektedir.

L'Independant'ın "Ukrayna'da Savaş: SWIFT olmadan, Rus ihracatı zarar görecektir ve Batı'da enflasyon baş gösterecek" başlıklı haberi, yaptırımların karşılıklı maliyet boyutunu ilk kez aynı cümlede ele alan söylemsel yaklaşımı yansıtmaktadır. Bu çerçeveleme, Fransa'nın ve genel olarak Avrupa'nın enerji bağımlılığından kaynaklanan endişeleri ortaya koymaktadır. Haber metninde SWIFT'ten çıkarmanın Rus ihracatını vururken Avrupa'da enflasyonu artırabileceği vurgusu, yaptırımların "kazan-kaybeten" oyunu değil "karşılıklı maliyet" çerçevesinde sunulduğunu göstermektedir.

Der Tagesspiegel'in "Rus rublesi rekor düşük seviyeye geriledi" başlıklı haberi, yaptırımların somut ekonomik etkilerini rakamlarla desteklemektedir. "Ruble, Pazartesi günü Avrupa Birliği'nin ekonomik yaptırımlarının ardından yeniden baskı altına girdi. Gece boyunca, Rus para birimi EBS ticaret platformunda neredeyse yüzde 42 düştü" ifadesi, teknik ve nesnel bir ton taşımaktadır. Haberin devamında Rusya Merkez Bankası'nın faiz oranını yüzde 20'ye çıkardığı bilgisi, yaptırımların Rusya'yı acil önlemler almaya zorladığı çerçevesini güçlendirmektedir.

İkinci dönemde dört gazetede de ortak bir söylemsel strateji olarak yaptırımların hedefinin "Putin rejimi" olduğu, "Rus halkı"nın hedef olmadığı vurgusu yapılmıştır. New York Times "targeting Putin and his oligarchs, not Russian people", Financial Times "aimed at Putin's war machine", L'Independant "contre le régime

de Poutine" gibi ifadelerle bu ayrımı net biçimde ortaya koymuştur. Bu söylem, yaptırımların ahlaki meşruiyetini koruma stratejisi olarak işlev görmektedir. Ancak aynı haberlerde Rus halkının ATM'lere koştuğu, market raflarının boşaldığı gibi betimlemeler, bu ayrımın pratikte geçersiz kaldığını dolaylı olarak göstermektedir.

Üçüncü Yaptırım Paketi Dönemi: İzolasyon ve Terörize Etme Söylemi (2 Mart 2022)

Savaşın devam etmesi ve Rusya'nın Kiev'e doğru ilerlemesi üzerine 2 Mart tarihinde açıklanan üçüncü yaptırım paketi, ekonomik yaptırımların ötesine geçerek toplumsal, kültürel ve siyasi izolasyon stratejilerini içermiştir.

Tablo 3

Üçüncü yaptırım paketi dönemi haber dağılımı (2 Mart 2022)

Gazete	Toplam Haber Sayısı	Yaptırım Haberi Sayısı	Yüzde (%)
New York Times	42	29	69.0
Financial Times	36	29	80.6
L'Independant	20	6	30.0
Der Tagesspiegel	53	16	30.2
TOPLAM	151	80	53.0

Financial Times'ın neredeyse her 5 haberden 4'ünü yaptırımlara odaklaması (%80.6), ekonomik yaptırımların artık kapsamlı bir izolasyon stratejisine dönüştüğünün göstergesidir. New York Times'ın yaptırım haberlerindeki yüksek oran (%69.0), ABD'nin bu dönemde yaptırım söylemini yoğunlaştırdığını göstermektedir.

New York Times'ın "Rusya'nın Dünyadaki İzolasyonu Uzaya Taşınıyor" başlığı, yaptırımların coğrafi ve sektörel genişlemesini metaforik bir dille aktarmaktadır. Haber metninde "İngiliz uydu üreticisi OneWeb, Rusya'ya bağımlı olan lansmanları iptal etti ve aynı zamanda Amerikan şirketlerine roket motorları satmayı da durduracağını duyurdu" ifadesi, yaptırımların teknoloji ve uzay sektörüne yayıldığını göstermektedir. "İzolasyonun uzaya taşınması" ifadesi, Rusya'nın her alanda dışlandığı çerçevesini güçlendirmektedir.

Financial Times "Biden, Putin'in 'dünyadan izole edildiğini' ilan etti ve daha fazla yaptırıma işaret etti" başlığıyla ABD Başkanı'nın retorikini doğrudan aktarmıştır. "İzole edildi" (isolated) pasif fiili, Rusya'nın uluslararası sistemde edilgen ve dışlanmış konuma düştüğünü vurgulamaktadır. Bu söylem, yaptırımların sadece ekonomik değil, siyasi ve psikolojik bir silah olarak da kullanıldığını göstermektedir.

L'Independant'ın "Premier Lig: Satılık Chelsea, İsviçreli mi alıyor?" başlıklı haberi, yaptırımların spor ve eğlence dünyasına uzandığını göstermektedir. Roman Abramovich gibi Rus oligarkların futbol kulüplerinden uzaklaştırılması, yaptırımların "seçkin sınıfı" hedef alan boyutunu ortaya koymaktadır. Bu haber, yaptırımların sadece ekonomik değil, aynı zamanda sembolik ve toplumsal prestij alanlarında da işlediğini göstermektedir.

Der Tagesspiegel'in "Rusya, BM Güvenlik Konseyi'nden ihraç edilmeli!" başlıklı yorumsal haberi, yaptırımların ötesinde Rusya'nın uluslararası kurumlardan tamamen çıkarılması çağrısını içermektedir. "Şaşkıncı bir şekilde, Rusya şu anda Güvenlik Konseyi başkanlığını elinde tutuyor. Ve böylece kendi saldırganlık savşaları hakkındaki tartışmaya öncülük ediyor" ifadesi, ironik bir tonla Rusya'nın uluslararası sistemdeki meşruiyetini sorgulamaktadır.

Üçüncü dönemde dört gazetede de "izolasyon" metaforu baskın söylemsel strateji olmuştur. Rusya'nın ekonomik olarak değil, aynı zamanda siyasi, kültürel, sportif ve teknolojik olarak dışlandığı vurgulanmıştır. "Pariah state" (parya devlet), "cut off from the world" (dünyadan kopuk), "isolated" (izole) gibi ifadeler sıkça kullanılmıştır. Bu söylem, Rusya'nın uluslararası sistemin dışına itildiği ve "uygar dünya"dan ayrıştırıldığı çerçevesini inşa etmektedir.

Dördüncü Yaptırım Paketi Dönemi: Ticari Ambargo ve Şirket Boykotları (9 Mart 2022)

9 Mart tarihinde açıklanan dördüncü yaptırım paketi, devlet düzeyindeki yaptırımların yanı sıra özel şirketlerin kendi inisiyatifleriyle Rusya'dan çekilmesini de içermiştir.

Tablo 4

Dördüncü yaptırım paketi dönemi haber dağılımı (9 Mart 2022)

Gazete	Toplam Haber Sayısı	Yaptırım Haberi Sayısı	Yüzde (%)
New York Times	30	22	73.3
Financial Times	28	9	32.1
L'Independant	19	4	21.1
Der Tagesspiegel	33	16	48.5
TOPLAM	110	51	46.4

New York Times'in haber yoğunluğu (%73.3), Amerikan şirketlerinin Rusya'dan toplu çekilişinin ABD basınında geniş yer bulmasıyla açıklanabilir. Financial Times'in bu dönemde oransal düşüş göstermesi (%32.1), ekonomik yaptırımların teknik boyutundan ziyade kurumsal boykotların öne çıkmasıyla ilgilidir.

New York Times "Rusya'nın İzolasyonu Sürecek mi?" başlıklı analizinde, yaptırımların uzun vadeli sürdürülebilirliğini sorgulamıştır. Haber metninde "Yabancı

şirketler ve teknoloji güçleri, siyasi krizler nedeniyle bağları kesmeleri için gidecek daha fazla baskı görüyor. Ama sonra ne?" sorusu, yaptırımların sürekliliğine ilişkin şüpheyi gündeme getirmektedir. Bu çerçeveleme, diğer dönemlerden farklı olarak yaptırımların etkinliği ve sürdürülebilirliği konusunda eleştirel bir yaklaşımı yansıtmaktadır.

Financial Times "İngiltere limanları, hükümetten yasaklı Rus gemilerinin kara listesini talep ediyor" başlığıyla yaptırımların uygulanmasındaki pratik zorlukları gündeme getirmiştir. Limanların "kara liste" talep etmesi, yaptırımların teknik ve lojistik boyutunu ortaya koymaktadır. Bu haber, yaptırımların sadece politik kararlar değil, aynı zamanda karmaşık uygulama süreçleri gerektirdiğini göstermektedir.

L'Independant'ın "Ukrayna'da savaş: votkadan sonra, raflardan başka hangi tipik Rus ürünleri kaldırılabilir?" başlıklı haberi, yaptırımların sembolik boyutunu öne çıkarmaktadır. Haber metninde "Şarabın Fransa'nın gastronomiye olan bağlılığının bir temsili olabileceği gibi, Rus kültürünün güçlü bir sembolü olarak ayırt edilen votka, Ukrayna'daki çatışmanın başlangıcından bu yana hedef alındı" ifadesi, ürün boykotlarının kültürel sembolizm taşıdığını vurgulamaktadır. Votka gibi Rusya ile özdeşleşmiş ürünlerin raflardan kaldırılması, yaptırımların gündelik hayata ve tüketim kültürüne yansımalarıdır.

Der Tagesspiegel "Amazon, Rusya'da Nakliye ve Video Akışını Durdurdu" başlığıyla teknoloji devlerinin Rusya'dan çekilişini aktarmıştır. Amazon gibi küresel platformların hizmetlerini durdurması, yaptırımların dijital ekonomi ve gündelik yaşam üzerindeki etkisini göstermektedir. Bu haber, yaptırımların sadece makro ekonomik göstergeler değil, aynı zamanda bireysel tüketicilerin hayatını doğrudan etkilediğini ortaya koymaktadır.

Dördüncü dönemde dört gazetede de "kurumsal sorumluluk" ve "ahlaki duruş" söylemi öne çıkmıştır. Özel şirketlerin Rusya'dan çekilişi, "doing business with Russia is morally unacceptable" (Rusya ile iş yapmak ahlaken kabul edilemez) çerçevesiyle sunulmuştur. Bu söylem, yaptırımların sadece devlet politikası değil, aynı zamanda küresel şirket kültürü ve tüketici baskısı tarafından da şekillendiğini göstermektedir. Ancak aynı haberlerde şirketlerin Rusya pazarını kaybetme endişeleri ve gelecekte geri dönüş olasılıkları da dolaylı olarak dile getirilmiştir.

Beşinci Yaptırım Paketi Dönemi: Çin'e Uyarı ve Genişleyen Cephe (14-15 Mart 2022)

14-15 Mart tarihlerinde Rusya'nın Mariupol kuşatmasının sona ermesi ve Kiev'e doğru hareketlenmenin artması üzerine açıklanan beşinci yaptırım paketi, Çin'in konumuna odaklanan bir söylemsel değişimi beraberinde getirmiştir.

Tablo 5*Beşinci yaptırım paketi dönemi haber dağılımı (14-15 Mart 2022)*

Gazete	Toplam Haber Sayısı	Yaptırım Haberi Sayısı	Yüzde (%)
New York Times	64	29	45.3
Financial Times	120	22	18.3
L'Independant	39	5	12.8
Der Tagesspiegel	45	14	31.1
TOPLAM	268	70	26.1

Bu dönem toplam haber sayısı açısından en yoğun dönem olmuştur (268 haber). Financial Times 120 haber ile rekor kırılmış ancak yaptırım haberi oranı düşük kalmıştır (%18.3). Bu durum, savaşın diğer boyutlarının (insani kriz, diplomatik girişimler) haberlerde daha fazla yer bulduğunu göstermektedir.

New York Times "İngiltere Yüzlerce Rus'u Hedef Alan Yeni Yaptırımlar Uygulandı" başlığıyla yaptırımların bireysel oligarklara odaklandığını vurgulamıştır. Haber metninde "İngiliz hükümeti, tahmini toplam net serveti 130 milyar dolardan fazla olan Rusya Devlet Başkanı Vladimir V. Putin için oligarkları, siyasi müttefikleri veya propagandacıları hedef aldı" ifadesi, yaptırımların "seçkinler sınıfı"nı hedef alan boyutunu somut rakamlarla ortaya koymaktadır. "130 milyar dolar" rakamı, yaptırımların büyüklüğünü vurgulamak için kullanılmıştır.

Financial Times "Mektup: İran petrol yasağını kaldırın ve Putin savaş makinesini aç bırakmaya yardımcı olun" başlıklı okuyucu mektubunu haber olarak sunmuştur. Bu çerçevelenme, yaptırımların etkinliğini artırmak için alternatif enerji kaynaklarına yönelmenin gerekliliğini vurgulamaktadır. "Putin savaş makinesini aç bırakmak" metaforu, yaptırımların amacının Rusya'nın askeri kapasitesini zayıflatmak olduğunu göstermektedir.

L'Independant "Ukrayna'da savaş: ABD, Çin'i Rusya'ya yapılacak herhangi bir yardıma karşı uyardı" başlığıyla yaptırımların coğrafi kapsamının genişlediğini göstermiştir. Haber metninde "Çin'in pozisyonu, ülkenin Rusya'nın önemli bir ortağı olduğu için çatışmanın başlangıcından bu yana belirsizdi. ABD, Rusya'nın Ukrayna'yı işgalinden sonra Çin'i Moskova'ya askeri veya mali yardım sağlamaması konusunda uyarırken, Rus siyasi liderlere ve işadamlarına karşı yeni yaptırımlar uygulandı" ifadesi, yaptırımların sadece Rusya'ya değil, Rusya'yı destekleyebilecek ülkelere de yöneldiğini göstermektedir.

Der Tagesspiegel "Çin'in dostluğunun bittiği yer" başlığıyla Çin-Rusya ilişkilerinin sınırlarını sorgulamıştır. Haber metninde "ABD Başkanı Joe Biden'ın Ulusal Güvenlik Danışmanı Jake Sullivan... Beyaz Saray'ın, Çin'in Rusya'nın Ukrayna'nın işgali nedeniyle uygulanan yaptırımları atlatmasına yardım etmesi halinde

'kesinlikle' sonuçları olacağı konusunda uyardığını söyledi" ifadesi, yaptırımların küresel bir cepheye dönüştüğünü göstermektedir. "Kesinlikle sonuçlar olacak" ifadesi, tehdit söylemini açıkça yansıtmaktadır.

Beşinci dönemde dört gazetede de "genişleyen cephe" ve "you are either with us or against us" (ya bizdensiniz ya karşımızdasınız) söylemi baskın olmuştur. Çin'in konumu, yaptırımların evrensel bir disiplin mekanizmasına dönüştüğünün göstergesidir. "Secondary sanctions" (ikincil yaptırımlar) kavramı, yaptırımları delen ülkelerin de cezalandırılacağı mesajını vermektedir. Bu söylem, Soğuk Savaş dönemindeki "bloklaşma" retoriğini anımsatmaktadır.

Altıncı Yaptırım Paketi Dönemi: Enerji Ambargosu ve Sürdürülebilirlik Sorunu (4 Mayıs 2022)

4 Mayıs tarihinde açıklanan altıncı yaptırım paketi, Rus petrol ve doğalgazına yönelik ambargo kararını içermesi nedeniyle en kapsamlı ve tartışmalı paket olmuştur.

Tablo 6

Altıncı yaptırım paketi dönemi haber dağılımı (4 Mayıs 2022)

Gazete	Toplam Haber Sayısı	Yaptırım Haberi Sayısı	Yüzde (%)
New York Times	54	17	31.5
Financial Times	46	11	23.9
L'Independant	5	1	20.0
Der Tagesspiegel	25	8	32.0
TOPLAM	130	37	28.5

Haber sayılarındaki genel düşüş, savaşın normalleşmesi ve yaptırımların rutinleşmesiyle açıklanabilir. L'Independant'ın sadece 5 haber yapması, savaşın medyatik ilgisinin azaldığını göstermektedir.

New York Times "AB, Rus petrolünü kapatmak için harekete geçti" başlığıyla enerji ambargosunu öne çıkarmıştır. Haber metninde "Önerilen yasak, önümüzdeki altı ay içinde ham petrol ithalatını durduracak" ifadesi, ambargonun kademeli uygulanacağını göstermektedir. "Altı ay" zaman dilimi, Avrupa'nın enerji bağımlılığından kaynaklanan geçiş sürecine işaret etmektedir.

Financial Times "İngiltere, Rusya'ya yönelik yaptırımları muhasebe ve danışmanlık hizmetlerini de kapsayacak şekilde genişletiyor" başlığıyla yaptırımların hizmet sektörüne yayıldığını vurgulamıştır. Bu haber, yaptırımların sadece mal ticareti değil, aynı zamanda hizmet ve danışmanlık gibi soyut ekonomik faaliyetleri de kapsadığını göstermektedir.

L'Independant "Ukrayna'da savaş: Avrupa Komisyonu, 6 ay içinde Rus petrolüne tam bir ambargo önerdi" başlığında "tam ambargo" (full embargo) ifadesini kullanarak kararın kapsamlılığını vurgulamıştır. Haber metninde "Avrupa Komisyonu (AK) Çarşamba günü Rus petrolüne tam bir ambargonun yanı sıra yeni Rus bankalarının SWIFT bankalararası ağından çıkarılmasını ve Rusya'ya yönelik altıncı yaptırım paketinin bir parçası olarak Rus medyasının Avrupa'da yayınlanmasının yasaklanmasını önerdi" ifadesi, yaptırımların çok boyutlu yapısını ortaya koymaktadır. Enerji ambargosunun yanı sıra medya yasağının da gündeme gelmesi, yaptırımların "bilgi savaşı" boyutunu göstermektedir.

Der Tagesspiegel "AB Komisyonu, Rus petrolüne ambargo önerdi - altı ila sekiz ay içinde" başlığında zaman vurgusunu öne çıkarmıştır. Haber metninde "Rus ham petrol sevkiyatları altı ay içinde, rafine ürün ithalatı ise yıl sonuna kadar aşamalı olarak durdurulacak" ifadesi, ambargonun teknik detaylarını aktarmaktadır. Bu çerçeveleme, Almanya'nın enerji bağımlılığı nedeniyle aniden ambargonun mümkün olmadığı gerçeğini yansıtmaktadır.

Altıncı dönemde dört gazetede de "enerji krizi" ve "sürdürülebilirlik" söylemi ön plana çıkmıştır. Yaptırımların Rusya'yı hedef alırken Avrupa'yı da ekonomik olarak etkileyeceği vurgusu, önceki dönemlere göre daha belirgin hale gelmiştir. "Energy security" (enerji güvenliği), "alternative sources" (alternatif kaynaklar), "transition period" (geçiş dönemi) gibi ifadeler sıkça kullanılmıştır. Bu söylem, yaptırımların "maliyet-fayda" analizinin giderek daha çok tartışıldığını göstermektedir.

Altı yaptırım paketi döneminde toplam 392 haber metninin çözümlenmesi sonucunda, dört gazetede ortak ve farklı söylemsel stratejiler tespit edilmiştir.

Tablo 7.

Tüm dönemler toplam haber dağılımı

Gazete	Toplam Haber Sayısı	Yaptırım Haberi Sayısı	Yüzde (%)
New York Times	293	146	49.8
Financial Times	351	124	35.3
L'Independant	128	26	20.3
Der Tagesspiegel	278	96	34.5
TOPLAM	1050	392	37.3

Dört gazetede de yaptırımlar "meşru savunma" ve "uluslararası hukuk" çerçevesinde sunulmuştur. "Unprovoked aggression" (sebepsiz saldırı), "violation of sovereignty" (egemenlik ihlali), "war crimes" (savaş suçları) gibi ifadeler, yaptırımların hukuki ve ahlaki temelini oluşturmuştur. Rusya'nın "öteki" olarak konumlandırılmasında "aggressor" (saldırgan), "invader" (işgalci), "pariah sta-

te" (parya devlet) gibi olumsuz etiketlemeler tutarlı biçimde kullanılmıştır. Batı ittifakının "biz" sunumunda ise "unified" (birleşik), "coordinated" (koordineli), "determined" (kararlı) gibi olumlu sıfatlar tercih edilmiştir.

Aktör konumlandırmasında dikkate değer bir strateji, "Putin vs Rus halkı" ayrımıdır. Dört gazetede de yaptırımların "Putin rejimi"ni hedef aldığı, Rus halkının kurban olduğu söylemi tutarlı biçimde tekrarlanmıştır. Bu söylem, yaptırımların ahlaki meşruiyetini koruma stratejisidir. Ancak aynı haberlerde Rus halkının yaşadığı ekonomik zorlukların detaylı betimlemeleri, bu ayrımın pratikte geçersiz kaldığını dolaylı olarak göstermektedir.

New York Times, ABD'nin hegemonik gücünü yansıtan bir dil kullanmıştır. Biden'ı aktif özne konumuna yerleştiren başlıklar, ABD liderliğini vurgulamıştır. Yaptırımların "cezalandırma" (punishment) çerçevesinde sunulması, ABD'nin küresel jandarma rolünü yansıtmaktadır. Haber metinlerinde "America leads" (Amerika öncülük ediyor) söylemi baskındır. Altı dönem boyunca en yüksek yaptırım haberi oranına sahip gazete olmuştur (%49.8).

Financial Times, ekonomik ve teknik detaylara odaklanan profesyonel bir dil kullanmıştır. Yaptırımlar "strategic tools" (stratejik araçlar) olarak çerçevelenmiş, etkinlik ve sürdürülebilirlik sorgulanmıştır. İngiltere'nin post-Brexit döneminde yeniden küresel güç olma çabası, yaptırımlarda "öncü rol" vurgusuna yansımıştır. Toplam haber sayısında en fazla içerik üreten gazete olmuştur (351 haber).

L'Independant, AB liderliği ve Avrupa bütünlüğü söylemini öne çıkarmıştır. Fransa'nın "Avrupalı ortaklarıyla birlikte" yaptırım uyguladığı vurgusu, AB içinde liderlik iddiasını yansıtmaktadır. Ancak aynı zamanda enerji bağımlılığı ve enflasyon endişeleri de daha açık biçimde dile getirilmiştir. Yaptırımların "karşılıklı maliyet" çerçevesi, Fransız basınında daha belirgindir. Dört gazete arasında hem toplam haber sayısı hem de yaptırım haberi oranı en düşük olan gazetedir (%20.3).

Der Tagesspiegel, dört gazete içinde en temkinli ve eleştirel yaklaşımı sergilemiştir. Yaptırımların yetersizliği ve sürdürülebilirlik sorunu daha açık biçimde sorgulanmıştır. Almanya'nın Rusya'ya enerji bağımlılığı, haberlerde daha hassas bir dille ele alınmıştır. "Kademeli" (schrittweise), "dikkatli" (vorsichtig) gibi ifadeler, Alman yaklaşımının özelliklerini yansıtmaktadır.

Tartışma ve Sonuç

Bu çalışma, Rusya-Ukrayna olayı bağlamında uygulanan ekonomik yaptırımların ABD, İngiltere, Fransa ve Almanya basınında nasıl çerçevelendiğini eleştirel söylem analizi yöntemiyle ortaya koymuştur. 24 Şubat - 4 Mayıs 2022 tarihleri

arasında New York Times, Financial Times, L'Independant ve Der Tagesspiegel gazetelerinden toplanan 392 haber metninin analizinden elde edilen bulgular, yaptırım haberlerinin sadece ekonomik bilgi aktarımı değil, aynı zamanda ideolojik söylem inşası ve hegemonik rıza üretimi süreçleri olduğunu göstermektedir. Araştırma bulguları, Van Dijk'in (1998) ideolojik kare modeli ile tutarlı biçimde, dört gazetede de "biz" (Batı ittifakı) ve "onlar" (Rusya) ayrımının sistematik olarak inşa edildiğini ortaya koymuştur. Batı ittifakı "unified", "coordinated", "determined" gibi olumlu sıfatlarla tanımlanırken, Rusya "aggressor", "invader", "pariah state" gibi olumsuz etiketlerle konumlandırılmıştır. Bu bulgular, Entman'ın (1993) çerçeveleme teorisinin öngördüğü gibi, haberlerin belirli bir sorun tanımı, nedensel açıklama, ahlaki değerlendirme ve çözüm önerisi sunarak okuyucuların algılarını şekillendirdiğini doğrulamaktadır. Özellikle "Putin vs Rus halkı" ayrımı, yaptırımların ahlaki meşruiyetini koruma stratejisi olarak dört gazetede de tutarlı biçimde kullanılmıştır. Ancak aynı haberlerde Rus halkının yaşadığı ekonomik zorlukların detaylı betimlemeleri, bu ayrımın pratikte geçersiz kaldığını göstermektedir.

Gazeteler arası karşılaştırmalı analiz, ulusal bağlamların çerçeveleme süreçlerine önemli etkisini ortaya koymuştur. New York Times, ABD'nin hegemonik gücünü yansıtan bir dil kullanarak Biden'ı aktif özne konumuna yerleştirmiş ve yaptırımları "punishment" çerçevesinde sunmuştur. Bu bulgu, Herman ve Chomsky'nin (2006) propaganda modelinin öngördüğü gibi, medyanın ulusal çıkarlar paralelinde haber ürettiğini desteklemektedir. Financial Times, ekonomik ve teknik detaylara odaklanarak yaptırımları "strategic tools" olarak çerçevelemiş ve İngiltere'nin post-Brexit döneminde küresel güç olma çabasını yansıtmıştır. L'Independant, AB liderliği söylemini öne çıkarırken aynı zamanda enerji bağımlılığı ve enflasyon endişelerini daha açık dile getirmiş ve yaptırımların "karşılıklı maliyet" çerçevesini vurgulamıştır. Der Tagesspiegel ise dört gazete içinde en temkinli yaklaşımı sergilemiş, yaptırımların yetersizliği ve sürdürülebilirlik sorununu daha açık sorgulamıştır. Bu farklılıklar, medyanın monolitik bir yapı olmadığını ancak belirli ideolojik sınırlar içinde farklılaştığını göstermektedir.

Kronolojik dönemler arası analiz, söylemsel stratejilerde önemli değişimler olduğunu ortaya koymuştur. İlk dönemdeki "caydırıcılık" söylemi, ikinci dönemde "ekonomik savaş" ve "etki" söylemine, üçüncü dönemde "izolasyon" söylemine, dördüncü dönemde "kurumsal sorumluluk" söylemine, beşinci dönemde "genişleyen cephe" söylemine ve altıncı dönemde "enerji krizi" ve "sürdürülebilirlik" söylemine dönüşmüştür. Bu değişim, Hall'ın (1994) belirttiği gibi, medyanın hegemonik süreçlerdeki rolünün statik değil dinamik olduğunu göstermektedir. Savaşın normalleşmesi ve yaptırımların rutinleşmesiyle birlikte haber sayılarında ve yoğunlukta düşüş gözlemlenmiştir.

Bu çalışmanın literatüre üç temel katkısı bulunmaktadır. İlk olarak, ekonomik yaptırımların medyatik temsilini sistematik olarak inceleyen az sayıdaki çalışmadan biri olarak, yaptırım literatürüne ampirik katkı sunmaktadır. Hufbauer, Schott ve Elliott (2007) ile Drury'nin (2005) ekonomik yaptırımların etkinliğine odaklanan çalışmalarından farklı olarak, bu araştırma yaptırımların medyada nasıl meşrulaştırıldığını ve toplumsal rızanın nasıl üretildiğini göstermektedir. İkinci olarak, dört farklı ülkenin basınına karşılaştırmalı olarak ele alarak, ulusal bağlamların ve ideolojik konumlanmaların çerçeveleme süreçlerine etkisini ortaya koymaktadır. Üçüncü olarak, Van Dijk'in haber söylemi analizi modeli ile Entman'ın çerçeveleme teorisini bütünleştirerek, eleştirel medya çalışmalarına metodolojik katkı sunmaktadır.

Çalışmanın sınırlılıkları, araştırma sadece dört gazetenin İngilizce, Almanca ve Fransızca haber metinlerini kapsamaktadır ve Rusya veya Çin gibi farklı ideolojik konumlanmalara sahip ülkelerin basınına içermemektedir. Çalışma 10 haftalık dönemle sınırlıdır ve yaptırımların uzun vadeli medya temsilini incelememektedir. Görsel içerikler, sosyal medya yansımaları ve okuyucu yorumları araştırma kapsamı dışında bırakılmıştır. Sadece çevrimiçi platformlar incelenmiş, basılı versiyonlar ve televizyon haberleri dahil edilmemiştir.

Gelecek araştırmalar için şu öneriler ise, Rusya ve Çin gibi farklı ideolojik konumlanmalara sahip ülkelerin basınına dahil edilmesiyle karşılaştırmalı analizin genişletilmesi, yaptırımların uzun vadeli medya temsilinin incelenmesi, görsel içeriklerin ve sosyal medya söylemlerinin analiz edilmesi, okuyucu yorumlarının incelenerek yaptırım haberlerine toplumsal tepkilerin ortaya konması ve televizyon haberlerinin söylemsel analizinin yapılması. Ayrıca, medya çerçevelemesinin kamuoyu algısı ve yaptırım politikalarına verilen destek üzerindeki etkisini ölçen nicel çalışmalar, bu araştırmanın bulgularını tamamlayıcı nitelikte olacaktır.

Sonuç olarak, bu çalışma Rusya-Ukrayna olayı bağlamında ekonomik yaptırımların medyatik inşasının, hegemonik söylem üretiminin ve ideolojik rıza mekanizmalarının nasıl işlediğini ortaya koymuştur. Bulgular, medyanın uluslararası ilişkilerde sadece pasif bir bilgi aktarıcısı değil, aktif bir hegemonya inşa edici olduğunu göstermektedir. Yaptırım haberleri, ekonomik politikaların teknik açıklamaları olmaktan ziyade, küresel kamuoyunu şekillendiren, ulusal çıkarları meşrulaştıran ve uluslararası sistemde güç ilişkilerini yeniden üreten ideolojik metinlerdir.

Kaynakça

Acar, Y. (2017). Ekonomik yaptırımlar ve Türkiye örneği. *Uluslararası İlişkiler Dergisi*, 14(56), 3-25.

Akkutay, B. Ü. (2014). Ekonomik yaptırımlar: Teorik çerçeve ve tarihsel gelişim. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 69(3), 491-517.

Akiner, N. (2014). *Medya ekonomisi ve işletmeciliği*. Literatürk.

Alhassan, A. (2004). Development communication policy and economic fundamentalism in Ghana. *International Journal of Communication*, 14, 114-133.

Althusser, L. (2010). *İdeoloji ve devletin ideolojik aygıtları* (A. Tümertekin, Çev.). İthaki Yayınları.

Axelrod, R., & Keohane, R. O. (1985). Achieving cooperation under anarchy: Strategies and institutions. *World Politics*, 38(1), 226-254.

Baldwin, D. A. (1993). Neoliberalism, neorealism, and world politics. *Neorealism and Neoliberalism: The Contemporary Debate*, 3-25.

Baldwin, D. A. (2016). *Power and international relations: A conceptual approach*. Princeton University Press.

Buzan, B., & Acharya, A. (2018). *The making of global international relations: Origins and evolution of IR at its centenary*. Cambridge University Press.

Dahl, R. A. (1957). The concept of power. *Behavioral Science*, 2(3), 201-215.

Drury, A. C. (2005). *Economic sanctions and presidential decisions: Models of political rationality*. Palgrave Macmillan.

Entman, R. M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51-58.

Erdoğan, İ. (1995). *Yeni dünya düzeni, uluslararası ilişkiler ve iletişim*. Bilim ve Sanat Yayınları.

Erdoğan, İ. (1997). *İletişimi toplumsal ilişkiler bağlamında düşünmek*. Erk Yayınları.

Erdoğan, İ. (2013). *Medya teori ve araştırmaları*. Erk Yayınları.

Evans, G., & Newnham, J. (2007). *The Penguin dictionary of international relations*. Penguin Books.

Farrall, J. M. (2007). *United Nations sanctions and the rule of law*. Cambridge University Press.

- Fiske, J. (2003). *İletişim çalışmalarına giriş* (S. İrvan, Çev.). Ark Yayınevi.
- Fung, A. Y. H. (2006). Think globally, act locally: China's rendezvous with MTV. *Global Media and Communication*, 2(1), 71-88.
- Garnham, N. (2008). *Medya ve iletişim çalışmalarında kültürel çalışmalara eleştirel bir bakış*. Dost Kitabevi.
- Girgin, A. (2002). *Haber ajansları: Türk haber ajansları ve Anadolu Ajansı*. İnkılap Kitabevi.
- Gottemoeller, R. (2011). The evolution of sanctions in practice and theory. *Survival*, 53(1), 99-110.
- Güngör, N. (2013). *İletişim: Kuramlar, yaklaşımlar*. Siyasal Kitabevi.
- Hall, S. (1994). Encoding/decoding. *Culture, Media, Language*, 128-138.
- Herman, E. S., & Chomsky, N. (2006). *Rızanın imalatı: Kitle medyasının ekonomi politiği* (E. Abadoğlu, Çev.). Aram Yayıncılık.
- Heywood, A. (1992). *Political ideologies: An introduction*. Palgrave Macmillan.
- Hufbauer, G. C., Schott, J. J., & Elliott, K. A. (2007). *Economic sanctions reconsidered* (3. baskı). Peterson Institute for International Economics.
- İnal, A. (1995). Yazılı basın haberlerinde 'yapı' ve 'ideoloji'. *Toplum ve Bilim*, 66, 111-138.
- Kaempfer, W. H., & Lowenberg, A. D. (2003). The political economy of economic sanctions. İçinde W. F. Shughart II & L. Razzolini (Ed.), *The Elgar companion to public choice* (ss. 438-459). Edward Elgar.
- Keohane, R. O. (1984). *After hegemony: Cooperation and discord in the world political economy*. Princeton University Press.
- Keyman, E. F. (2006). *Küreselleşme, sivil toplum ve İslam*. İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Knutsen, T. L. (2006). *Uluslararası ilişkiler teorisi tarihi* (M. Öz, Çev.). Kaynak Yayınları.
- Morgenthau, H. J. (1948). *Politics among nations: The struggle for power and peace*. Alfred A. Knopf.
- Nye, J. S. (2003). *Understanding international conflicts: An introduction to theory and history* (4. baskı). Longman.
- Okur, M. A. (2015). Neo-Gramşçıyan hegemonya kavramının uluslararası ilişkiler

disiplinine katkıları. *Alternatif Politika*, 7(3), 448-477.

Özer, Ö. (2011). *Haber söyleminde iktidar: Televizyon haberleri eleştirel bir çözümleme*. Literatürk.

Özdemir, H. (2008). *Uluslararası ilişkilerde güç: Çok boyutlu bir değerlendirme*. Alfa Yayınları.

Özlük, E. (2015). Uluslararası ilişkiler disiplininin gelişimi ve eleştirisi. *Bilig*, 75, 235-258.

Shoemaker, P. J., & Reese, S. D. (2014). *Mediating the message in the 21st century: A media sociology perspective* (3. baskı). Routledge.

Slattery, M. (2003). *Key ideas in sociology*. Nelson Thornes.

Stevenson, N. (2008). *Medya kültürleri: Sosyal teori ve kitle iletişimi* (G. Orhon & B. E. Aksoy, Çev.). Ütopya Yayınevi.

Tung, R. L. (2007). The human resource challenge to outward foreign direct investment aspirations from emerging economies: The case of China. *International Journal of Human Resource Management*, 18(5), 868-889.

Van Dijk, T. A. (1988). *News as discourse*. Lawrence Erlbaum Associates.

Van Dijk, T. A. (1998). *Ideology: A multidisciplinary approach*. Sage Publications.

Yaylagül, L. (2017). *Kitle iletişim kuramları: Egemen ve eleştirel yaklaşımlar* (8. baskı). Dipnot Yayınları.

Z KUŞAĞI KADINLARININ KARŞILAŞTIKLARI SİBER ZORBALIK DENEYİMLERİ VE GÜNDELİK YAŞAMLARINA OLAN ETKİLERİNİN TOPLUMSAL CİNSİYET BAĞLAMINDA İNCELENMESİ: BOLU İLİ ÖRNEĞİ

Zeynep KÜÇÜKYAKICI

Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Türkiye

zeyk.yakici@gmail.com

<https://orcid.org/0009-0003-3825-8840>

İbrahim BİRİ

Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Türkiye

ibrahimbiri@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0002-9928-1214>

<i>Atf</i>	Küçükyakıcı Z., Biri, İ. (2026) Z KUŞAĞI KADINLARININ KARŞILAŞTIKLARI SİBER ZORBALIK DENEYİMLERİ VE GÜNDELİK YAŞAMLARINA OLAN ETKİLERİNİN TOPLUMSAL CİNSİYET BAĞLAMINDA İNCELENMESİ: BOLU İLİ ÖRNEĞİ. İletişim Çalışmaları Dergisi, 12 (2), 215-235.
------------	--

Geliş tarihi / Received: 14.01.2026

Kabul tarihi / Accepted: 11.05.2026

DOI: 10.17932/IAU.ICD.2015.006/icd_v012i2005

ÖZ

Teknolojik alanda yaşanan radikal değişimler benzer şekilde gündelik hayatı ve karşılaşılan sorunları da önemli ölçüde değişikliğe uğratmıştır. Kan akrabalığının, samimi-yüzyüze ilişkilerin referans alındığı geleneksel sosyal ilişki ortamlarının yerini sanal cemaatler/topluluklar almaya başlamıştır. Sosyal ilişki ve etkileşim yeteneklerimizi de hedef alan bu süreç bireylerin kimlik, temsil ve aidiyet durumlarını da dönüştürmeye başlamıştır. Castells'in de dikkat çektiği üzere; bu yeni "ben merkezli toplum" da çağa da ismini veren internet başlı başına bir ilişki ve etkileşim mekanına dönüşmüştür. Çağın insanının iyi/kötü kimlik oyunlarına fırsat sunan dijital teknolojiler insanlar arasında yaşanan sorunların muhteva ve biçimlerini de dönüştürmeye başlamıştır. Bu çalışmada dijital çağ insanının önemli sorunlarından kabul edilebilecek siber zorbalık olgusu konu edilmiştir. Bu çalışmanın amacı, siber zorbalık deneyimine maruz kalmış Z kuşağı kadınlarının bu deneyimlerinin nasıl gerçekleştiğini ve bu durumu nasıl anlamlandırdıklarını anlamaya çalışmak ve ortaya çıkarmaktır. Katılımcıların hepsinin siber zorbalık

mağduru kadınlardan seçilmiş olması ve deneyimlenen siber zorbalığa hangi türde, kim tarafından maruz kaldığı, bu durumun akademik, iş, sosyal ilişkilerine ve sosyal aktivitelere katılmalarına nasıl yansıdığı gibi temalar çalışmanın merkezi problemlerini teşkil etmiştir. Çalışmada, Z kuşuğunun teknoloji ve sosyal medya kullanımının yaygın olduğu varsayımından hareketle, sosyal medya uygulamalarından en az birini kullanan 20 kadın katılımcı seçilmiştir. Nitel yöntemeye dayalı olarak gerçekleştirilen bu çalışmada fenomenolojik desen esas alınmakta olup, katılımcılar ile görüşmeler derinlemesine mülakat tekniği ile gerçekleştirilmiştir. Elde edilen bulgular doğrultusunda, maruz kalınan siber zorbalıkta kadının bedeni ve cinselliğinin birleştirilerek bir araç olarak kullanıldığı ve siber zorbalığı uygulayan kişilerin tanıdığı veya tanımadığı olmak üzere hepsinin erkek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Siber zorbalık deneyimi ile birlikte mağdurların sosyal ilişkilerinde problemler yaşadığı, sosyal aktivitelere katılmayı güvenli bulmadıkları ya da istemedikleri, akademik anlamda ise eğitim hayatının sonlanması gibi ciddi bulgular elde edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: *Zorbalık, Siber Zorbalık, Toplumsal Cinsiyet, Z Kuşuğu, Sosyal Medya.*

AN INVESTIGATION OF CYBERBULLYING EXPERIENCES FACE BY GENERATION Z WOMEN AND THEIR IMPACT ON DAILY LIVES IN THE CONTEXT OF GENDER: THE CASES OF BOLU PROVINCE

ABSTRACT

The radical changes experienced in the technological field have similarly brought about significant transformations in daily life and the problems encountered. Virtual communities/groups have begun to replace traditional social relationship environments where blood ties and intimate, face-to-face relationships serve as references. This process, which also targets our social relationship and interaction skills, has begun to transform individuals' identities, representations, and senses of belonging. As Castells also points out; in this new "self-centered society," the internet, which also gives its name to the era, has become a place of its own for relationships and interactions. Digital technologies, which offer opportunities for good/bad identity games for today's people, have also begun to transform the content and forms of problems experienced among people. This study focuses on the phenomenon of cyberbullying, which can be considered one of the significant problems faced by digital age individuals. The aim of this study is to understand and uncover how Generation Z women who have experienced cyberbullying un-

derstand and make sense of this experience. The central problems of the study were themes such as the fact that all participants were selected from women who had been victims of cyberbullying, the type of cyberbullying they had experienced and by whom they had been targeted, and how this situation had affected their academic, professional, social relationships, and participation in social activities. In the study, based on the assumption that technology and social media usage is widespread among Generation Z, 20 female participants who use at least one social media application were selected. In this study, which was conducted using a qualitative method, a phenomenological design was adopted, and interviews with participants were conducted using the in-depth interview technique. Based on the findings, it was determined that in the cyberbullying experienced, the woman's body and sexuality were combined and used as a tool, and that all the individuals perpetrating the cyberbullying were male, whether they were known or unknown to the victim. Along with the experience of cyberbullying, significant findings have been obtained, such as victims experiencing problems in their social relationships, not feeling safe or not wanting to participate in social activities, and in academic matters, even the termination of their educational careers.

Keywords: *Bullying, Cyberbullying, Gender, Generation Z, Social Media.*

GİRİŞ

Her geçen gün giderek artan teknolojik gelişmeler aracılığıyla insanların, alış-veriş yapma, fatura ödeme, toplantı yapma, vb. işleri yerine getirmeleri oldukça kolaylaşmış durumdadır. Özellikle küresel ölçekte artan internet kullanımı, insanların ihtiyaçlarından biri olan sosyal ilişkilerinin fiziksel ortamdan dijital ortama aktarılmasına zemin hazırlamakta ve böylece yeni sosyal alanlar oluşmasına sebep olmaktadır (Ekinci ve Kayapalı Yıldırım, 2020). Bu anlamda sosyal medya insanların sosyal ağlar oluşturarak birbirleri ile fikirlerini ve deneyimlerini içeren video ve görüntüler paylaşarak etkileşime geçmelerine imkân tanıyan platformdur (Karadağ ve Banar, 2022). Fakat tüm bu ilerlemeler olumlu yönlerinin yanında bazı sorunları da gündeme getirmektedir. Son dönemlerde şiddet içeren zarar verici söylemler ya da eylemler, dijital platformlar aracılığıyla daha kısa sürede gerçekleşir hale gelmektedir (Kaygısız, 2020). Bu doğrultuda siber zorbalık kavramı ortaya çıkmakta olup, bu kavram insanların hayatlarını olumsuz yönde etkilemektedir. Dolayısıyla öncelikle zorbalık kavramına bakıldığında, “Kendini savunma imkânı sınırlı olan bir kişiyi fiziksel ve sözel yollarla baskı altına alma-yı, yıldırma-yı, ona acı çektirmeyi amaçlayan davranışlarla gerçekleştirilen zihinsel ya da bedensel şiddet” olarak tanımlanır (Arslan ve Polat, 2023). Zorbalığın internet ile bütünleşmesi sonucunda ortaya çıkan siber zorbalık kavramı ise, dijital teknolojiler aracılığıyla bireylerin hedef alındığı, kişisel bilgilerin kullanılarak bireyin küçük düşürülmesine, aşağılanmasına, sosyal ilişkilerinin zedelenmesine

neden olan davranışlar bütünüdür (Özer Öksüzoğlu, 2021). O halde çok kapsamlı olan siber zorbalık kendini farklı şekillerde göstermektedir. Bu bağlamda çeşitli kategorilere ayrılarak analiz edilmesi siber zorbalık olgusunun daha anlaşılır olmasına olanak sağlamaktadır.

Başkasının kimliğine bürünme (Impersonation): Failin başka bir bireyin kimliğini bilinçli ve kasıtlı bir biçimde taklit etmesi ya da ele geçirmesi sonucunda gerçekleşen siber zorbalık biçimi olarak tanımlanır. Bu tür eylemler, özellikle dijital ortamlarda failin mağdurun kimliğiyle özdeşleşerek onun yerine geçmesi, mağdur adına paylaşımlarda bulunması şeklinde ortaya çıkabilmekte olup, mağdurun toplumsal statüsünü, sosyal çevresiyle olan ilişkilerini zedeleme potansiyeline sahiptir (Paltacı, 2024).

Israrlı siber takip (Cyberstalking): Failin mağduru hedef almak ve kontrol altında tutmak amacıyla dijital iletişim araçlarını sistematik biçimde kullanarak mağdura tehditkâr ve rahatsız edici içerikteki mesajları tekrar eden şekilde göndermesiyle ortaya çıkan siber zorbalık türüdür (Paltacı, 2024).

Taciz (Harassment): Kasıtlı ve düşmanca bir yaklaşımla belirli kişilere yönelik süreklilik arz edecek şekilde ileti gönderilmesi eylemidir (Kaygısız, 2020).

Dışlama (Exclusion): “Bir kişinin çevrimiçi gruplardan kasıtlı bir şekilde mağdurun rızası dışında çıkarılması, soyutlanması eylemidir” (Kaygısız, 2020).

İfşa ve düzenbazlık (Outing and trickery): Bir kişinin mahrem bilgilerinin, görüntü ya da videolarının başka kişilere gönderilmesidir. Düzenbazlık ise, ifşanın alt türü olmakla birlikte failin mağdur ile doğrudan iletişime geçerek ondan elde ettiği görüntü ve videoları düzenleyerek farklı bir hale getirmesi, mağduru bunlar aracılığıyla korkutması ya da yayınlamasıdır (Karaca vd., 2021).

Parlama (Flaming): “Bir kişiye aşağılayıcı, tehdit edici nitelikte olan şiddet içerikli mesajların çevrimiçi ortamlarda herkesin erişimine açık bir şekilde gönderilmesidir” (Karaca vd., 2021).

Karalama (Denigration): Bir kişi hakkında gerçeği yansıtmayan ve onun hayatını olumsuz şekilde etkileyecek olan bilgilerin çevrimiçi yolla yayılması, dedikodu niteliğinde paylaşılması ya da üçüncü kişilerin erişimine sunulmasıdır (Karaca vd., 2021).

Dolayısıyla birden fazla çeşidi bulunan siber zorbalık, insanların bilinçli veya bilinçsiz bir şekilde maruz kaldığı toplumsal bir problem olarak karşımıza çıkmaktadır. Özellikle teknolojinin gündelik yaşamın merkezinde kendini var ettiği günümüzde, sanal mecralarla yoğun etkileşim içerisinde yaşayan Z kuşağının

siber zorbalık açısından daha kırılgan bir grup olduğu görülmektedir. Z kuşağı, içine doğdukları dijitalleşen yaşamın etkisiyle bilgi edinme, sosyalleşme ve yaşam tarzlarını teknolojik araçlar üzerinden inşa eden kişilerden oluşan, 2000 yılı ve devamında doğan kuşak olarak nitelendirilmektedir (Akduman ve Hatipoğlu, 2021). Kuşakların interneti kullanım alışkanlıkları ile ilgili yapılan çalışmaya göre, Z kuşağının diğer kuşaklara kıyasla iletişim araçlarından cep telefonunu daha fazla kullandığı ve internete daha çok sosyal medyayı kullanmak amacıyla başvurduğu elde edilmektedir (Özdemir, 2021). Benzer şekilde, Z kuşağında bulunan 895 öğrenci ile yapılan başka bir çalışmada ise, hem kadın hem de erkeklerin sosyal medya ortamlarında geçirdiği sürelerin yüksek olduğuna ulaşılmışken, kadınların teknoloji bağımlılığının erkeklere göre daha fazla olduğuna ve çevrimiçi mesajlaşma, kişiye ait özel video, SMS ile iletişim kurma yöntemlerinden kadınların erkeklere göre siber zorbalığa daha fazla maruz kaldığına ulaşılmaktadır (Türesin ve Alban, 2024). Bu durum göz önünde bulundurulduğunda, Z kuşağı bireylerinin sosyal medya üzerinden gerçekleştirilen siber zorbalığa maruz kalmaları kaçınılmaz bir hale gelebilmektedir. Bu bağlamda değerlendirildiğinde, siber zorbalığa daha sık maruz kalan gruplar arasında bulunan kadınların ait oldukları kuşak özellikleriyle birlikte bütünleşmesi, yaşanan sorunların derin ve çok katmanlı bir hale bürünmesine sebep olmaktadır. Bilhassa kadın olma durumunun toplumsal yapı içerisindeki konumu, siber zorbalık deneyimlerini ağırlaştıran önemli bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu noktada, söz konusu sorunların anlaşılmasında toplumsal cinsiyet olgusunun belirleyici rolü dikkat çekmektedir. Toplumsal cinsiyet, kadın ve erkeğe cinsiyetleri doğrultusunda verilen rolleri kadınlık ve erkeklik olarak tanımlayan, cinsiyet farklılığı gözeterek iş bölümünü, yaşayış biçimini ve rollerini oluşturan bir kavramdır (Akkaş, 2019). Sosyalleşme sürecinde bireylerin biyolojik cinsiyetleri temel alınarak belirlenen roller ve davranış biçimleri, toplumsal kurumlar tarafından düzenlenip denetlenmektedir. Bu şekilde toplumsal cinsiyet rolleri belirli kalıplar içerisinde yeniden üretilmektedir (Orhun ve Delibaş, 2021). Bu anlayışı savunan sosyal öğrenme kuramına göre, çocuklar hem model alma yoluyla anne babalarının erkeklik kadınlık rollerini modelleyerek içselleştirirken hem de ödül ve ceza sistemiyle cinsiyetlerine uygun davranış sergilemeyi öğrenmektedirler (Dökmen, 2009). Bireyler içine doğdukları aileleri aracılığıyla öğrendiklerini şekillendirmektedir. Geleneksel cinsiyet rolleri ilk olarak aile içerisinde kazanılmakta, böylece toplumsal cinsiyet kimlikleri cinsiyetlere atfedilenlere göre inşa edilmekte ve toplumsal yapının bir parçası haline getirilerek aktarılmaktadır (Balci, 2020). Kadının yaşam pratikleri, davranış kalıpları, söylemleri, cinselliği ve daha birçok alan bedenlerine atfedilenlere göre şekillendirilmekte olup tüm bunlar toplumsal yapı içerisinde erkeğin denetimine tabi kılınmaktadır (Çokoğullar Bozaslan, 2025). Bu yapının, kadınların cinselliği üzerinde ahlak kuralları ile çerçevelendiği bir kontrol söz konusudur. Kimi zaman bu kontrol namus kavramı ile bütünleştirilmekte olup, kadınları ikinci plana at-

makta ve erkekleri toplumsal ilişkilerde merkezde ve kontrol eden bir konuma yerleştirmektedir. Bu anlayış çerçevesinde kadınları değersizleştiren, onların cinselliğinin anormal olarak kabul edildiği düzenin sürekliliği sağlanmaktadır (Turner, 1992-2001; akt. Aydoğmuş Ördem, 2020). Kadınların korunmaya ve yönlendirilmeye muhtaç bireyler olarak tanımlanması, güç ilişkilerinin erkeklerin lehine şekillenmesine yol açmaktadır (Aydın ve Erciyes, 2022). Bu eşitsiz güç dağılımı beraberinde erkeklerin çevrimiçi ortamlarda kadın bedenine saldırganca tutum benimsemesini meşru hale getirmektedir.

LİTERATÜR

Siber zorbalık kadınların hayatını tehdit eden bir olgu haline gelmektedir. Kadınların günlük hayatın her alanında yaşadıkları dezavantajları çerçevesinde siber zorbalığa maruz kalma riskleri daha da fazlalaşmaktadır. Yapılan çalışmalar sonucunda, 15 yaşından beri her 10 kadından birinin (%11) siber taciz ya da siber takibe maruz kaldığı elde edilmektedir (Lomba vd., 2025). Diğer yandan, 863 üniversite öğrencisiyle yapılan çalışmada erkeklerin siber zorbalık ve mağduriyet puanlarının kadınlara göre daha fazla olduğu bildirilmiştir (Gönültaş, 2022). Özer ve Şad lise öğrencilerinin siber zorbalık ve mağduriyetleri ile okul tükenmişliği değişkenleri arasındaki ilişkiyi incelediği çalışmasında, kız ve erkek katılımcıların siber zorbalığı uygulama ve siber zorbalığa maruz kalma düzeylerinin birbirine yakın olduğu sonucunu elde etmektedir (Özer ve Şad, 2021). Literatür çalışmalarına bakıldığında dijital ortamda yaşanan siber zorbalık ve siber mağduriyetin cinsiyete göre farklı sonuçlar doğurduğu ancak erkeklerin siber zorbalık davranışlarını daha yüksek oranda sergilediği bulunmaktadır (Göğer, 2021).

Uluslararası Af Örgütü (2018) ABD, Birleşik Krallık, İspanya ve İtalya gibi ülkelerde ankete katılan 4 bin kadının yaklaşık dörtte birinin en az bir kere çevrimiçi taciz veya siber zorbalığa maruz kaldığına ulaşılmaktadır. Siber zorbalıkta cinsiyetin rolü üzerine yapılan araştırmalar farklı sonuçlar verdiğinden siber zorbalık cinsiyete dayalı bir suç gibi görülmemektedir (Armiwulan, 2021). Dijital ortamlarda yaşanan şiddet biçimleri toplumsal cinsiyet ilişkileri ile bağlantılı olmakla birlikte, yapılan çalışmalar bu anlamda kadınların siber zorbalığa maruz kalma olasılığı daha yüksek olan grup olarak öne çıktığını ve maruz kaldıkları şiddetin etkilerini daha ağır biçimde deneyimlediklerini ortaya koymaktadır (PEW, 2014; Reed vd., 2016; Staude- Müller vd., 2012; Tandon ve Pritchard, 2015; Şener ve Abınık, 2021). Ek olarak, siber zorbalığa maruz kalmada kadın olmalarıyla beraber kuşaklarının da bu mağduriyette belirleyici rol oynaması söz konusudur. Bayhan (2020) yaptığı çalışmada Z kuşağı gençlerinin, sosyal medya bağımlılık oranlarının yüksek olduğunu belirtirken, erkek katılımcıların, kadın katılımcılara göre daha fazla siber zorbalık yaptıklarını ortaya koymaktadır (Bayhan, 2020). Benzer şekilde, siber zorbalık uygulamada erkeklerin puan ortalamalarının ka-

dınlara göre daha fazla olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Boyar, 2023). Lise öğrencilerinin siber zorbalık ve siber mağduriyet durumları üzerine yapılan başka bir çalışmada ise kadınların siber zorbalık uygulama ölçeğinden aldıkları puanların erkeklerin aldıkları puana göre anlamlı olarak daha düşük olduğu elde edilmiştir (Özmestik, 2020). Dinç, 11 lise öğrencisi ile yaptığı çalışmasında kız öğrencilerin siber zorbalığa daha fazla maruz kalma ihtimalleri olduğunu ve katılımcılara göre bunun sebepleri arasında toplumda erkeklığın üstün tutulmasına dair görüşleri doğruladıklarını elde etmektedir (Dinç Kırılı, 2020).

Yapılan bir araştırmaya göre, kadınların daha çok cinsel içerikli mesaj aldıklarına, sosyal medya hesaplarının ele geçirildiğine, kişisel bilgilerin ifşa edilmesi üzerinden siber zorbalık uygulandığına ulaşılmaktadır (Şentürk Dızman, 2023). Meydaneri'nin yaptığı çalışmada da kadınların benzer şekilde yorum ve mesaj aldığı (%41), fotoğraf ve videolar gönderildiği (%26), sosyal medya hesaplarının başkalarının eline geçtiği (%23), sosyal medya dışında cep telefonu üzerinden siber zorbalığa maruz kaldığı (%30) bilgisi verilmektedir (Meydaneri, 2021).

Siber zorbalık olgusu mağdurlar üzerinde olumsuz etkiler bıraktığı gibi uzun vadede yaşandığında ise ciddi etkilerle sonuçlanması mümkündür. Siber zorbalık sonrasında mağdurların uyku sorunları, uzuvlarda yaşanan ağrı semptomları gibi fiziksel problemler yaşamalarının yanı sıra özellikle siber zorbalıkla baş etmede çaresizlik yaşayanların depresyon belirtileriyle beraber intihara yönelme gibi ruhsal bunalımlar yaşamaları söz konusudur (Nagata vd., 2023; Kim vd., 2019). Siber mağduriyetin cinsiyetler üzerindeki etkilerine odaklanan bir çalışmadan elde edilenlere göre, kadınların psikolojik sıkıntı, intihar düşüncesi ve suç eğilim olasılıkları siber zorbalığa maruz kalmaları ile daha da artmaktadır (Kim vd., 2022). Akdemir'in (2022) yaptığı çalışmada, sanal ortamda işlenen suçların Facebook, X (Twitter), Instagram, Whatsapp, Dolap (ikinci el kıyafet satış platformu), Linked In uygulamaları üzerinden gerçekleştirildiği, siber zorbalık deneyimi sonrasında mağdurlardan bazılarının sosyal medya hesaplarını gizli kullanmaya başladığı, bazılarının ise hesaplarını kullanmadıkları ortaya konmuştur (Akdemir, 2022). 488 kadınla yapılan çalışmada ise mağdurların, sosyal medya hesaplarını kullanırken endişelendikleri ve çevrimiçi olarak bu mecralarda bulunmak istemediklerine ulaşılmıştır (Kantar, 2023). Başka bir çalışmada ise, siber zorbalık mağduriyeti yaşayanların çevrimiçi ortamlarda gönderilerini özgür seçimleri doğrultusunda gerçekleştiremedikleri ortaya koyulmaktadır (Bölükbaş ve Kırık, 2020). Siber zorbalık deneyimi sonrasında bireyler, benzer bir olayın tekrar yaşanabileceği düşüncesiyle sürekli bir tedirginlik içerisinde olabilmektedirler. Bu duygusal durumdan kaynaklı olarak okula gitmekten kaçınma, derslerde dikkatini toplamakta zorlanma gibi sorunlarla akademik başarıların düşmesi mümkün hale gelmektedir (Wong Lo vd., 2011; akt. Arı Ünal ve Küçük, 2022).

Benzer şekilde başka bir çalışmada siber zorbalığa maruz kalan bireylerin sıklıkla karşılaştıkları sorunların okula gitmek istememe, yalnız hissetme, nevroitik düşünme olduğu ortaya çıkarılmaktadır. Bu olumsuz duygular sonucunda bireylerin akademik performansının olumsuz yönde etkilendiği ve okulu bırakma düşüncelerinin meydana geldiği elde edilmektedir (Dinç Kırılı, 2020). Yapılan literatür çalışmasına ek olarak bu çalışma, toplumsal cinsiyet rollerinin içsel hale getirilmesinin yaşanılan siber zorbalık deneyimini ve kadın mağdurların günlük yaşam pratiklerini nasıl etkilediğini ortaya koyduğu için literatüre katkı sağlamaktadır.

ARAŞTIRMANIN AMACI, YÖNTEM VE TEKNİKLERİ

Araştırmanın Amacı

Araştırmanın temel amacı, siber zorbalık olgusunu Z kuşağındaki kadın bireylerin bakış açısından ele alarak, onların bu süreci nasıl yaşadıklarını ortaya koymaktır. Çalışma kapsamında, kadınların siber zorbalık deneyimlerinin toplumsal cinsiyet algıları ile nasıl şekillendiğini derinlemesine incelemek ve bu deneyimlerin anlamlandırılmasını hedeflemektedir.

Araştırmanın Modeli

Nitel araştırma yöntemi gözlem, görüşme gibi veri toplama tekniklerinin kullanılarak olayların doğal ortamları içerisinde bütüncül ve yorumlayıcı bir şekilde incelenmesine olanak tanıyan araştırma yöntemidir. Nitel araştırma yöntemi anlamayı ve yorumlamayı kolay hale getirirken araştırmacının inceleyeceği konuyu derinlemesine araştırmasına imkân tanımaktadır. Esnek yapıya sahip olan bu araştırma yöntemi sayesinde, araştırmacı konuyla ilgili ayrıntılı bilgi elde etmek istediğinde ek sorular sormasına imkân tanımaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2016). Nitel araştırmalar, nicel araştırmalardan farklı olarak sayısal veriler üzerinden genellemelere ulaşmayı hedeflememekte olup, bireylerin yaşantılarında var olan gizli anlam örüntülerini keşfetmeye odaklanmaktadır. Bu doğrultuda, nitel araştırmalar, istatistiksel ölçülere dayanmaksızın, belirli olgulara ilişkin doyurucu veriler elde etmeyi dikkate alan bir anlayış geliştirmeyi hedeflemektedir. Araştırma sürecinde, bireylerin öznel deneyimlerini merkeze alarak olgunun çok boyutlu biçimde kavranmasını mümkün kılmaktadır (Polit ve Beck, 2010). Fenomenoloji ise, bireylerin yaşam dünyasında karşılaştıkları olgulara dair öznel deneyimlerini, algılarını ve anlamlandırma süreçlerini merkeze alan nitel bir araştırma desendir (Çarpar, 2020). Dolayısıyla, bu çalışmada ortak bir fenomen olan siber zorbalık olgusunu Z kuşağı kadınlarının nasıl deneyimlediği anlamaya çalışıldığı için nitel araştırma yöntemi kapsamında fenomenolojik desen kullanılmıştır.

Araştırmanın Örneklemi

Bu çalışma, Bolu İli Merkez ilçesinde bulunan Z kuşağı kadınlarından, siber zorbalığı deneyimleyen kişiler katılımcı olarak seçilmiştir. Araştırmada elde edilen verilerin yinelenmesi ve doygunluğa erişilmesi gerekçesiyle katılımcılar 20 kişi

ile sınırlandırılmıştır. Örneklem seçiminde amaçlı örneklem ve kartopu örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Çünkü bu örneklem seçimi aracılığıyla, araştırmanın amacına en uygun olan, araştırma sorularını en anlamlı ve doyurucu şekilde yanıtlayacak olan gruba odaklanma imkânı elde edilmektedir (Kahraman Kılbaş ve Cevahir, 2023). Ayrıca, katılımcılara erişim sağlamada güçlük çekilmesi durumunda başvuru kartopu örnekleme seçimi ile araştırmaya katılım sağlamaya gönüllü olan kişi aracılığıyla, zincirleme olarak siber zorbalığı deneyimleyen diğer kişilere ulaşılmaktadır.

Veri Toplama Araçları

Derinlemesine görüşme tekniği, araştırılacak konu hakkında araştırmacının sorular yönlendirerek görüşmecilerle etkileşimde bulunduğu bir veri toplama tekniğidir. Bu teknik sayesinde görüşmeler kayıt altına alınabilmekte ve elde edilen veriler doküman haline getirilerek deşifre edilebilmektedir. Sadece sorulan sorulara cevap almayı değil aynı zamanda görüşmecilerin inançları, değerleri, normlarına dair çok yönlü ve zengin veriler elde edilmesini sağladığı için bu teknik tercih edilmiştir (Uslu ve Demir, 2023). Bu araştırma Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimlerde İnsan Araştırmaları Etik Kurulu tarafından onaylanmıştır (01.09.2023 tarih ve 2023/43 sayılı karar). Görüşmeler öncesinde katılımcılardan bilgilendirilmiş onam alınmış, veriler gizlilik ilkesi doğrultusunda kullanılmıştır. Görüşme esnasında katılımcılara 17 tane soru sorulmuştur. Bu sorular içerisinde katılımcıların demografik bilgilerini belirlemeye yönelik sorularla birlikte siber zorbalık deneyimleri hakkında bilgi edinmeye yönelik olan sorular bulunmaktadır. Görüşmelerin çoğunluğu, araştırma konusunun katılımcılar açısından hassasiyet içermesinden kaynaklı olarak yüz yüze olmakla birlikte bazı durumlarda çeşitli uygulamalar (Teams vb.) kullanılarak gerçekleştirilmiş ve yaklaşık 30-40 dakika sürmüştür. Ek olarak yanıtlanan sorular katılımcıların bilgisi ve izni dâhilinde görüşmeler not edilerek, doküman haline dönüştürülmüştür.

Verilerin Analizi

Betimsel analiz, gözlem ve görüşme sonucunda elde edilmiş olan verilerin çeşitli kategori ve temalara ayırdıktan sonra bunların altında doğrudan ifadelerle doyurulduğu bir analiz çeşididir (Karataş, 2015). Bu doğrultuda araştırma bulguları betimsel olarak analiz edilmektedir. İlk olarak bu çalışmadan elde edilen veriler ve araştırmanın kavramsal çerçevesi göz önünde bulundurularak temaların nasıl oluşturulacağına ve verilerin hangi temalara dahil edileceğine karar verilmiştir. Daha sonra belirlenen temaların içerdiği veriler ilgili kısımlara yerleştirilmiştir. Bu temalar, katılımcıların doğrudan ifadeleri ile desteklenmiş ve son olarak veriler anlamlandırılmıştır. Böylece veriler dört tema üzerinden yorumlanmakta ve betimlenmektedir.

BULGULAR

Katılımcılar

Z kuşağı; diğer bir deyişle dijital yerliler olarak da bilinen bu kuşak 2000 yılı sonrasında doğanları kapsamakta olup, içinde buldukları kuşağın getirdiği teknoloji ve teknolojik araçlarla iç içe geçmiş durumdadırlar (Türesin ve Alban, 2024). Dolayısıyla bu çalışmanın konusuyla örtüşmesinden kaynaklı olarak katılımcılar bu kuşağa dâhil olan kişiler arasından seçilmiştir. Katılımcıların çoğunluğu 20-22 yaş aralığında olup, 19 ve 23 yaşında olan katılımcılar da bulunmaktadır. Katılımcıların eğitim durumlarına bakıldığında, çoğunluğunun lisans öğrencisi olduğu, bunun yanı sıra lise mezunu, ön lisans öğrencisi ve ortaokul mezunu katılımcıların da bulunduğu görülmektedir. Bu çeşitlilik, araştırma grubunun farklı eğitim geçmişlerine sahip bireylerden oluştuğunu göstermektedir. Çalışma durumları incelendiğinde ise, bazı katılımcıların çalışmadığına, bazı katılımcıların ise daha çok hizmet sektöründe görev yaptığını ulaşılmaktadır. Ek olarak, özel öğretmenlik ve çocuk gelişimi alanında çalışan katılımcılar da mevcuttur. Katılımcılar medeni durum açısından değerlendirildiğinde ise tüm katılımcıların bekâr olduğu görülmektedir.

Tablo 1

Katılımcıların Demografik Bilgileri

	Yaş	Eğitim Durumu	Meslek	Medeni Durum
K1	22	Lisans öğrencisi	Çalışmıyor	Bekâr
K2	21	Lisans öğrencisi	Çalışmıyor	Bekâr
K3	22	Lisans öğrencisi	Garson	Bekâr
K4	20	Lise mezunu	Satış personeli	Bekâr
K5	21	Lisans öğrencisi	Çalışmıyor	Bekâr
K6	22	Lise mezunu	Emlakçı	Bekâr
K7	20	Lisans öğrencisi	Çalışmıyor	Bekâr
K8	22	Lise mezunu	Satış personeli	Bekâr
K9	20	Ön lisans öğrencisi	Satış personeli	Bekâr
K10	21	Lise mezunu	Muhasebe	Bekâr
K11	19	Ortaokul mezunu	Resepsiyon görevlisi	Bekâr
K12	22	Lisans öğrencisi	Özel öğretmen	Bekâr
K13	21	Lisans öğrencisi	Çalışmıyor	Bekâr
K14	21	Lisans öğrencisi	Çalışmıyor	Bekâr
K15	22	Lise mezunu	Satış personeli	Bekâr
K16	21	Lisans öğrencisi	Özel öğretmen	Bekâr
K17	23	Lise mezunu	Çocuk gelişim öğretmeni	Bekâr
K18	20	Lisans öğrencisi	Çalışmıyor	Bekâr
K19	22	Lise mezunu	Çalışmıyor	Bekâr
K20	21	Lisans öğrencisi	Çalışmıyor	Bekâr

Araştırmadan elde edilen veriler siber zorbalığın uygulayıcıları ve maruz bırakılan siber zorbalık türleri, siber zorbalığın sosyal ilişkilere yansımaları, siber zorbalığın sosyal aktivitelere yansımaları, siber zorbalığın okul hayatına yansımaları olmak üzere dört başlık altında gruplandırılmıştır.

Siber Zorbalığın Uygulayıcıları ve Maruz Bırakılan Siber Zorbalık Türleri

Bu tema kapsamında katılımcılara “Nasıl bir siber zorbalık deneyimi yaşadınız?” sorusu sorulmuştur. Katılımcıların ifadeleri doğrultusunda mağdurların siber zorbalık türlerinden hangi türe maruz kaldığına ve kimler tarafından siber zorbalık uygulandığına dair veriler iki şekilde analiz edilmiştir.

Katılımcıları siber zorbalığa maruz bırakan kişiler ile ilgili elde edilen bulgulara bakıldığında, bazı katılımcılara (K1, K7, K10, K12, K14, K15, K16, K18, K20) siber zorbalığı uygulayanların tanımadığı erkekler olduğuna ulaşılmaktadır. Diğer bazı katılımcılar ise (K3, K4, K5, K8, K9, K11, K13 ve K17) romantik ilişki içinde oldukları erkekler tarafından siber zorbalığa uğradıklarını belirtmiştir. K2 ve K6 tanıdıkları erkek arkadaşları olduğunu bildirmiştir. Hem tanıdığı hem de tanımadığı erkek fail tarafından zorbalığa maruz kalan katılımcı da mevcuttur (K12).

Katılımcıların ifadelerinden elde edilenler aracılığıyla, siber zorbalığa hangi türlerde maruz kaldıklarına bakıldığında; bulgular, mağduriyet biçimlerinin katılımcılar arasında çeşitlilik gösterdiğine ve katılımcıların birden fazla türde siber zorbalık yaşadığına işaret etmektedir. Katılımcılardan bazıları (K1, K2, K4, K6, K9, K10, K12, K13, K14, K15, K16, K17 ve K20) siber zorbalığı taciz ve ısrarlı siber takip biçimlerinde deneyimlemişlerdir. Bazı katılımcıların (K2, K3, K4, K6, K8, K9, K10, K11, K12, K13 ve K20) ise ifşa ve düzenbazlık türüne maruz kaldığı elde edilmiştir. K11, K17 ve K19 ortak olarak başkasının kimliğine bürünme türünde siber zorbalığa maruz kalmıştır. K5 siber zorbalığın karalama türüne maruz kaldığı, bunun yanı sıra K7, K8, K12 ve K18’in de aynı tür siber zorbalığa maruz kaldıkları belirlenmiştir. Bu doğrultuda katılımcıların ifadeleri aşağıda verilmiştir. Siber zorbalık türlerinden parlamaya maruz kalan katılımcının ise sadece K2 olduğu elde edilmiştir.

Katılımcıların sadece sosyal medya uygulamalarından değil aynı zamanda gerçek hayatta da mağduriyet yaşadıklarına ulaşılmaktadır. **K1** “Tekrar hesap açtım kendime. Kendi adımla değildi. ‘solmayan papatya’ diye değiştirdince bana ulaşamadı. Bitti dediğim zaman mesaj geldi. Mesajda ‘Noel baba sana hediye getirdi, kapında!’ yazıyordu. Kocaman papatya buketiyle zarf vardı. Zarfın içine baktım, benim hiçbir yerde paylaşmadığım sadece kendi telefonumda olan fotoğraflarım vardı ve bir de not: ‘Sen soluk değilsin’. Tam olarak o an soldum.” Oksanen vd. (2020), mağdurların sürekli siber zorbalık üzerine düşündüklerini, gergin olduk-

larını, iş yerindeki görevlerini yerine getiremediklerini ve işi bırakma eğilimlerinin olduğunu ortaya koymaktadır (Oksanen vd., 2020). Elde edilen bilgiler doğrultusunda siber zorbalığın mağdurların iş hayatına doğrudan olumsuz şekilde etkilerinin bulunduğu rastlanılmaktadır. K17 “*Eski nişanlım bana açtığı hesapla burada çalışan patronlarıma yazmıştı, sanki patronlarım bana yakınlaşmaya çalışıyor gibi. Beni ilk başta korumaya çalıştılar. Onlara durumu anlattım, göze alamadılar işten çıkardılar.*” Siber zorbalığa önce sınıfındaki erkek arkadaşı tarafından daha sonra tanımadığı erkekler tarafından olmakla birlikte parlama türüne maruz kaldığını belirten K2 şöyle ifade etmiştir: “*Haberim yokken çekilen fotoğrafımı sınıftaki bir erkek arkadaşım kendi hesabında paylaşmış. Fotoğrafa birçok insan etiketlemiş; düşünsene, sadece ben değil herkes bunu görüyor. Fotoğrafın altına ‘Bikiniyle güzel görünmeye çalışan kızın gerçek yüzü, sizce de günün malı gibi değil mi? Hep birlikte malları eyleyelim!’ yazmış. Fotoğrafa eski sevgilimi de etiketlemişti. Allah’ım, bu çok küçük düşürücü bir şeydi. ‘Ben size söylemiştim bu kız özürü diye, tipe bak!’ gibi yazılar vardı. Öyle bir andı ki yazılanları okudukça hıçkırarak ağlamaya başladım. Bunu yaşayacağımı bilseydim, çoktan ölmeyi isterdim.*” Verilen cevaplar doğrultusunda siber zorbalığı uygulayanların (tanıdığı, tanımadığı, romantik ilişkisi olan) cinsiyetlerinin erkek olması söz konusudur. Bu durum ataerkil toplum yapısında kadın bedeninin namus çerçevesinde değerlendirilmesi ile örtüşebilir. Nitekim kadınların maruz kaldıkları siber zorbalık yöntemleri arasında yer alan ifşa, karalama ve düzenbazlık gibi eylemlerin temelinde öğrenilmiş kadın cinselliğinin bu doğrultuda kullanıldığına dair izlere rastlanılmaktadır. K8 “*Erkek arkadaşımınla sürekli görüntülü konuşuyorduk. Kaydettiği videolardan kolaj hazırlamış; sanki ben videolarda kışkırtacak hareketlerde bulunuyor gibiydim. Bunları seks sayfalarına yüklemiş, ayrılmamam için tehdit etmeye başlamıştı. Sosyal medyada da paylaşmış fotoğraflarını. Hayat benim için durdu ya da rezil insan olarak yeni başladı.*” “Drouin vd. (2015) yaptığı çalışmada kadınların rızaları dışında siber zorbalarla cinsel temalı mesajlaşarak iletişim kurmak zorunda kaldığını elde etmektedir” (Drouin vd., 2015). Bu doğrultuda K13 şöyle ifade vermektedir: “*Korktuğum için konuşmaya devam ettim. Konuşmaları cinselliğe kaymaya başladı. Ben bu konuda bilgi sahibi değilim yaşım küçüktü. Kabul etmedim. Babamın numarasını bulmuş, evimin dışarıdan fotoğrafını çekip bana atmıştı. İstediklerini kısmen yapmak zorunda kaldım. Daha fazlasını yapmak istemedim. Bana aşırı bağırdı çağırdı sonra numaramı, fotoğraflarımı p*rno ifşa gruplarına yükledi.*” Siber zorbalığı uygulayan kişilerin kadınların sosyal çevresini hedef alarak onları kontrol etmesi, cinsiyet rolleri çerçevesinde belirlenen ahlaki değerlerin kadın üzerinden yeniden var edildiğine işaret etmektedir.

Siber Zorbalığın Sosyal İlişkilere Yansıması

Bu tema kapsamında mağdurlara “Siber zorbalığa maruz kalmadan önce ve ma-

ruz kaldıktan sonra sosyal ilişkileriniz (aile ve arkadaş) nasıl değişikliğe uğramıştır?” sorusu ayrı sorular halinde sorulmuştur. Elde edilen veriler doğrultusunda mağdurların yaşadıkları siber zorbalığı aile ya da arkadaşlarıyla paylaşma durumlarına da ulaşılmıştır. Katılımcıların ifadelerine göre yaşanan siber mağduriyetin sosyal ilişkilerde çeşitli davranışsal değişimler doğurduğuna ulaşılmaktadır.

Katılımcılardan bazılarının (K1, K2, K3, K4, K5, K6, K7, K8, K9, K10, K11, K12, K13, K14, K15, K17, K19 ve K20) içine kapanma davranışını sergiledikleri elde edilmiştir. Kavga etme davranışı sadece K4 tarafından sergilenirken, diğer katılımcılar (K1, K3, K4, K5, K11, K12, K15, K16, K17) ise sosyal ilişkilerinde yalan söyleme eğiliminde olduklarını ifade etmiştir. Ayrıca şüphe duyma bazı katılımcılar (K1, K2, K4, K6, K7, K10, K12 ve K18) tarafından sergilenen diğer davranışlar arasındadır.

Paylaşım davranışları incelendiğinde, katılımcılardan hiçbirinin yaşadığı siber zorbalığı ailesiyle paylaşmadığı, buna karşılık bazılarının (K1, K7, K12, K13, K14 ve K17) arkadaşlarına anlattığı bilgisi edinilmiştir.

Bir çalışmadan elde edilenlere göre, siber zorbalığa maruz kalan kişilerin, mağduriyetlerini sosyal çevresiyle paylaşmak istemediklerine, herhangi birinin duyması durumunda çevresindekilerin kendilerini suçlayacaklarına dair inanç beslediklerine ulaşılmaktadır (Rigby ve Slee, 1993; akt. Cebecioğlu ve Altıparmak, 2017). **K17** “Her konuda doğrucu olan ben başıma gelen onca şeyi söylemedim, yalanlara sığındım, dedim ya belki ona inanırlardı, yapamadım. Onunla ayrıldıktan sonra annelere numaralarını değiştirmesi için yalvardım. Annem, ‘Başka bir şey olduysa söyle bak kızım’ diye sordu. Konuyu kapattım. Çalıştığım için annemlerle telefonla konuşuyorum, eve gidince hemen yatıyorum. İstemedem de olsa uzaklaşıyorum.” **K19** “Babam bana güvenip güvenmeme arasında kalıyordu. Onunla oturdum diye bana uzak davranıyordu. Ben buna bozuluyordum çünkü ona anlatmayı, destek olmasını isterdim, ama hadi diyelim ‘Adam sana bunları yaptı, sen ne akla hizmet adamla bunu bilerek baş başa kahve içmeye gittin?’ derse ve suçlu görse beni, bir şey diyemezdim. Bunu ona yapmaya hakkım yoktu ama böyle oldu. Hala daha babamla aram yok. O yüzden artık evde tek yaşıyorum gibi hissediyorum.” **K9** “Bunu yaşayınca babamla çok konuşsam bile aramızdaki bağ kopacak diye çok korktum, üzüldüm. Esnaf çünkü bilseler babamdan alışveriş bile yapmazlardı. Ben ona bunu nasıl yaptım? Böyle yapmasaydım şimdi onlarla bahçemizde yine oturup sohbet ederdik.” **K13** “Ailemle daha çok görüşürdüm tabi ki. Babaya göre annemle daha yakındım ama her şeyimi anlatamazdım. Zaten anlatabilseydim ilk ona söylerdim, yardım isterdim.” Katılımcıların kendi rızaları dışında da sosyal ilişkilerinin etkilenme durumları dikkat çeken bulgular arasındadır. Siber zorbanın mağduru yalnızlaştırması, mağdurun

siber zorbalığa uzun vadede maruz kalmasına sebep olabilmektedir. **K8** “Kendimi yakın hissettiğim iki arkadaşım vardı. Erkek arkadaşım beni ‘Arkadaşlarına söyleme’ diye tehdit ettiği için onlara anlatmadım. İyi ki söylememişim diyorum çünkü biri beni öğrendikten sonra engelledi. Tamam, diğeri Allah var yanımda oldu, çok üzüldü ama önceden evime gelip giderdi artık böyle bir şey olmuyor. Zaten ya bilen biri çıkarsa, bana karşı kullanırsa yine birileri diye düşünüyordum. Ya ya ya.. Başka seçenek yok.” Mağdurların yoğun olarak yaşadığı şüphe, suçluluk, yalnızlık ve çaresizlik gibi duygular da siber zorbalık sonrasında sosyal çevrelerinden izole olmalarına sebep olmaktadır (Karaca vd., 2021). **K3** “Bu şeyden sonra yok denecek kadar azaldı. Çoğu kişiye uzak durdum. Biriyle dertleşsem belki okları bana çevirirlerdi. Asosyal gibi bir şey oldum. Yalnızlığımdan şikâyet ediyordum bir yandan da güvendeydim.” **K10** “Herkes şüphayle yaklaşmak hasta ediyordu beni. Ondan korktuğumu anlamasını istemedim, kimseye söylemedim. Korktuğumu da söylerdi yoksa. Kimseyi sevmiyordum, soğumuştum. Merak edenler yanıma gelirdi. Odanın kapısından ‘Hastayım’ deyip geri gönderirdim.” **K5** “Arkadaşlarım tarafından her zaman sevilirdim. Her yere çağırıyorlardı. Ona yalvarmakla o kadar meşguldüm ki gitmeye vaktim olmazdı, istemezdim de. O zamanlar kalabalığın içinde tektim. Arkadaşlarımla aram açıldı. Beni anlayamazlardı.” Dolayısıyla siber zorbalık sadece mağdurlara yönelik gerçekleştirilen bir eylem olsa da etkileri çok boyutlu olarak kendini gösterebilir.

Siber Zorbalığın Sosyal Aktivitelere Yansıması

Bu tema dâhilinde katılımcılara “Siber zorbalığa maruz kalmadan önce ve maruz kaldıktan sonra sosyal aktivitelere veya topluluğun bulunduğu alanlara katılımlarınız nasıl değişikliğe uğramıştır?” sorusu yönlendirilmiştir. Katılımcılardan bu soruya alınan yanıtlar doğrultusunda, katılımcılardan bazılarının (K2, K3, K5, K7, K8, K9, K10, K13, K17, K18, K19 ve K20) eğlence amaçlı yapılan aktivitelere katılmadıkları ya da katılmak istemedikleri bilgisine ulaşılmıştır. Diğer katılımcılar ise (K2, K4, K6, K12, K14, K15, K16 ve K18) eğitim çerçevesinde yapılan aktivitelerden uzaklaştıklarını, ek olarak K1 ve K11 spor çerçevesinde yapılan aktivitelere katılmaktan vazgeçtiklerini bildirmişlerdir.

Bu doğrultuda, katılımcıların özellikle toplu katılımın olduğu aktivitelere dâhil olmadıkları sonucu elde edilmektedir. **K8** “Bir yerlere girme, gitme konusunda sıkıntım yoktu hatta çok severdim. Organizasyon olsun, toplu buluşmalar olsun. Bu olay yüzünden kimseyi görmek istemiyordum, acaba buradan biri o fotoğrafları gördü mü diye korkuyordum. Hala korkuyorum. Bu yüzden kalabalık yerleri sevmem.” Mağdurlar yaşadıkları siber zorbalık sonrasında kendilerini güvende hissetmedikleri için dış ortamda yapılan sosyal aktivitelere katılmada isteksiz davranmaktadırlar (Toprak ve Bozbayındır, 2022). **K17** “Sadece yalnız kalmak istiyorsunuz. Sosyal medyadan onları sildiremiyorsunuz. Mecburen herkes görü-

yor. İnsanlar hemen etiketi yapıştırıyor size. Ne yapsan sen o sun bir kere. Bunu değiştiremezsin. Bunları bilerek, biri seni tehdit ettiği halde kim çıkar ki dışarıya eğlenmek için, kim birisiyle tanışır!” Siber zorbalığın aynı zamanda eğitim alanında yapılan aktivitelere katılımı da olumsuz olarak etkilediği görülmektedir. **K2** “Bu konuda içimde kalan tek şey hayalim olan resim kursuna gitmekti. Kendime güvenim yoktu, gidemedim. Hayalimden vazgeçtim.” **K11** “Zaten müziğe düşkündüm. Koroya giderdim. Voleybol merakım vardı ona yazılmıştım. Onun yüzünden ilerleyemedim. Belki bir yerden önüm açılırdı. Bırakmıyordu ki! Nereye gitsem oraya geliyordu.” Katılımcıların verdiği bilgiler arasında, kadınların kendilerini tehdit altında hissettiklerine dair söylemleri dikkat çekmekte olup, bu durum kadınların sosyal yaşamının ev ortamıyla sınırlandırılmasına sebep olabileceği gibi kamusal alandaki görünürlüklerini de gizil hale getirebilir.

Siber Zorbalığın Okul Hayatına Yansıması

Bu tema kapsamında ise katılımcılara “Siber zorbalığa maruz kalmadan önce ve kaldıktan sonra okul bağlamındaki dersleriniz nasıl değişikliğe uğramıştır?” sorusu sorulmuştur. Elde edilen veriler doğrultusunda, katılımcılardan bazılarının (K1, K2, K3, K4, K5, K7, K11, K12, K13, K14, K17 ve K18) derslerden düşük not aldığına ulaşılmıştır. Diğer katılımcılar (K2, K3, K10, K13 ve K20) okula gitmedikleri ya da okuldan kaçtıkları bilgisini vermişlerdir. Bazı katılımcıların (K8, K10, K11 ve K17) okulu bıraktığına, bazı katılımcıların ise (K4, K7 ve K14) ders içerisinde fikir beyanını gizlediklerine ulaşılmıştır. Elde edilen bilgiler doğrultusunda katılımcıların ifadelerine aşağıda yer verilmiştir.

Elde edilen bilgiler doğrultusunda, katılımcıların akademik olarak derslerine odaklanmaları, sorumluluklarını yerine getirmeleri söz konusuysen mağduriyetleri sonrasında derslerine adapte olma sorunları yaşamaları ön plana çıkmaktadır. **K3** “Bu şey beni her şeyden soğuttu. Notlarım eskiden böyle düşük değildi. Bazen öyle bir noktaya gelirdim ki kaçıp gidiyordum okuldan.” Siber zorbalıkların, mağdurların günlük yaşamında yaptığı eylemlerden haberdar olması sonucunda mağdurlar ev dışında bulunan ortamları güvenli bulmadığı için eğitim hayatını sonlandırmayı istemekte ya da bunu gerçekleştirmektedirler (Kochenderfer ve Ladd, 1996; Batsche ve Knoff, 1994; Furniss, 2000; Türk ve Şenyuva, 2021). **K12** “Ben bölümüme isteyerek başladım. Bu mesleğe sahip olmak istiyorum, kendimi geliştirmek istiyorum. Bu süreçten önce de maddi açıdan değil, birilerine bir şeyler öğretmeyi sevdiğim için özel ders veriyordum. Zorbalıktan sonra okula nadir gitmeye başladım ve bu kararım beni çok korkuttu. Çünkü hayatta yapmak istediğim tek şeyi hayatımdan silmeye, okulu bırakmaya karar verdim.” **K1** “Okula gitmek istemiyordum. Hiç umurumda değildi. Sadece babam anlaştırmamın ‘Neden gitmiyor?’ demesin diye zorla gidiyordum ama her gün aklımda birinin beni kaçıracağı düşüncesi vardı. Derslerimi anlayamıyordum.” Özellikle

özgüven eksikliği yaşayan mağdurların siber zorbalık sonrasında düşüncelerini topluluk önünde ifade etmekten kaçındığı görülmektedir. **K14** “*O sapık dışarıda bekler diye kafamı yoruyordum. Önceki sınavlara göre kötü sonuçlar aldım. Sınıfta bile söylemek istediğimi söyleyemiyordum.*” Siber zorbalık yoluyla kadınların davranış ve düşüncelerinin uygunsuz ya da hatalı olduğuna dair söylemlerin yeniden üretilmesi, mağduriyetin etkilerini yalnızca bireysel eğitim yaşamıyla sınırlı bırakmamaktadır. Özellikle siber zorbalık vakalarından ailenin haberdar olması durumunda, ailenin de içselleştirdiği cinsiyet rolleri ve toplumun baskısıyla mağduru eğitim ortamından koparılması ve bu sürecin kadınlar açısından hem psikososyal hem de yapısal düzeyde ağır sonuçlar doğurması söz konusudur. **K10** “*Dövmüştü babam. ‘Ben niye çalıştım! Böyle olman için mi?’ dedi. Babama okuldan alma diye yalvardım dinlemedi bile. Kapıyı çekip çıktı. Hayatımda en çok istediğim şeyi elimden aldılar.*” Dolayısıyla siber zorbalık aracılığıyla kadınların eğitim alanında görünür olmalarına ket vurulması mümkün hale gelmektedir.

SONUÇ

Siber zorbalık olgusu, iletişim biçimi ve ilişki türüne bağlı olarak farklı ortamlarda ortaya çıkabilmektedir. Öyle ki sosyal medya uygulamalarının kullanımının yaygınlaşması neticesinde bu sorunla karşılaşma riski artmaktadır. Siber zorbalık, şiddetin ve zorbalığın alt türleri kapsamında değerlendirilse de, farklı şiddet biçimlerini bir arada barındıran çok boyutlu bir yapı olarak ele alınması daha açıklayıcıdır. Bu yaklaşım söz konusu olgunun sonuçlarının ne denli derin ve yaygın olabileceğini de ortaya koymaktadır. Ataerkil toplum düzeni bağlamında değerlendirildiğinde ise siber zorbalığın hem kadınlar hem de erkekler tarafından kimi durumlarda normalleştirildiği ve dolaylı biçimde kabul edildiği söylenebilir. Araştırmadan elde edilenlere göre, siber zorbalığı uygulayanların, mağdurların ilişkisi olan, tanıdığı ve tanımadığı kişiler olduğuna ulaşılmaktadır. Kadınlar siber zorbalığa hem erkekler hem de kadınlar tarafından da maruz kalabilmektedir. Ancak yapılan bu çalışmada, faillerin hepsinin erkek olduğuna ulaşılmaktadır. Ayrıca kadın mağdurların cinselliği ve bedenleri üzerinden düzenbazlık yapılarak elde edilen sahte görüntülerin yayınlanması, bu bilgiler aracılığıyla hakaret edilmesi, aşağılanması, sindirilmesi böylelikle bunların siber zorbalığı meşru hale getirmede kullanılması bulguları elde edilmektedir. Dolayısıyla siber zorbalık uygulamada toplumsal cinsiyet rollerinin bir araç olarak kullanılması söz konusudur.

Bu çalışmada, toplumsal bütünlüğün dışında kalma endişesi yaşayan katılımcıların hepsinin siber zorbalık deneyimlerini ailelerinden gizlediklerine ulaşılmakta ve bu anlamda yapılan çalışmalardan farklılaşmaktadır. Kadın mağdurların siber zorbalığa uğramadan önce sosyal ilişkilerinde herhangi bir sorun yaşamadıklarına fakat siber zorbalık sonrasında sosyal ilişkilerinin sonlandığına dair elde

edilen veriler yapılan çalışmalarla benzerlik taşımaktadır. Literatüre ek olarak, bu araştırmanın kadın mağdurların, siber zorbalık sonrasındaki sosyal ilişkilerinin dinamiğini etkileyen davranış çeşitlerinden hangilerini sergilediği üzerine yoğunlaşması, araştırmanın özgünlüğünü ön plana çıkarmaktadır. Diğer yandan, katılımcıların yaşadığı siber zorbalık tamamen gizli kalmamakta olup, arkadaş çevresiyle paylaşan katılımcıların varlığı söz konusudur. Elde edilen bulgular arasında katılımcıların günlük rutinlerinde bulunan spor ve yetenek kurslarından ayrılmalarının yanı sıra herhangi bir sosyal aktiviteye katılımı da isteksiz olduklarına ya da katılmadıklarına ulaşılmaktadır.

Kadın mağdurların çoğunlukla okul hayatının devam ederken siber zorbalığa maruz kalmaları, onların akademik anlamda etkilenmelerinin yanı sıra yaşam kalitesinin de olumsuz etkilenmesine sebep olmaktadır. Yaşanılan siber zorbalık sonrasında kadın mağdurların okul hayatına aileleri tarafından müdahale edilerek eğitim hayatının sonlandırılmasına dair bulgulara ulaşılması siber zorbalığın kurumsal düzeylerde de derin sonuçlar doğurduğunu göstermektedir. Bu anlamda çalışma, siber zorbalığın kadınların eğitim hayatı üzerinde ağır bir toplumsal sorun olduğunu ortaya koyarak literatüre önemli bir katkı sağlamaktadır. Ancak bu etkilerin toplumsal cinsiyet eşitsizlikleri ile ilişkisini daha görünür kılmak adına, nicel yöntemlere dayalı ve daha geniş örneklerle yürütülecek çalışmaların alana önemli ölçüde açıklık kazandıracağı düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

Akdemir, A. (2022). Kadınlara yönelik siber ortamda gerçekleştirilen şiddet fiilleri ve faillerinin tipolojisine yönelik fenomenolojik bir çalışma. *Dokuz Eylül Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 24(1), 387-422. <https://doi.org/10.33717/deuhfd.1089754>

Akduman, G. ve Hatipoğlu, Z. (2021). Kim bu Z kuşağı?. *International Journal of Entrepreneurship and Management Inquiries*, 5(9), 203-226.

Akkaş, İ. (2019). Cinsiyet ve toplumsal cinsiyet kavramları çerçevesinde ortaya çıkan toplumsal cinsiyet ayrımcılığı. *EKEV Akademi Dergisi (ICOAEF Özel Sayı)*, 97-118.

Arı Ünal, S. ve Küçük, S. (2022). Adölesanlarda sosyal medya kullanımı, siber zorbalık, yalnızlık ilişkisi ve hemşirelik. *Türkiye Sağlık Bilimleri ve Araştırmaları Dergisi*, 5(2), 34-44. <https://doi.org/10.51536/tusbad.988020>

Armiwulan, H. (2021). Gender based cyber violence: A challenge to gender equality in Indonesia. *International Journal of Cyber Criminology*, 15(2), 102-111.

Arslan, M. ve Polat, M. O. (2023). Tüm boyutlarıyla akran zorbalığı. *Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 5(1), 43-82.

Aydın, G. ve Erciyes, J. C. (2022). Patriyarkal düzende kadın cinselliği. *Ondokuz Mayıs Üniversitesi Kadın ve Aile Araştırmaları Dergisi*, 2(2), 313-336.

Aydoğmuş Ördem, Ö. (2020). Kadın bedeni ve biyo-iktidar/biyo-politika söylem düzeni. *Fe Dergi*, 12(2), 32-44. <https://doi.org/10.46655/federgi.842845>

Balcı, C. (2020). *Baby boomers, X, Y ve Z kuşaklarının toplumsal cinsiyet algısının sosyolojik olarak incelenmesi ve karşılaştırılması* [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. İstanbul Aydın Üniversitesi.

Bayhan, V. (2020). Z kuşağı lise gençlerinde sosyal medya bağımlılığı ile siber zorbalık ve siber mağduriyet deneyimleri. *İlahiyat Akademi*, sayı 12, 117-144.

Boyar, Ü. (2023). *Ergenlerde siber zorbalık, siber mağduriyet, depresyon ve başetme ilişkisi* [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. Aydın Adnan Menderes Üniversitesi.

Bölükbaş, K. ve Kırık, A. M. (2020). Siber zorbalık bağlamında Twitter fenomenleri. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 17(2), 944-966. <https://doi.org/10.33437/ksusbd.764804>

Cebecioğlu, G. ve Altıparmak, İ. B. (2017). Dijital şiddet: Sosyal paylaşım ağları üzerine bir araştırma. *Sakarya University Journal of Education*, 7(2), 423-431. <https://doi.org/10.19126/suje.305282>

Çarpar, M. C. (2020). Sosyolojide iki niteliksel desen: Fenomenolojik ve etnografik araştırma. *The Journal of Social Science*, 4(8), 689-704. <https://doi.org/10.30520/tjsosci.750923>

Çokoğullar Bozaslan, E. (2025). Geleneksel toplumlarda erkekler “Erkeklik”lerini nasıl korurlar: Var etme ve yeniden üretme süreçleri üzerine bir değerlendirme. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, sayı 85, 90-102. <https://doi.org/10.51290/dpusbe.1631110>

Dinç Kırılı, E. S. (2020). Sosyal medya ortamlarında siber zorbalık: Lise öğrencilerinin siber zorbalık deneyimlerinin incelenmesi. *Yeni Medya Elektronik Dergisi*, 4(1), 24-39.

Dökmen, Z. Y. (2009). *Toplumsal cinsiyet sosyal psikolojik açıklamalar*. Remzi Kitabevi.

Drouin, M., Ross, J. ve Tobin, E. (2015). Sexting: A new dijital vehicle for intimate partner aggression?. *Computers in Human Behaviour*, 50, 197-204. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.04.001>

Ekinci, O. ve Kayapalı Yıldırım, S. (2020). *Siber zorbalık*. Nobel Yayın.

Göger, Z. (2021). *Sosyal medyadaki siber zorbalık ve siber zorbalığa karşı tutumlar üzerine bir araştırma: İstanbul ili örneği* [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. İstanbul Gelişim Üniversitesi.

Gönültaş, M. (2022). Cyber bullying and victimization among university students. *International Journal of Psychology and Educational Studies*, 9(2), 297-307. <https://dx.doi.org/10.52380/ijpes.2022.9.2.441>

Kahraman Kılbaş, E. P. ve Cevahir, F. (2023). Bilimsel araştırmalarda örneklem seçimi ve güç analizi. *Journal of Biotechnology and Strategic Health Research*, 7(1), 1-8. <https://doi.org/10.34084/bshr.1217279>

Kantar, E. (2023). *Kadına yönelik dijital şiddet: Siber zorbalık* [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. Hitit Üniversitesi.

Karaca, M., Mutlu, T. ve Gencer, G. (2021). Siber mağduriyet: Kavramsal bir çalışma. *Anadolu Akademi Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(1), 177-191.

Karadağ, F. ve Banar, F. S. (2022). Üniversite öğrencilerinin siber zorbalık tutumu ile sosyal medya tutumu arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Yeni Medya*, 12, 326-339. <https://doi.org/10.55609/yenimedya.1110511>

Karataş, Z. (2015). Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri. *Manevi Temelli Sosyal Hizmet Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 62-80.

Kaygısız, E. G. (2020). Şiddetin e-hali: Siber zorbalık. *Türkiye İnsan Hakları ve Eşitlik Kurumu Akademik Dergisi*, 4(5), 161-174.

Kim, S. S., Craig, W. M., King, N., Bilz, L., Cosma, A., Molcho, M., Qirjako, G., Gaspar De Matos, M., Augustine, L., Smigelskas, K. and Pickett, W. (2022). Bullying, mental health, and the moderating role of supportive adults: A cross-national analysis of adolescents in 45 countries. *International Journal of Public Health*, 67, 1-10. <https://doi.org/10.3389/ijph.2022.1604264>

Kim, S., Kimber, M., Boyle, M. H. ve Georgiades, K. (2019). Sex differences in the association between cyberbullying victimization and mental health substance use and suicidal ideation in adolescents. *The Canadian Journal of Psychiatry*, 64(2), 126-135. <https://doi.org/10.1177/0706743718777397>

Lomba, N., Navarra, C. ve Fernandes, M. (2021/2025, 17 Kasım). *Combating gender-based violence: Cyber violence*. [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2021/662621/EPRS_STU\(2021\)662621_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2021/662621/EPRS_STU(2021)662621_EN.pdf).

Meydaneri, T. Y. (2021). *Kadına yönelik dijital şiddet ve sosyal medyanın kadına yönelik şiddet üzerindeki etkisi: Çorum ilinde bir alan araştırması* [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. Hitit Üniversitesi.

Nagata, J. M., Yang, J. H., Singh, G., Kiss, O., Ganson, K. T., Testa, A., Jackson, D. B. ve Baker, F. C. (2023). Cyberbullying and sleep disturbance among early adolescents in the U.S. *ACAD PEDIATR*, 23(6), 1220-1225.

Oksanen, A., Oksa, R., Savela, N., Kaakinen, M. ve Ellonen, N. (2020). Cyberbullying victimization at work: Social media identity bubble approach. *Computers in Human Behaviour*, 109, 1-11. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106363>

Orhun, O. ve Delibaş, K. (2021). Eleştirel erkeklik çalışmaları ve Raewyn Connell. *ETHOS: Felsefe ve Toplumsal Bilimlerde Diyaloglar*, 14(1), 14-30.

Özdemir, Ş. (2021). Sosyal medya çağında kuşakların medya kullanım alışkanlıklarının incelenmesi. *İstanbul Arel Üniversitesi İletişim Çalışmaları Dergisi*, 9(20), 281-308.

Özer Öksüzoğlu, T. (2021). Kadınlara yönelik siber zorbalık durumları ve önlem çalışmaları. *European Journal of Educational and Social Sciences*, 6(1), 67-75.

Özer, N. ve Şad, S. N. (2021). Lise öğrencilerinde siber zorbalık, siber mağduriyet ve okul tükenmişliği. *Milli Eğitim Dergisi*, 50(229), 393-417.

Özmestik, G. (2020). *Lise öğrencilerinde siber zorbalık ve siber mağduriyet ile aile tutumu arasındaki ilişki* [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. Üsküdar Üniversitesi.

Paltacı, B. M. (2024). Dijital Dünya'nın tehditleri: Siber zorbalık ve siber istismar. *Orta Doğu ve Orta Asya-Kafkaslar Araştırma ve Uygulama Merkezi Dergisi*, 4(1), 56-62. <https://doi.org/10.5281/zenodo.12578849>

Polit, D. F. ve Beck, C. T. (2010). Generalization in quantitative and qualitative research: myths and strategies, *International Journal of Nursing Studies*, 47(11), 1451-1458.

Şener, G. ve Abınık, N. (2021/2025, 3 Eylül). *Türkiye'de dijital şiddet araştırması*. https://turkiye.unfpa.org/sites/default/files/pub-pdf/digital_violence_report.pdf.

Şentürk Dızman, Z. (2023). Sosyal medyada kadınlara yönelik siber zorbalık. *Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi Dergisi*, 58(1), 55-71. <https://doi.org/10.15659/3.sektor-sosyal-ekonomi.23.01.2023>

Toprak, Y. ve Bozbayındır, F. (2022). İlköğretim öğretmenlerinin siber zorbalık algılarının incelenmesi: Siirt örneği. *Siirt Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 10(2), 72 85. <https://doi.org/10.53586/susbid.1199345>

Türesin, H. ve Alban, F. N. (2024). Z kuşağının teknoloji bağımlılığı türü sanal mağduriyet eğilimlerini etkiler mi? Manisa Celal Bayar Üniversitesi İİBF örne-

ği. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 29(2), 85-96.

Türk, B. ve Şenyuva, G. (2021). Şiddet sarmalı içinden siber zorbalık: Bir gözden geçirme. *IBAD Sosyal Bilimler Dergisi*, (10), 462-479. <https://doi.org/10.21733/ibad.901032>

Uslu, F. ve Demir, E. (2023). Nitel bir veri toplama tekniği: Derinlemesine görüşme. *Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi*, 40(1), 289-299. <https://doi.org/10.32600/huefd.1184085>

Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2016). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Seçkin Yayıncılık.

YAZIM KILAVUZU

Aşağıda belirtilen yayın ilkeleri ve yazım kurallarına uygun olarak hazırlanmış yazılar, çalışmalar dergipark üzerinden (<https://dergipark.org.tr/tr/pub/icd>) gönderilebilir. Ön inceleme ve hakem değerlendirmesi doğrultusunda geliştirilmek ve/veya düzeltilmek üzere yazarlarına geri gönderilen yazılar, gerekli düzeltmeler yapılarak en geç bir ay içinde tekrar dergiye ulaştırılır. Yapılan ön incelemede yazım kurallarına uyulmadığı tespit edilen makaleler düzeltilmesi için yazarına iade edilir ve yayım programına alınmaz.

Çevirisi yapılmış makalelerin değerlendirmeye alınabilmesi için özgün metinlerin ve makale sahibinden (asıl yazar veya hak sahibi yayınevi) izin yazılarının da gönderilmesi zorunludur.

Yayın İlkeleri

1. İstanbul Aydın Üniversitesi, İletişim Fakültesi İletişim Çalışmaları Dergisi, bilimsel niteliklere sahip çalışmaları yayımlayarak iletişim bilimlerinin bilgi birikimine katkıda bulunmak amacıyla yılda iki sayı basılı olarak yayımlanan ulusal hakemli bir dergidir.
2. İstanbul Aydın Üniversitesi, İletişim Fakültesi İletişim Çalışmaları Dergisi'ne gönderilecek yazılarda öncelikle alanına katkı sağlayan özgün nitelikte bir 'araştırma makale' veya daha önce yayımlanmış çalışmaları değerlendiren, bu konuda yeni ve dikkate değer görüşler ortaya koyan bir 'derleme makale' olması şartı aranır. Ayrıca, ilgili alanlarda yayımlanan bilimsel kitaplara ait makale formatındaki değerlendirme yazıları da derginin yayın kapsamı içindedir.
3. Bunun dışında deneyimli araştırmacıların; uluslararası bilimsel toplantılarda yabancı dilde sundukları bildirilerinin yurtiçinde daha geniş araştırmacı kitlesi tarafından erişilebilmesi amacıyla Türkçe olarak yayımlamayı da ilke edinmiştir.
4. İstanbul Aydın Üniversitesi, İletişim Fakültesi İletişim Çalışmaları Dergisi'nin ana amacı iletişim çalışmalarında çerçevesinde ortaya çıkan verileri, bilimin temel işlev ve gerçeklerini bozmadan, abartmadan, objektif bir biçimde kamuoyuna iletmeğdir.
5. İstanbul Aydın Üniversitesi, İletişim Fakültesi İletişim Çalışmaları Dergisi, düşünce, vicdan ve ifade özgürlüğünü sınırlayıcı; demokrasi ve insan haklarına aykırı, şiddet, kini ve düşmanlığı kışkırtıcı; dinî duyguları rencide edici yayın yapmaz.

6. İstanbul Aydın Üniversitesi, İletişim Fakültesi İletişim Çalışmaları Dergisi, araştırmalar sonucunda ortaya çıkan makalelerde kişi ve kuruluşları, eleştiri sınırlarının ötesinde küçük düşüren, aşağılayan lakap ve yakıştırmalar yayımlamaz.
7. İstanbul Aydın Üniversitesi, İletişim Fakültesi İletişim Çalışmaları Dergisi'nde yayımlanan yazılardaki görüşlerin ve çevirilerin bilimsel, etik ve yasal sorumlulukları yazarlarına aittir.
8. İstanbul Aydın Üniversitesi, İletişim Fakültesi İletişim Çalışmaları Dergisi'nde yayımlanan makaleler için yazara telif ücreti ödenmez.

Genel Kurallar

Dergide yayımlanan yazı ve makalelerde kullanılacak dil Türkçe ve İngilizcedir. Çalışmayı destekleyen bir kurum varsa, makale içerisinde belirtilmelidir. Gönderilen yazılar kaynakça ve ekler dâhil 12.000 kelimeyi aşmamalıdır. Makaleler APA referans sistemine (APA 6.0) göre düzenlenmelidir. Lütfen metin içinde verilen referansların kaynakçada olmasına özen gösteriniz. Dergimiz için editör kurulunca belirlenen intihal oranı üst sınırı yüzde 15'dir. İntihal tespit programındaki filtreleme seçenekleri şu şekilde ayarlanır: -Kaynakça hariç (Bibliography excluded) -Alıntılar hariç (Quotes excluded) -5 kelimedenden daha az örtüşme içeren metin kısımları hariç (Limit match size to 5 words) -Program menüsünde bulunan diğer filtreleme seçenekleri raporlamaya dâhil edilmez.

Yazım Kuralları

Sayfa Düzeni

Üst 3,5 cm, alt 2,5 cm, sol kenar 2,5 cm, sağ 2 cm boşluk bırakılacak şekilde tüm metin alanı 170 mm X 240 mm şeklinde olmalıdır.

Yazı Türü

Times New Roman yazı karakteri kullanılmalıdır. Türkçe "Öz" İngilizce "Abstract" bölümleri 11 punto, ana metin 11 punto, yararlanılan kaynaklar bölümü ise 1 punto olmalı; metin, Türkçe-İngilizce özet ve yararlanılan kaynaklar iki yöne yaslı olarak hizalanmalıdır. Metin tek satır aralığı kullanılarak yazılmalı, paragraflar arası 1 satır boşluk bırakılmalıdır.

Başlıklar

Makale ana başlık ve alt başlıklardan oluşacak şekilde düzenlenmelidir.

Ana Başlık

Times New Roman karakterinde, büyük harfler kullanılarak, kalın, 14 punto şeklinde Microsoft Word formatında olmalıdır. Yazar ismi, kısaltmaları, yazar

ORCID numarası ve e-posta adresleri başlıktan sonra iki satır boşluk bırakacak şekilde yazılmalı ve yazar ismi küçük, soyadı büyük olacak şekilde 11 punto yazı karakterinde yazılmalıdır.

Öz

300 kelimeyi geçmemeli ve “ÖZ” kalın, 11 punto olmalı, özet metni 11 punto olarak tüm metin Times New Roman yazı stilinde iki yana yaslı ve tek paragraf şeklinde Microsoft Word formatında yazılmalıdır. Anahtar kelimeler italik, kalın yazı tipinde ve 11 punto olmalıdır. Makaleye uygun en az üç en fazla beş anahtar kelimenin ilk harfleri büyük diğer harfleri küçük olacak şekilde yazılmalıdır. “ÖZ”de makalenin konusu, araştırma yöntemi ve sonucuyla ilgili kısa bilgiler verilmelidir.

Abstract

Abstract ana başlık türkçe anahtar kelimelerden sonra iki satır boşluk bırakılarak yazılmalıdır. Times New Roman karakterinde, büyük harfler kullanılarak, kalın, 11 punto, iki yana yaslı ve tek paragraf şeklinde Microsoft Word formatında olmalıdır. 600 kelimeyi geçmemeli ve “ABSTRACT” kalın, 11 punto olmalı; tüm metin Times New Roman yazı stilinde Microsoft Word formatında yazılmalıdır. Abstract’taki anahtar kelimeler (keywords) italik, kalın yazı tipinde ve 11 punto olmalıdır. Makaleye uygun en az üç en fazla beş anahtar kelimenin(keywords) ilk harfleri büyük diğer harfleri küçük olacak şekilde yazılmalıdır. “ABSTRACT”ta makalenin konusu, araştırma yöntemi ve sonucuyla ilgili kısa bilgiler verilmelidir.

Bölümler

Makalenin içeriğine göre oluşturulan bölüm alt başlıkları (GİRİŞ, KAVRAMSAL ÇERÇEVE, LİTERATÜR TARAMASI, ARAŞTIRMA METODOLOJİSİ, BULGULAR, SONUÇ, ...gibi) hepsi büyük harf olacak biçimde, 11 punto ve kalın (bold) olmalıdır ve numaralandırma kullanılmadan yazılmalıdır.

Ana Metin

Alt başlıklar 11 punto, kalın ve büyük harf kullanılarak yazılmalı ve metin kısmı 11 punto, Times New roman yazı stilinde Microsoft Word formatında olmalıdır. Makaleler tek sütun, iki yana yaslı olacak şekilde ve paragraf aralarında tek aralık olacak şekilde yazılmalıdır. İlk bölümün alt başlığı anahtar kelimelerden sonra bir satır boşluk bırakarak başlamalı ve bunu takip eden metin paragraflarında boşluk olmamalıdır. Makale Uzunluğu şekiller ve figürler ile birlikte 20 sayfayı geçmemelidir.

Tablo, Şekil, Grafik ve Resimler

Metinde kullanılan tablo, şekil, grafik ve resimler yazar(lar) tarafından özgün olarak oluşturulmamış ise “kaynak” gösterilerek metin içinde kullanılabilir.

Tablo, şekil, grafik ve resimler metin kısmına uyacak şekilde yerleştirilmeli ve başlıkları 11 punto ve ortalanarak yazılmalıdır. Metin içinde kullanılan tablo ve grafikler Tablo 1., Tablo 2./ Grafik 1., Grafik 2. ... vb gibi sıralanmalıdır. Tablo numaraları ve başlıklar tablodan önce olacak şekilde yazılmalıdır. Şekil, grafik ve resimlerin numaraları ve başlıkları kendinden(şekil, grafik ve resim) sonra altta olacak şekilde Şekil 1., Şekil 2./ Resim 1., Resim 2. ... vb gibi sıralanarak yazılmalıdır. Tablo, şekil, grafik ve resim başlıklarında kullanılan kelimelerin ilk harfleri büyük diğerleri küçük olacak şekilde oluşturulmalıdır.

Sonuç

Başlık kalın, 11 punto, büyük harflerle ve metin kısmı da 11 punto Times New Roman yazı stilinde Microsoft Word formatında yazılmalıdır.

Makale İçi Referans Gösterimi

Makale içinde referans gösterimi APA (en son sürüm) kurallarına uygun olacak şekilde düzenlenmelidir.

APA referans kuralları için bakınız: <https://www.citefast.com/styleguide.php?style=APA&sec=form>

Tek yazarlı kaynaklara referans: (Atılğan, 2015: 28) , (Atılğan, 2015: 28-32)

İki yazarlı kaynaklara referans: (Atılğan & Demir, 2015: 28), (Atılğan & Demir, 2015: 28-32)

Beş yazarlı kaynaklara ilk kez referans yapıldığında: (Atılğan, Demir, Çelik, Savaş & Yıldırım, 2015: 28)

Beş yazarlı kaynaklara ikinci kez veya daha fazla kez referans yapıldığında: (Atılğan vd., 2015: 28)

Beşten fazla yazarlı kaynaklara ilk kez referans yapıldığında: (Atılğan, Demir, Çelik, Savaş, Yıldırım....Işık, 2015: 28)

Beşten fazla yazarlı kaynaklara ikinci kez veya daha fazla kez referans yapıldığında: (Atılğan vd., 2015: 28)

İnternette referans yapıldığında: (Mills, 2012)

Kaynakça

Makalede yararlanılan kaynaklar APA (en son sürüm) kurallarına uygun olacak şekilde düzenlenmelidir.

APA kaynak gösterimi için bakınız: <https://www.citefast.com/styleguide.php?style=APA&sec=form>

Kaynakça başlığı 11 punto, kalın; kaynaklar ise aşağıda gösterilen biçimde alfabetik, numarasız yazılmalıdır. Ayrıca eser ismi(referans alınan kaynak) italik olmalıdır.

Tek yazarlı kitap

Tuncer, D. (1992). Dağıtım Kanalları Sistemi. Ankara: Gazi Yayınları.

İki yazarlı kitap

Turgut, M. F. & Y. Baykul. (1992). Ölçekleme Teknikleri. Ankara: ÖSYM Yayınları.

Editörlü kitap

Theberge, J. (Ed.). (1968). Economics of Trade and Development. New York: John Wiley.

Çeviri kitap

Morgan, L.H. (2015). Eski Toplum. (Oskay, Ü. Çev.), İstanbul: İnkılap Yayınevi.

Kitap bölümü

Ünlüer, A.O. (1988). Boş Zamanı Değerlendirme Açısından Kitle İletişim Araçlarının Ülkemizde Durumu. Demiray, U. (Ed.). Kitle İletişim Araçları ve Boş Zaman (ss.71-113). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Eğitim Teknolojisi ve Yaygın Eğitim Vakfı.

Basılı dergi

Engin, B. H. (2016). Markalaşma Kavramı Çerçevesinde Marka Ederi. Öneri Dergisi. 12 (46): 277-294.

Elektronik dergi

Yengin, D. & Algül, A. (2018). Küreselleşme Bağlamında Sanal Gerçeklik Kullanımı. Turkish Online Journal of Design, Art and Communication-TOJDAC. 10 (2): 155-126. doi: 10.7456/10902100.

Basılı Gazete

Kumcu. E. (2006, 11 Aralık). Büyüme yavaşlama sinyali veriyor. Hürriyet Gazetesi. s.9.

Elektronik Gazete

Mills, S. (2012, 16 Ekim). How Twitter is winning the 2012 US election. The Guardian. <https://www.theguardian.com/commentisfree/2012/oct/16/twitter->

winning-2012-us-election (Erişim tarihi: 10 Temmuz 2018).

Tez

Algöl, N. (2006). Sanat Tarihinde Mahmut Akok. Marmara Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Enstitüsü Türk Sanatı Anabilim Dalı Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul.

Web sayfası

Yavuz, E. (2018, 7 Kasım). Zaman ve İnsan Üzerine. <https://dusunbil.com/zaman-ve-insan-uzerine>. adresinden alındı. (Erişim tarihi: 10 Temmuz 2018).

Rapor

Taymaz, E. (2018). Dijital Teknolojiler ve Ekonomik Büyüme Raporu. (TÜSİAD-T/2018,10-600).

Elektronik Kaynaklar

Elektronik kaynaklar metin içerisinde kullanım sırasına bağlı olarak cümle sonunda (URL-1) veya (URL-2) şeklinde belirtilmelidir. Kaynakça kısmında en sona Elektronik Kaynaklar şeklinde başlık açılarak aşağıdaki şekilde detaylı olarak kaynak yazılmalıdır.

URL-1 <https://lorem.com/afasdf/21341234> (Erişim Tarihi: 09.09.2020)

URL-2 <https://lorem.com/afasdf/21341234> (Erişim Tarihi: 09.09.2020)

İletişim Bilgileri:

İLETİŞİM ÇALIŞMALARI DERGİŐİ

Yayın Koordinatörlüėü

İstanbul Aydın Üniversitesi, İletişim Fakóltesi

Beşyol Mahallesi, İnönü Caddesi, Nu: 38

Sefaköy, Küçükçekmece/İstanbul

Tel: (212) 444 1 428 /

Web: <http://icd.aydin.edu.tr>

E-posta: icd@aydin.edu.tr

WRITING RULES

Articles prepared in accordance with the following publishing principles and spelling rules, studies can be sent via dergipark (<https://dergipark.org.tr/tr/pub/icd>). Articles sent back to their authors for improvement and / or correction in line with pre-review and referee evaluation, The necessary corrections are made and returned to the journal within a month at the latest. In the preliminary examination, articles that are found to be not complied with the spelling rules are returned to the author for correction and are not included in the publication program.

Providing the permissions of the authors (the main author or the rightful publishing house) is obligatory for the translated texts and articles as well.

Publishing Principles

1. The Journal of Communication Studies is a national, peer-reviewed journal which is printed twice a year by İstanbul Aydın University, Communication Faculty, for the purpose of contributing in the accumulation of knowledge in the field of communications sciences through publishing scientific articles.
2. It is of first priority for the manuscripts to be an original ‘research article’ contributing to its field or a ‘collection article’ evaluating previous works in its field and expressing new and noteworthy views in this respect. In addition, evaluation articles from scientific books that are published in the related fields and book reviews are also within the scope of the journal’s publication.
3. On the other hand, the journal has adopted the principle of publishing Turkish translations of papers that are presented in different languages in international scientific gatherings in order to provide more accessibility to local researchers.
4. The main aim of the journal is to release the data obtained within the scope of communications sciences to the public objectively and as is, without contradicting the fundamental facts of science.
5. The journal does not publish materials limiting the freedom of thought, conscience and expression, contradicting human rights, provoking violence, hatred and hostility and offending religious values.
6. The journal does not publish articles which use a humiliating and/or degrading language, epithets and/or ascriptions beyond the limits of criticism regarding the person(s) or institution(s) in result of the scientific work
7. The scientific, ethic and legal responsibilities of the views and translations in the manuscripts which are published in the journal belong to their respective authors.

8. No royalty fee is paid to the authors of the articles that are published in the journal.

General Rules

The languages to be used in the articles and articles published in the journal are Turkish and English. If there is an institution supporting the study, it should be specified in the article. Submitted articles should not exceed 12,000 words including bibliography and appendices. Articles should be organized according to the APA reference system (APA 6.0). Please make sure that the references given in the text are in the bibliography. The maximum plagiarism rate determined by the editorial board for our journal is 15 percent. The filtering options in the plagiarism detection program are set as follows: -Excluding the reference (Bibliography excluded) -Excluding quotes (Quotes excluded) -Except for the text parts containing less than 5 words (Limit match size to 5 words) -Other filtering options in the program menu are included in the reporting is not.

Writing Rules

Page Layout

Margins: up 3,5; down 2,5; left 2,5; right 2 cm with 170 mm X 240 mm over all text space.

Type of Font

Times New Roman style should be used. Turkish Abstract English Abstract should be in 11 pt, main text should be 10 pt. Text, Turkish-English abstract and the sources used should be justify. Text should be written using single line spacing, 1 line spacing between paragraphs should be left.

Headlines

The manuscript should be composed of main headings and sub-headings.

Main Title

Times New Roman character, using capital letters, bold and must be in Microsoft Word format in 14-pt format. Author name, abbreviations, author ORCID number and e-mail addresses should be written with two lines of space after the title and the name of the author should be written in 11 pt font size.

Abstract

The text should be written in 11-pt font in Times New Roman font style and in a single paragraph in Microsoft Word format. Must not exceed 300 words and should be bold, 11 pt. Keywords should be in italic, bold type and 11 pt. At least three, maximum five key words should be written with the first letter and the

other letters with small letters. In abstract (ÖZ), subject of the article, research method and result should be given.

Abstract Title

Abstract title should be written with two lines of space after Turkish keywords. Times New Roman should be in bold, 11 pt, justified, and in single word Microsoft Word format using capital letters. Should not exceed 600 words and abstract should be bold, 11 pt. and all text should be written in Microsoft Word format in Times New Roman style. Keywords in abstract should be in italic, bold type and 11 pt. At least three, maximum five key words should be written with the first letter and the other letters with small letters. In abstract, subject of the article, research method and result should be given.

Sections

Section subtitles created according to the content of the article (such as INTRODUCTION, CONCEPTUAL FRAMEWORK, LITERATURE REVIEW, RESEARCH METHODOLOGY, FINDINGS, CONCLUSION,...) should be written in 11 pt, bold, all in capital letters and without numbering.

Main Text

Subtitles should be written in 11 pt, bold and capital letters and the text should be in 11 pt., Times New Roman style in Microsoft Word format. Articles should be written in a single column, justified, and in a single space between paragraphs. The subtitle of the first section should start with a line space after the keywords and there should be no spaces in the following paragraphs. Article length must not exceed 20 pages with shapes and figures

Tables, Figures, Graphics and Pictures

If the tables, figures, graphics and pictures used in the text are not originally created by the author (s), they can be used in the text by showing “source”. Tables, figures, graphics and pictures should be placed to fit the text and the headings should be written in 11 font size and centered. Tables and graphs used in the text should be listed as Table 1., Table 2. / Chart 1., Chart 2. etc. and so on. Table numbers and titles should be written before the table. Figures, graphics and pictures of the numbers and the headers (figure, graphic and picture) then the bottom of the Figure 1., Figure 2. / Picture 1., Picture 2. etc. should be written as ordered. The first letters of the words used in the tables, figures, graphics and image titles should be initials large and the others are small.

Conclusion

The title should be written in bold, 11 pt, capital letters and text in 11 pt. Times New Roman style in Microsoft Word format.

In-Article Reference Display

Reference within the article should be arranged in accordance with the APA rules.

APA referans kuralları için bakınız: <https://www.citefast.com/styleguide.php?style=APA&sec=form>

Reference to single authored sources: (Atılğan, 2015: 28) , (Atılğan, 2015: 28-32)

Reference to sources with two authors: (Atılğan & Demir, 2015: 28), (Atılğan & Demir, 2015: 28-32)

When reference is made to sources with five authors for the first time: (Atılğan, Demir, Çelik, Savaş & Yıldırım, 2015: 28)

When reference is made to sources with five authors for a second time or more: (Atılğan vd., 2015: 28)

When references to resources with more than five authors are made for the first time: (Atılğan, Demir, Çelik, Savaş, Yıldırım...Işık, 2015: 28)

Reference to sources with more than five authors for the second time or more times: (Atılğan vd., 2015: 28)

When reference is made from the Internet: (Mills, 2012)

Bibliography

The sources used in the article should be arranged in accordance with APA (latest version) rules.

For APA citation, see: <https://www.citefast.com/styleguide.php?style=APA&sec=form>

Bibliography title 11 point, bold; References should be written alphabetically, without numbers, as shown below. In addition, the title of the work (referenced source) should be italic.

Single Author Book

Tuncer, D. (1992). *Dağıtım Kanalları Sistemi*. Ankara: Gazi Publishing.

Two Authors Book

Turgut, M. F. & Y. Baykul. (1992). *Ölçekleme Teknikleri*. Ankara: ÖSYM Publishing.

Edited Book

Theberge, J. (Ed.). (1968). Economics of Trade and Development. New York: John Wiley.

Translation Book

Morgan, L.H. (2015). Eski Toplum. (Oskay, Ü. Trans.), İstanbul: İnkılap Publishing.

Book Chapter

Ünlüer, A.O. (1988). Boş Zamanı Değerlendirme Açısından Kitle İletişim Araçlarının Ülkemizde Durumu. Demiray, U. (Ed.). Kitle İletişim Araçları ve Boş Zaman (ss.71-113). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Eğitim Teknolojisi ve Yaygın Eğitim Vakfı.

Published Magazine

Engin, B. H. (2016). Markalaşma Kavramı Çerçevesinde Marka Ederi. Öneri Dergisi. 12 (46): 277-294.

Electronic Magazine

Yengin, D. & Algül, A. (2018). Küreselleşme Bağlamında Sanal Gerçeklik Kullanımı. Turkish Online Journal of Design, Art and Communication-TOJDAC. 10 (2): 155-126. doi: 10.7456/10902100.

Published Journal

Kumcu, E. (2006, 11 Aralık). Büyüme yavaşlama sinyali veriyor. Hürriyet Gazetesi. s.9.

Electronic Journal

Mills, S. (2012, 16 Ekim). How Twitter is winning the 2012 US election. The Guardian. <https://www.theguardian.com/commentisfree/2012/oct/16/twitter-winning-2012-us-election> (Erişim tarihi: 10 Temmuz 2018).

Dissertation

Deniz, N. (2006). Mahmut Akok in Art History. Marmara University, Institute of Social Science, Unpublished Doctoral Thesis. İstanbul.

Web Page

Yavuz, . (2018, 7 November). Zaman ve İnsan Üzerine. Retrieved from <https://dusunbil.com/zaman-ve-insan-uzerine>. (Access date: 10 July 2018).

Report

Taymaz, E. (2018). Dijital Teknolojiler ve Ekonomik Büyüme Raporu. (TÜSİAD-T/2018,10-600).

Electronic Sources

Electronic resources must be remarked as (URL-1) or (URL-2) at the end of sentence depending on the order of use in the text. Electronic Resources title must be opened at the end of the bibliography section, and resource must be written in detailed as below.

URL-1 <https://lorem.com/afasdf/21341234> (Access date: 09.09.2020)

URL-2 <https://lorem.com/afasdf/21341234> (Access date: 09.09.2020)

Contact information:

The Journal of Communication Studies

Editorial Coordination

İstanbul Aydın University, Communication Faculty
Beşyol Mahallesi, İnönü Caddesi, Nu: 38
Sefaköy, Küçükçekmece/İstanbul

Tel: (212) 444 1 428 /

Web: <http://icd.aydin.edu.tr>

E-mail: icd@aydin.edu.tr

