

CAPPADOCIA 2019
USBİK

(USBİK 2019 NEVŞEHİR)

II. ULUSLARARASI SOSYAL BİLİMLER KONGRESİ
II. INTERNATIONAL SOCIAL SCIENCES CONGRESS



TAM METİN KİTABI
FULL TEXTS BOOK

ISBN 978-605-68298-3-3

NEVŞEHİR-TÜRKİYE

2019

Yayına Hazırlayanlar

Dr.Ayhan KUŞÇULU- Elshan GURBANOV

Kongre Tarihleri – Congress Dates

31 Ocak /January - 1,2 Şubat / February 2019

Kongre Yeri – Congress Venue

Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi
Fen-Edebiyat Fakültesi

ISBN 978-605-68298-3-3

Erişime Açıldığı Tarih

12.07.2019

(Bu kitap Elektronik Kitap (Çevrimiçi /Web Tabanlı) olarak yayımlanmıştır)

UYARI:

Tam metinlerin içerikleriyle ilgili bütün sorumluluk yazara/ yazarlara aittir. Tam metinlerde yer alan görüş ve düşünceler USBİK 2019 Kongre Bilim Kurulunun, Düzenleme Kurulunun, Danışma Kurulunun veya bu kitabı yayına hazırlayanların düşüncelerini yansıtmaz. Kitabın Yayın Hakları USBİK 2019 Kongre Düzenleme Kuruluna aittir. İzin alınmadan kısmen ya da tamamen alıntı yapılamaz, hiçbir şekilde kopyalanamaz, çoğaltılamaz ve yayımlanamaz

KATILIMCI HİPERMETİNSEL SÖZLÜKLERİN HABER MEDYASI İÇERİĞİNDEKİ İZDÜŞÜMÜ: EKŞİ SÖZLÜK ÖRNEĞİ

Sezer Ahmet KINA²¹⁶

ÖZET

Web 2.0 ile birlikte ortaya çıkan yeni medya ortamlarında oluşturulan kullanıcı türevli içerik, haber istihbaratı niteliği taşımaya, yorum kaynağı olmaya ve habere konu edilen şeyin toplumsal ölçekteki karşılığına dönük fikir edinilebilecek bir yankı evreni işlevi görmeye başlamıştır. Katılımcı hipermetinsel sözlüklerde üretilen içerikler, diğer yeni medya ortamlarındakinden farklı olarak tematik sınıflandırma ve başlıklar altında toplanmaktadır. Toplumsal, siyasal, ekonomik, kültürel ve gündelik herhangi bir gelişme hakkında içerik oluşturulan sözlüklerin; haber medyası çalışanları için takip etmesi ve içerik taraması kolay bir yapısı ve işleyişi bulunmaktadır. Bu durum, sözlüklerdeki içeriği, haber medyasında üretilen içerik ile ilişkisi bağlamında odağa almayı ve bunun dolayımında gazeteciliğin dönüşümüne dair yapılacak bir tartışmayı önemli kılmaktadır. Bu çalışmada, *Ekşi Sözlük*'te üretilen içeriğin, haber medyası metinlerinin içeriğine nasıl etki ettiği yönündeki temel soruya yanıt aranmıştır. Çalışma evreninin temsil oranı yüksek olması amacıyla Türkiye'deki en yüksek ziyaretçi trafiğine sahip internet haber portalı olan sabah.com.tr, anaakim.com.tr haber medyasının önemli temsilcilerinden hurriyet.com.tr, muhafazakar bir izlerkitleye hitap eden yenisafak.com ve milliyetçi-Atatürkçü bir yayın çizgisine sahip olan sozcu.com.tr örneklem olarak seçilmiştir. Son üç yıl içerisinde yayımlanan ve içinde *Ekşi Sözlük* lafzı geçen medya metinlerine tür, konu ve *Sözlük* içeriği ile ilişki bağlamında içerik çözümlemesi yapılmıştır. Ulaşılan bulgulardan hareketle, *Sözlük*'teki içeriğin, çözümleme birimi medya metinleri bağlamında hem istihbarat toplamaya hem de eldeki verilere yönelik tarama yapmaya imkan veren yapısının haber medyası çalışanları için önemli bir destekleyici unsur olduğu görülmüştür. Sonuç olarak, yeni medya ortamlarında üretilen içeriğin haber medyasında kullanılmasının olası nedenleri ve sonuçları ile sahaya gitmeden masabaşında gerçekleşen bu gazetecilik formunun tarihsel arkaplanı ve yapısal zorunlulukları açıklanmıştır.

Anahtar Kelimeler: yeni medya ortamları, katılımcı sözlükler, haber istihbaratı, internet haber portalları, gazeteciliğin dönüşümü

²¹⁶ Araştırma Görevlisi, Mardin Artuklu Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Sinema ve Televizyon Bölümü, kinasa@artuklu.edu.com.tr

THE PROJECTION OF COLLABORATIVE HYPERTEXT DICTIONARIES ON THE CONTENTS OF NEWS MEDIA: THE INSTANCE OF EKŞİ SÖZLÜK

Abstract

The user-generated content which created in the new media environments that emerged with Web 2.0 has become a source of news intelligence, a source of interpretation, and an echo universe from which opinions can be formed towards the social response of what is reported. Unlike in other new media environments, the contents produced in the collaborative hypertext dictionaries are grouped under the thematic classification and titles. The content about social, political, economic, cultural and daily facts that are created in the dictionaries, have easy structure and operation for following and scanning content for employees of the news media. This situation makes it important that focusing the content of the dictionaries in the context of its relationship with the content produced in the news media, and hereby a discussion on the transformation of journalism. In this study, the answer to the basic question about how does the content produced in *Ekşi Sözlük* affect the content of the news media texts is sought. For the sake of high representation rate of research universe, as of internet news portals such as *sabah.com.tr* which has the highest visitor traffic in Turkey, *hurriyet.com.tr* as being important representative of mainstream news media, *yenisafak.com* addressing to conservative audience, *sozcu.com.tr* having a nationalist-Kemalist publishing line have been selected as the sample. The content analysis has been done to the media texts which has been published in the last three years and which have the word of *Ekşi Sözlük* in the context of the relationship with the content of genre, subject and the content of *Sözlük*. With reference to findings, the structure of the content of *Sözlük* which enables both gathering intelligence and screening on available data has been seen an important supportive factor for employees of the news media in the context of media texts which are analysis units. Consequently, the possible reasons and the results of usage of the content which is produced in the new media environments in the news media and the historical background and structural imperatives of this form of journalism scope of which is not field has been explained.

Keywords: *newmediaenvironments, collaborative dictionaries, intelligence of news, internet news portals, the transformation of journalism*

1. GİRİŞ

Medya; izlerkitlenin politik, ekonomik, ideolojik, gündelik, kültürel, sosyal, tarihî ve sair konuda gerçekleşen bir olay veya olgu hakkında bilgi (*knowledge*) ya da mâlumat (*information*) sahibi olması amacıyla faaliyet gösteren ve çeşitli iletişim araçlarını (*medium*) kullanarak üretim yapan aktörlerin içinde yer aldığı toplumsal kurumun genel adıdır. Yeni bin yılın başı itibarıyla internet teknolojisinde Web 2.0 adıyla anılan ve O'Reilly'nin manifestosuyla (30 Eylül 2005) yaygınlaşıp popülerleşen (Lister, Dovey, Giddings, Grant ve Kelly, 2009: 204-206) yeni bir çevrimin ortaya çıkması, medyada içerik üretimine farklı eksenler kazandırmış ve böylece haber üretim faaliyetlerinin yeni medya ortamlarından bağımsız olmadığı bir form ortaya çıkmıştır. Analitik bir nesne olan internetin Web 2.0 çevrimiyle birlikte ortaya çıkan yeni iletişim araçlarının; yeni medyanın dijital kodlama sisteminde temellenme, büyük bir kapasitede ve yüksek seyreden bir hızla gerçekleşen iletişimi mümkün kılma, aktörler arasında eş zamanlılığı, karşılıklılığı ve çok katmanlılığı temin etme ve çoklu medya biçimselliği gibi sağladığı teknik imkânlar sayesinde kullanılması (van Dijk'tan aktaran Binark, 2007: 5) haber medyasının dijital içeriğe olan ilgisini artırmıştır. Bu çalışmada da habercilik alanının dışında kalan ancak kamunun, bilgilenme amacıyla (da) kullandığı bir yeni medya ortamı olan katılımcı hipermetinsel sözlüklerden (*collaborativehypertextdictionaries*) *Ekşi Sözlük*'te üretilen içeriğin; haber medyasındaki içerik üretiminde nasıl izdüşüm bulduğu, ne amaçla kullanıldığı resmedilmek istenmiş ve oluşan tablodan hareketle habercilik faaliyetinin dönüşümünün serimlenmesi hedeflenmiştir. Bu bağlamda haber medyasının ilgisini yönelttiği dijital içeriğin taşıdığı anlamlar, beraberinde getirdiği yenilikler ve tüm bu gelişmelerin yaşandığı alan olarak yeni medya ortamlarının öneminin altı çizilmiştir.

Kitle iletişimi ve kişilerarası iletişim arasındaki geleneksel ikiliğin ortadan kalktığı yeni medya ortamlarında kullanıcılar; geleneksel kitle medyasının (okuyucu mektupları gibi) sunduğunun ötesinde imkânlar elde ederek kendileri içerik oluşturmaya ve oluşturduğu içeriği dolaşıma sokmaya başlamıştır (Lüders, 2008: 683). Alanyazında "kullanıcı türevli" öneyle yer bulan söz konusu içeriğin (*user generated content*) katılımcı internet teması etrafında yapılan tanımlamasında i. belirli bir ölçüye kadar kişisel ölçekte bir katkıyla karakterize olduğu, ii. kamusal erişilebilirliğe sahip olabilmesi için yayımlanması gerektiği ve iii. birtakım meslekî ve profesyonel rutin alanların dışında oluşturulduğu şeklinde üç niteliği sunulmaktadır (OECD'den aktaran Naab ve Sehl, 2017: 1258). Kullanıcı türevli içerikle birlikte 'yayında olmak', 'haber bildirmek', 'gelişme aktarmak'; artık yalnızca bir medya çalışanı tarafından dile getirilen ve/ya gerçekleştirilen edimler olmaktan çıkmış; bu hat üzerinde oluşan yurttaş haberciliği (*citizen journalism*) formu gibi örneklerle içerik üretilen medyanın sınırları genişlemiş, hatta muğlaklaşmıştır.

Kullanıcı türevli içeriğin kendini görünür kıldığı alanlardan biri olan ve Web 2.0 ile birlikte yaygınlık kazanan yeni medya ortamları; aynı zamanda icra edilen habercilik faaliyetlerinin,

dolayısıyla medya ve iletişim alanyazınına katkı sağlamak amacıyla yürütülen akademik çalışmaların, birer sahası ve kaynağı olmaya başlamıştır. Böylece geleneksel ve kurumsal medya grupları bünyesinde faaliyet gösteren gazetecilerin üretecekleri içeriğe dair bu ortamlarda da iz sürmesi için bir itki oluşmuştur. Bu gelişme, haberciliğin 'masabaşı' formunun artışının da önünü açmıştır. Zira haber medyasında içerik üretiminin bilgilenme, araştırma, haber kaynağı bulma ve haber toplama gibi aşamalarının önemi doğrultusunda medya çalışanlarının sosyal ilişkileri önemli bir işlev görmektedir ve geleneksel medyadan dijital medyaya geçiş süreci, söz konusu ilişkilerin de kullanıcı türevli içeriğin görünür olduğu sosyal paylaşım ağları ve anlık haberleşme uygulamaları gibi siber ortamlara uzanacak şekilde yelpazesini genişletmiştir.

Anılan siber ortamlardan biri de bu çalışmanın araştırma nesnesi olarak belirlenen ve haber medyasında üretilen içerik üzerinde bir payı olduğu savunulan katılımcı hipermetinsel sözlüklerdir. Bu sözlüklerin, kullanıcıların birbiriyle yukarıda anıldığı gibi doğrudan sosyal ilişki geliştirmesine imkân vermeyen, bir 'anonimlik' özelliği söz konusu olsa da; sözlüklerdeki teknik altyapı her tür fikir, bilgi, yorum ya da mâlumatın dolaşımına olanak tanımaktadır. Bu durum da katılımcı hipermetinsel sözlükleri hem medyada faaliyet gösteren kurumsal aktörlerin ve/ya medya çalışanlarının varlık gösterdiği hem de geniş toplumsal kesimlerin kullanıcı olduğu bir kamusal mekân niteliğine kavuşturmuştur. Böylelikle habercilik faaliyeti yürüten aktörler için söz konusu sözlükler; üretilecek medya içeriğinin bilgisini ya da mâlumatını içeren, oluşturulacak içeriğe dair edinilen bir istihbarata dönük araştırma yapılabilen, dolayısıyla haber kaynağı işlevi taşıyan ve haber toplanabilen bir yapıya ve içeriğe sahip olmaktadır. Buradan hareketle sözlükler, medya ve iletişim çalışmalarına dönük alanyazına katkı sağlama amacı doğrultusunda odağa alınabilecek bir araştırma nesnesi olarak değerlendirilebilir bir yön de taşımaktadır.

Türkiye'de faaliyet gösteren ilk katılımcı hipermetinsel sözlük olan ve bünyesinde Türkçe içerik üretilen diğer sözlüklerle karşılaştırıldığında yüksek oranda seyreden bir ziyaretçi trafiği bulunan (Alexa, 31 Mart 2018b) *EkşiSözlük*'ün odağa alındığı bu çalışmada, *Sözlük*'te üretilen içeriğin; araştırmanın örneklemleri olarak belirlenen dört yaygın ölçekli gazetenin internet haber portalında dolaşıma sokulan içeriklerinde nasıl yer bulduğu üzerinden bir tartışma örülmüştür. Haber üretiminin gerçekliğin yeniden inşaa edildiği bir düzlemde işleme önkabulünü de göz önünde tutarak bu çalışmada haber medyası içeriğinin, yeni medya ortamlarından biri olan katılımcı hipermetinsel sözlüklerde üretilen içerikle etkileşimi ve dönüşümü irdelenmiştir.

2. ALANYAZIN TARAMASI

Yirmi yıla yaklaşan bir süredir yayında ve kullanımda olan *Ekşi Sözlük* ve diğer katılımcı hipermetinsel sözlükler üzerine yapılan ve çevrimiçi ortamlarda taranan yahut bilgisi

paylaşımına açık olan akademik çalışmalara bakıldığında medyadaki içerik üretimi ile sözlüklerde üretilen içerik arasındaki ilişkinin odağa alınmayan bir konu olduğu görülmektedir. Bugüne kadar Türkiye'de *Ekşi Sözlük*'e ve diğer katılımcı hipermetinsel sözlüklere dair, sözlükleri konu alan ya da sözlüklerin saha olarak kullanıldığı ikisi doktora, on üçü yüksek lisans tezi olmak üzere toplam on beş lisansüstü tez çalışması hazırlanmış ve bunlar haricinde de çok sayıda akademik çalışma yürütülmüştür.

Hazırlanan tezlerin genelinde araştırma tekniği olarak söylem veya içerik çözümlemesi tercih edilmiş, (Beydeş, 2018; Yaşa, 2017; Yücel, 2017; Korkmaz, 2017; Dağhoğlu, 2015 ;Yalçın, 2015; Yıldırım, 2015; Korkmaz, 2014; Turan, 2013; Kır, 2008; Erol, 2003) bunun yanı sıra antropolojik ve etnolojik izleklere sahip betimleyici çalışmalar da yapılmış (Türk, 2017; Cebeci, 2014; Algül, 2011) ve ek olarak bir tane de alımlama çalışması (Ecevit, 2017) yapılmıştır. Toplumsal cinsiyet ve iktidar (Erol, 2003), internetin kimlikler ve kültürlerle etkileşimi (Kır, 2008), çevrimiçi ve yeni iletişim örüntüleri (Algül, 2011), yeni medyada üre-tüketim ve katılım olgusu (Turan, 2013), pazar odaklı çevrimiçi gruplar (Cebeci, 2014), kamusal politikaların oluşturulmasında sosyal paylaşım ağlarının etkisi (Korkmaz, 2014), simgesel şiddetin yeni medya ortamlarındaki görünümü (Yalçın, 2015), yeni medya ortamlarında yurttaşların savaş ve korku söylemini yeniden üretmesi (Beydeş, 2018), mültecilere dönük söylemler (Yıldırım, 2015), nefret söylemi (Yaşa, 2017), kavramların Türkçeleşmesi (Dağhoğlu, 2015), dijital kültür ve yapısal bazda değişime uğrayan iletiler (Yücel, 2017), kutsallığın inşâsı (Korkmaz, 2017), televizyon dizileri ve izlerkitle sadâkati (Ecevit, 2017) ve politik kutuplaşmanın sanal cemaatlerdeki izdüşümü (Türk, 2017) gibi temalar *EkşiSözlük*'ün de yer aldığı araştırma sahaları üzerinden yürütülen çalışmalarla irdelenmiştir. Yapılan çalışmalara dair oluşan bu genel çerçeve, *Sözlük* içeriğinin oluşturduğu geniş spektruma yönelik de bilgilendirici bir yön taşımaktadır.

EkşiSözlük'e dair yürütülen akademik çalışmalarda sunulan bulgular, Sözlük'teki girdi metinlerin (*entry*) haber medyası için üretilen içeriğin beslenebileceği yönler taşıdığını da serimlemektedir. Akyazı (2014), Türkçe içerik üreten katılımcı hipermetinsel sözlüklerdeki nefret söylemine yönelik yaptığı ve *Ekşi Sözlük* ile beraber *Uludağ Sözlük*, *İTÜ Sözlük*, *Cogito Sözlük* ve *GS Sözlük*'ü saha olarak belirlediği çalışmasında; anılan sözlüklerin -varlıklarının devamı adına oluşturulan içeriğinin- alanda otorite sahibi aktörler tarafından geliştirilecek bir filtreleme sistemiyle denetlenmesinin gerekliliğini savunmaktadır (192). Bu savunu, sözlüklerdeki içeriğin dezenformatif yönler taşıyan niteliğine dikkati çektiği kadar; kullanıcıların her tür olay ve olgu hakkında herhangi bir filtreleme sisteminden geçmeden girdi metin oluşturabildiğinin de altını çizmektedir. Dolayısıyla *EkşiSözlük*, haber medyası için üretilecek olan içeriğe (dezenformatif bir yönü olmasının da ihtimal dahilinde olduğu gözetilerek) kaynak niteliği taşıyabilmektedir.

Uzunoglu, katılımcı hipermetinsel sözlüklerdeki içeriğin, kamusal kanaatlerin oluşumu ve

oluşan kanaatler arasında ortaya çıkan uzlaşımın ve etkileşimlerin boyutları üzerindeki etkilerini çözümlediği çalışmasında; günümüzde katılımcı medya araçlarının seçkin, yüksek eğitim düzeyine sahip beyaz yakalı bireylerin yoğunluklu olarak kullandıkları medya tipleri olarak betimlendiğini aktarmaktadır (Glott, Schmidt ve Ghosh'tan aktaran Uzunoğlu, 2015: 429).

Ekşi Sözlük'ün kurucusu Kapanoğlu, "Sözlük'teki yazar ve moderatör profilini tanımlamanın Türkiye'deki insan profilini tanımlamak kadar zor" olduğunun altını çizerek *Sözlük*'te aktif olan insanlar için "'İnternet kullanıcısı' diye başlayabilirim. Çoğunluğu 18-25 yaş arası da diyebiliyorum sözlük istatistiklerinden. Ama kendi bakış açımdan [...] çoğunun açık görüşlü insanlar olduğunu söyleyebilirim" özetlemesini yapmaktadır (aktaran Aydemir, 2011: 362-363). *Ekşi Sözlük*'ün kentli ve orta sınıf gençliği anlamak isteyen araştırmacılar için karmaşık ancak kapsamlı bir kaynak olma niteliği taşıdığını savunan Lüküslü'nün (2011: 52) şu pasajı, alternatif bir bilgi, mâlumat ve haber kaynağı olarak *Ekşi Sözlük*'e dair betimleyici bir çerçeveye çizmektedir (2011: 52):

"[...] Sloganında da açıkça belirtildiği gibi bu internet sitesi ne bir forum sitesi ne de chat platformudur, bu web sitesi kutsal ya da değil bilgi kaynağı işlevi görmektedir. [...] Takma isimler kullanılarak girilen başlık ve entry'lerle çeşitli kavramlar, mekânlar, insanlar, vs. ile ilgili hislerin, düşüncelerin aktarıldığı, aynı başlık altında çoğunlukla birbirinden farklı ve hatta zıt fikirlerin yer alabildiği, 1980 sonrası kuşağın alternatif [...] başvuru kitabı haline gelmiştir Ekşi Sözlük. Web sitesinin örgütlenişine bakıldığında sözlük yazarı olmanın aslında oldukça zahmetli bir iş olduğu göze çarpar. "Yazar" statüsünü kazanmadan önce çaylak yazar olmak gerekmektedir. Yazarlık statüsü ancak önceden belirlenen tarihlerde çaylak yazarların girmiş oldukları entry'lerin ve başlıkların kalitesini, okunma sayısını sözlük yazarları değerlendirdikten sonra verilir. [...] Ekşi Sözlük'e entry girme kuralları içinde girilen entry'de verilen bilginin doğru olması gibi bir kural yoktur ancak hiçbir denetim mekanizmasının olmadığı da söylenemez."

Yukarıda aktarılan önermeler ve alıntılanan betimlemelere ek olarak *Sözlük*'te Politika başlığı altına girilen metinlerdeki olumsuz yorumlardan hareketle, *Sözlük* yazarlarının siyasete karşı olan eleştirel tutumlarını serimlediği ve *Sözlük*'te siyaset üstü bir kimlik oluşturulmaya çalışıldığı savunulmaktadır (Lüküslü, 2011: 60). Bu savunu, medya içerik üreticilerinin *Sözlük*'teki bilgi ve mâlumat yığınlarını kullanma potansiyeli taşımalarına rasyonel ve meşru bir zemin kazandırmaktadır. Zira her ne kadar medya içerik üreticilerinin yapısal yanlılıklarına dair güçlü argümanlara dayandırılan eleştirel bir alanyazın oluşmuşsa da tarafsız ve nesnel içerik üretimi; normatif ve ideal bir form olarak medya içerik üreticileri tarafından hâlen savunulan bir etik ilke yönü taşımaktadır.

Ekşi Sözlük'te üretilen söylemlerin de akademik çalışmalara konu edildiği görülebileceği saha çalışmasında Nefes, Türkiye'deki çevrimiçi anti-semitizme yönelik yaptığı araştırmasında "ağ tabanlı yeni bir kamusal alan" olduğunu savunduğu *Ekşi Sözlük*'ün, kullanıcılarına her tür sosyal ve politik konuda, sansürden uzak bir şekilde demokratik, rasyonel ve eleştirel söylemler oluşturmalarını teşvik etmekte olduğu görüşünü paylaşmaktadır (2015: 30). *Sözlük*'ün politik ve sosyal içerikli metinlere sahip olan yapısına teknik düzeyde eş zamanlılığın ve sanal mevcudiyet hâlinin eşlik etmesi; genelde medyada içerik üretiminin özeldense haber üretiminin sahip olması gereken temel özelliklerden biri hâline gelen 'hızlı olma', 'zamanla yarışma' gibi taleplere bir arz kaynağı olacağından, medya içerik üretiminde *Ekşi Sözlük*'ün de bir haber kaynağı olarak kullanılması olanağı doğmaktadır.

Ekşi Sözlük'teki içeriğin sosyal ve politik altyapısı dışında makro-ekonomik gelişmelere dokunan ve buna ek olarak idarî ve finansal olduğu kadar toplumsal normların ve kalıpların üretimine dair yapılan temsil ve alımlama çalışmalarında da kullanılan bir yapısının olduğu görülmektedir. Son-Turan, yükseköğrenim öğrencilerine kamu kurumlarından sağlanan burs ve kredi yardımlarına dair yürüttüğü çalışmasında *Ekşi Sözlük*'te konuya dair oluşan içerikten taradığı 870 girdi metinden faydalanmıştır (2016: 10). Erim ve Emgin ise televizyon programlarının toplumsal cinsiyet normlarının ve toplumsal kalıpyargıların üretimindeki etkisine tekil bir saha üzerinden odaklandıkları çalışmalarında, dört ayrı başlık üzerinden toplamda 287 girdi metni taramış ve kullanmıştır (2013: 3). Dolayısıyla yapılan çalışmalarla beraber oluşan geniş spektrum; *Sözlük*'ün, her tür konuda içerik üretilen bir kamusal mekân olduğu yönündeki önermeyi desteklemenin ötesinde, yapılan çalışmaların tasarlanımlarından ve muhtevalarından görüldüğü üzere ekonomik ve ideolojik-kültürel konulara dair üretilen medya içeriklerinde de kullanılabilecek bir kaynak olduğu görüşünü kuvvetlendirmektedir.

3. KAPSAM, AMAÇ VE YÖNTEM

Türkiye'de faaliyet gösteren ilk katılımcı hipermetinsel sözlük *Ekşi Sözlük*'tür. Günümüzde de faal olan *Ekşi Sözlük*, yazılımcı Sedat Kapanoğlu tarafından sourtimes.org'un etkinlik alanı (domain) kullanılarak geliştirilmiş ve ilk kez 1999 yılının şubat ayında kullanıma açılmıştır. İnternet sayfasındaki tanımlama bölümünde "sözcük ve terimler konusunda kullanıcıların subjektif sunumlarıyla genişletildiği" ifade edilen *Sözlük*; yazar olan her kullanıcının, kurallar dahilinde kalarak ve moderatörlerin denetiminde olarak, başlık açma, açılan başlıklara girdi metin yazma, uygunsuz içeriği şikayet etme (gammaz olma) gibi pratikleriyle işleyen ve içeriğinde her tür konu, kavram, olay, olgu ve sair şey hakkında bilgi, mâlumat, tanıklık, eleştiri, öneri ve sair içeren metinler bulunan bir formata sahiptir. İçerik oluşturmanın yanı sıra oluşturulan içeriğin okunmasının da temel kullanım özelliklerinden olması, *EkşiSözlük*'e çevrimiçi katılım ve izleme pratikleri bağlamında özgün bir konum sağlamaktadır (Doğu, Zıraman ve Zıraman, 2009: 124).

Yazarlarının sözlüğe ekledikleri başlıklarda, açılan başlıklara girdikleri metinlerde nüktedan bir biçem kullanarak veya aldatma, dezenformasyon yayma ve benzeri amaçlarla içerik oluşturdukları (da) gözlenebilmesinin yanı sıra, *EkşiSözlük*'ün içeriğinin tekdüze ve bağdaşık olduğu söylenemez. Zira kimi örneklerde de oluşturulan içeriğin gerçekçi, tanımlayıcı ve açıklayıcı yönler taşıdığı gözlenebilmektedir.

Sözlük, sayfa arayüzündeki sol çerçevenin, üst kısımda yer alan ("bugün", "gündem", "tarihte bugün" gibi) bölümlerin ve ("siyaset", "spor", "ilişki", "seyahat" ve sair birçok) tematik sekmelerin seçilerek değişmesiyle yazar kullanıcılar ve (her bölümün ve sekmenin görünmemesi gibi bazı kısıtlamalarla) üye olmayan ziyaretçiler tarafından kullanılabilir.

Türkiye'den % 77.8, Almanya'dan % 3.9, Amerika'dan % 2.8, Azerbaycan'dan % 2.2, İngiltere'den ise % 1.8 oranında ziyaretçi yüzdesine sahip olan "kutsal bilgi kaynağı" sayfa başlıklı eksisozluk.com'un ziyaretçi trafiği oranı % 33.2, ziyaretçi başına günlük sayfa görüntüleme ortalaması 6.5, ziyaretçilerin sayfada günlük geçirdikleri süre ortalaması 8 dakika 41 saniyedir (Alexa, 31 Mart 2018a). Dolayısıyla sayfa trafiği diğer Türkçe içerik üretilen ve Türkiye'den erişim sağlanan internet sayfalarına kıyasla yüksek oranlarda seyreden ve tematik bilgi, mâlumat ve benzeri birçok öge içeren *Sözlük*'ün, haber medyası içeriği üretimindeki etkisinin ve payının olup olmadığı, varsa bunların hangi gazetelerin internet portallarında ve/ya internet gazetelerinde ne düzeyde olduğu, hangi temalarda ve alanlarda üretilen içeriğin *Sözlük* referanslı kullanıldığı bu çalışmaya motivasyon sağlayan bir nitelik taşımaktadır. Bu motivasyondan hareketle bu çalışma, internet haber medyasında üretilen içeriğin *EkşiSözlük*'te üretilen içerik ile olan ilişkisini ve *Sözlük* içeriğinin üretilen medya içeriğindeki payını serimleme amacı da taşımaktadır.

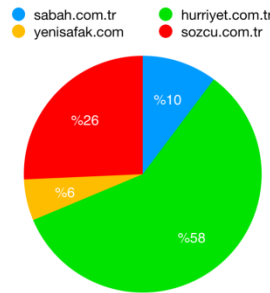
Alexa verilerine göre (31 Mart 2018b) Türkiye'de en çok ziyaret edilen elli internet sayfasından haber, köşe yazısı, yorum/değerlendirme yazısı gibi sair türde medya metni içerik üreten internet sayfalarının kategorik bazda sıralaması şu şekildedir: 1. sabah.com.tr 2. haber7.com 3. ensonhaber.com 4. hurriyet.com.tr 5. yenisafak.com 6. milliyet.com.tr 7. mynet.com 8. sozcu.com.tr 9. star.com.tr 10. yeniakit.com.tr 11. haberturk.com 12. haberler.com 13. turkiyegazetesi.com.tr. Bu doğrultuda çalışmada yukarıda ifade edilen eksende içerik üreten ve sıralanan internet sayfaları arasından kotalı örnekleme yoluna gidilerek bir tercihte bulunulmuştur. Bu bağlamda Türkiye'deki internet kullanıcıları tarafından en çok ziyaret edilen internet haber portalı olarak sabah.com.tr, anaakım medyanın önemli temsilcilerinden Hürriyet gazetesinin internet portalı hurriyet.com.tr, muhafazakâr ve mütedeyyin bir izlerkitleye hitap eden bir saha olarak yenisafak.com ile milliyetçi ve Atatürkçü çizgide habercilik faaliyeti yürüten ve içerik üreten sozcu.com.tr araştırmanın evreni olarak belirlenmiş ve bu internet sayfalarında 15.04.2015-15.04.2018 tarih aralığında, *EkşiSözlük* içeriğiyle ilgili yayımlanan son üç yılın haber ve köşe yazısı, yorum/değerlendirme yazısı,

galeri ve video içerikleri çözümleme birimi olarak seçilmiştir.

Neuman'a göre kotalı örneklemeyle araştırmacı, farklılıkların örnekleme bulunmasını ve çözümlemeye dahil edilmesini sağlar (2013: 322). Nitekim bu çalışmada da içerik çözümlemesinin medya ve iletişim çalışmalarında en çok kullanıldığı amaçlardan biri olan "resmetme" (Gunter'den aktaran Geray, 2011: 153) hedeflenmiş ve farklı angajman ve yayın politikasına sahip olması gözetilerek belirlenen örneklem kümesinin; *EksiSözlük*'teki içeriği, kendi içeriğini oluştururken nasıl kullandığı resmedilmek istenmiştir.

4. BULGULAR VE TARTIŞMA

Çalışmanın amacı doğrultuda örnekleme dahil edilen internet sayfalarında bulunan arama/tarama sistemlerindeki algoritmaların, söz konusu sayfaların yazılımlarında belirlenen farklı teknik önceliklere göre çalışmasından ve bu durumun örneklem belirlenmesini zorlaştırmasından dolayı, araştırmacının evreni üzerindeki söz konusu tarih aralığında yayımlanan içeriğe, Google arama motoru sayfası üzerinden ulaşılmıştır.²¹⁷ Örneklem belirleme bağlamında tercih edilen kıstaslar doğrultusunda, anahtar kelimeler²¹⁸ aracılığıyla yapılan aramalar sonucunda sabah.com.tr'de 37 adet, hurriyet.com.tr'de 200 adet, yenisafak.com'da 19 adet, sozcu.com.tr'de 88 adet olmak üzere toplam 344 adet ayrı içerik tespit edilmiştir. Ulaşılan bu toplam içeriğe yönelik yapılan taramada ise sabah.com.tr'deki 8, hurriyet.com.tr'deki 34, yenisafak.com'daki 3, sozcu.com.tr'deki 15 (toplamda 60) adet içeriğin; yer aldıkları internet sayfalarındaki birörnek kaynak konumlayıcılarında (url) ya da bizatihi kaynakların kendisinde anahtar kelimelerin bulunması sebebiyle arama sonuçlarına yansıdığı ve bu içeriklerde *Eksi Sözlük* içeriğiyle ilgili herhangi bir bulguya rastlanılmadığı ortaya çıkmıştır. Buradan hareketle söz konusu 60 içeriğin araştırmacının örnekleme dahil edilmeyecek bir muhtevaya sahip olduğu görülmüştür.

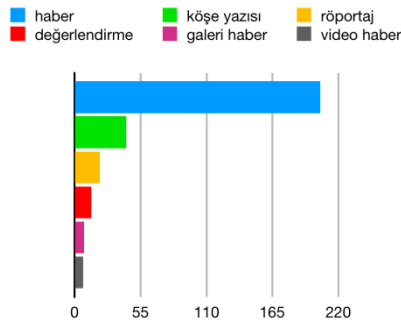


Grafik 1: Çözümleme birimi toplam içeriğin yüzdeler dağılımı

²¹⁷ Belirtilen içeriğe 16 Nisan 2018'de erişim sağlanmıştır.

²¹⁸ ekşi sözlük, ekşisözlük, eksi sozluk, eksisozluk

Dolayısıyla belirlenen örneklem dahilinde yapılan içerik taraması sonucunda sırasıyla sabah.com.tr'de % 10'luk bir orana tekabül eden 29, hurriyet.com.tr'de % 58'lik bir orana tekabül eden 166, yenisafak.com'da % 6'lık bir orana tekabül eden 16 ve sozcu.com.tr'de ise % 26'lık bir orana tekabül eden 73 olmak üzere toplamda 284 içerik, çözümleme birimi olarak belirlenmiştir. Buradan hareketle Hürriyet gazetesinin internet haber portalında içerik üretilirken *Sözlük*'ün önemli bir kaynak olarak kullanıldığı, hurriyet.com.tr'yi yaklaşık yarısı kadar bir oranla sozcu.com.tr'nin takip ettiği; sabah.com.tr'de ve yenisafak.com'da ise konvansiyonel haber kaynaklarının siber ortamlarda üretilen içeriğe göre çok daha fazla tercih edildiği görülmektedir.



Grafik 2: Çözümleme birimi toplam içeriğin tür bazında sayısal dağılımı

Çözümleme birimi toplam içeriğin tür olarak kategorilendirilmesiyle 205'inin haber, 43'ünün köşe yazısı, 21'inin röportaj, 14'ünün değerlendirme, 8'inin galeri haber, 7'sinin video haber olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Dolayısıyla *EksiSözlük* içeriğinin; haberin yanı sıra, köşe yazısı ve röportaj gibi konvansiyonel haber medyasının temel metin formlarının üretiminde de kullanılmakta olduğu görülmektedir. Hatta örneklem genelinde söz konusu konvansiyonel medya metni formlarının internet haberciliğiyle birlikte ortaya çıkan galeri haber ve video haber gibi formlara göre daha çok kullanılıyor oluşu; *EksiSözlük*'ün içeriğinin dijital habercilik formlarının haricinde de tercih edilen ve haber medyasına içerik oluşturan muhabir, editör, yazar ve sair özneler tarafından kullanılan bir niteliğe sahip olduğunu ortaya koymaktadır.



Grafik 3: Çözümleme birimi toplam içeriğin konu bazında sayısal dağılımı

Çözümleme birimine dahil edilen içeriğin konu olarak kategorilendirilmesiyle söz konusu içerikte geniş bir kapsam alanına sahip, hem kamuoyu tarafından tanınan hem de 'sıradan' insanların gündelik, genel itibariyle sansasyondan ve magazinellikten uzak hikâyelerinin 69 haberle diğerlerine göre daha fazla odağa alınan bir konu olduğu saptanmıştır. İnsan hikâyelerinin tür bazında 41 haberde, 15 röportajda, 5 galeri haberde, 4 köşe yazısında, 3 video haberde, 1 değerlendirmede konu edildiği görülmüştür.

Bünyesinde edebiyattan sinemaya, televizyon programları ve dizilerinden yaygın giyim tarzlarına değin, yaşam dizgesi içinde yer alan birçok kültürel aktivitenin ve gündelik pratiklere dair şeylerin bulunduğu popüler kültürün, konu edildiği toplam içerik sayısı 34'tür. Bu içeriklerin 14'ü haber, 10'u değerlendirme, 7'si köşe yazısı, 3'ü de röportaj türünde oluşturulmuştur.

Çözümleme birimi toplamında yer alan 26 içeriğin, sosyal paylaşım ağları, bloglar, wikiler, katılımcı hipermetinsel sözlükler gibi alanların genel bir tanımlanması için kullanılan yeni medya ortamlarıyla; 21 içeriğin ise içine politik figürlerden siyasi partilere, demokratik kitle örgütlerinden yaşanmakta olan aktüel gelişmelere varan pek çok ögenin dahil edildiği politika konusuyla ilgili olduğu tespit edilmiştir. Yeni medya ortamlarının konu edildiği toplam içeriğin 23'ü haber, geri kalan 3 tanesi ise köşe yazısı, röportaj ve galeri haberdir. Politikayla ilgili içeriklere bakıldığında ise 15'inin haber, 5'inin köşe yazısı, 1'inin de röportaj olduğu görülmektedir.

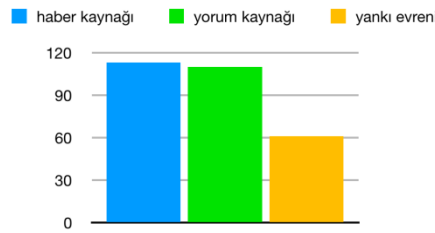
Çözümleme birimi toplam içeriğinin konu bazında sayısal dağılımında en çok konu edilen beşinci tema 20 adet içerikle 'hibrit' olarak tanımlanmıştır. Hibrit içeriklerin tamamı tür bazında köşe yazısı olarak üretilmiştir. Bu çalışmada söz konusu tanımlamanın tercih edilmesinin ardında yazarların köşe yazılarında, birden çok konu, olay, olgu ve kişi üzerine metinlerini tasarlamaları ve bu içeriklerde odağa birden fazla şeyin alınması yatmaktadır.



Görsel 1: Çözümleme biriminde konu bazında hibrit bir köşe yazısı

Örnekleme de yer alan içerikler arasında toplumsal bir anomaliyi işaret eden çocuk istismarı

(14), cinsel istismar (13), toplumsal kutuplaşma (11), şiddet (10), terör-güvenlik (8), dolandırıcılık (3) ve cinayet (2) konularına dair de oluşturulan medya metinleri söz konusudur. Geri kalan içeriklerde odağa alınan konulara bakıldığında ise bunların teknoloji (10), ekonomi (7), tarih (5), spor (5), beslenme (4), hava olayları (4), yardım kampanyaları (4), kent (3), hukuk-adalet (3), şans oyunları (2), evlilik (2), gezi (1), çalışma koşulları (1), toplumsal tepkiler (1) ve toplumsal eylemler (1) hakkında oldukları görülmektedir. Oluşan bu tablo hem *EkşiSözlük*'te üretilen içeriğin hem kapsamının genişliği hem toplumsal, politik, gündelik ve ekonomik bir bağlama oturabileceği hem de medya aktörlerinin birçok konuda *Sözlük* içeriğini bir kaynak olarak görmesi sonucu ortaya çıkmaktadır.



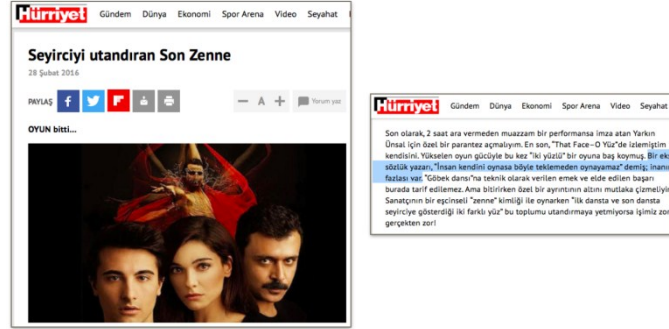
Grafik 4: Çözümleme birimi toplamında *Ekşi Sözlük*'ün kullanım çerçevesi

Çalışmada *EkşiSözlük*'teki içeriğin, örnekleme de yer alan internet sayfalarındaki haberlerin ve diğer türlerde medya metinlerinin oluşturulmasında doğrudan etkisi olması ve söz konusu haberlerin ve diğer türlerdeki medya metinlerinin üretiminin *Ekşi Sözlük*'teki içerikten hareketle gerçekleşmesi; *EkşiSözlük*'ün 'haber kaynağı' şeklinde çerçevelenmesi olarak tanımlanmıştır. *Sözlük* içeriğinin haber kaynağı olarak kullanıldığı çözümleme birimlerinde Görsel 1'de görüldüğü gibi metnin konusu doğrudan *Sözlük* ile ilgili olmasa da, o konuya ilişkin *Sözlük*'te üretilen içerikten hareketle çözümleme birimi olan medya metninin üretilmesi söz konusu olabilmektedir.



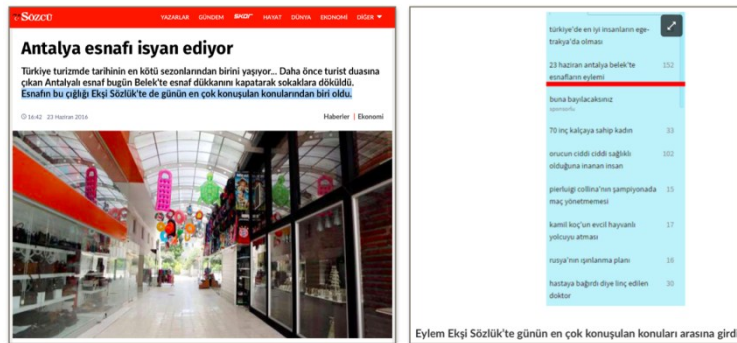
Görsel 2: Çözümleme biriminde *Ekşi Sözlük* içeriğinin haber kaynağı olarak kullanıldığı bir galeri haber

Örnekleme yer alan internet sayfalarında herhangi bir olay ve olguyla ilgili haber ve diğer türlerde medya metinleri üretilirken, söz konusu türün yaratıcısı olan muhabir, editör, yazar ve sair özneler tarafından o olay ve olguyla ilgili *Ekşi Sözlük*'teki içerikten yorum ve/ya yorumların doğrudan aktarılması/alıntılanması; bu çalışmada *Ekşi Sözlük*'ün 'yorum kaynağı' olarak çerçevelenmesi şeklinde tanımlanmıştır.



Görsel 3: Çözümleme biriminde *Ekşi Sözlük* içeriğinin yorum kaynağı olarak kullanıldığı bir değerlendirme

Örneklemedeki haber portallarında bir olay ve/ya olguya ilişkin medya metni üretilirken, o olay ve olguyla ilgili *Sözlük*'te yazarlar tarafından açılan başlık ve/ya başlıkların "gündem" sekmesine girmesinin, üretilen medya metinlerinde yer bulması ve bu metinlerde "gündem" in değiştiğinin izleyiciye aktarımı; çalışmada *Ekşi Sözlük*'ün 'yankı evreni' olarak çerçevelenmesi şeklinde tanımlanmıştır. Dolayısıyla *Sözlük*'ün yankı evreni olarak çerçevelendiği metinlerde doğrudan bir girdi metin ve/ya başlık alıntısı yapılmamakta, metne konu olan olayın izleyiciye aktarılmasının yanı sıra bu olaya ilişkin *Sözlük*'te de bir gündem oluştuğunun vurgulanması söz konusu olmaktadır.



Görsel 4: Çözümleme biriminde *Ekşi Sözlük*'ün yankı evreni olarak kullanıldığı bir haber

Bu doğrultuda *Sözlük* içeriğinin 113 çözümlene biriminde (% 40) haber, 110 çözümlene biriminde (% 39) ise yorum kaynağı olarak çerçevlendiği; *Sözlük*'te oluşturulan içeriğin örnekleme dahil edilen 61 (% 21) çözümlene biriminde ise yankı evreni olarak kullanıldığı tespit edilmiştir. Dolayısıyla toplam çözümlene biriminin % 79'u, haber medyası çalışanları tarafından üretilirken *Sözlük* içeriğine ya istihbarî malumat edinmek (*Sözlük*'ü haber kaynağı olarak kullanmak) ya üretilen içeriğin konusuna dair farklı görüşler sunmak (*Sözlük*'ü yorum kaynağı olarak kullanmak) amacıyla kesinkes başvurulduğu; geri kalan % 21'lik dilime giren medya içeriğinde ise, üretilen medya metninin konusuna yönelik toplumsal ölçekteki reaksiyonlara dair söz söylemek amacıyla *Sözlük* içeriğinin kullanıldığı görülmektedir. Oluşan bu tablo, medya metinleri üretilirken *Ekşi Sözlük*'teki "gündem" hareketliliğinden ziyade bizzat "gündem"e giren başlıklarda oluşturulan girdi metinlere, yani muhtevaya daha çok dikkat edildiğini ortaya koymaktadır.

konu	h.k.s.	y.k.s.	y.e.s.	konu	h.k.s.	y.k.s.	y.e.s.
insan hikâyeleri	26	31	12	beslenme	1	2	1
popüler kültür	13	13	8	hava olayları	1	2	1
yeni medya ortamları	14	7	5	yardım kampanyaları	1	1	2
politika	9	7	5	dolandırıcılık	-	2	1
hibrit	4	12	4	kent	-	2	1
çocuk istismarı	9	4	1	hukuk-adalet	-	3	-
cinsel istismar	4	3	6	cinayet	2	-	-
toplumsal kutuplaşma	6	4	1	şans oyunları	-	-	2
teknoloji	5	4	1	evlilik	2	-	-
şiddet	4	4	2	toplumsal tepkiler	1	-	-
ekonomi	2	-	5	gezi	-	1	-
terör-güvenlik	5	3	-	çalışma koşulları	-	-	1
tarih	2	2	1	toplumsal eylemler	-	1	-
spor	2	2	1	toplam	113	110	61

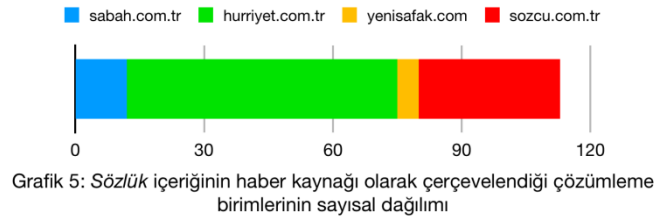
h.k.s.: haber kaynağı sayısı | y.k.s.: yorum kaynağı sayısı | y.e.s.: yankı evreni sayısı

Tablo 1: *Sözlük* içeriğinin haber&yorum kaynağı ve yankı evreni olarak kullanıldığı çözümlene birimlerinin konu bazlı dağılımı

Çözümleme birimlerinin yer aldığı internet haber sayfalarına ayrı ayrı bakacak olunduğunda *EkşiSözlük* içeriğinin;

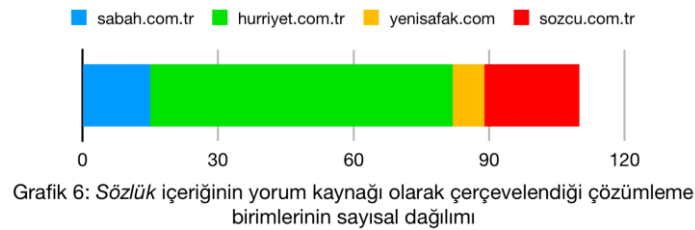
- sabah.com.tr'deki 29 çözümlene biriminin 12'sinde haber kaynağı, 15'inde yorum kaynağı, 2'sinde yankı evreni;
- hurriyet.com.tr'deki 166 çözümlene biriminin 63'ünde haber kaynağı, 67'sinde yorum kaynağı, 36'sında yankı evreni;
- yenisafak.com'daki 16 çözümlene biriminin 5'inde haber kaynağı, 7'sinde yorum kaynağı, 4'ünde yankı evreni;
- sozcu.com.tr'deki 73 çözümlene biriminin 33'ünde haber kaynağı, 21'inde yorum kaynağı, 19'unda ise yankı evreni olarak kullanıldığı görülmektedir.

Buradan hareketle *Sözlük* içeriğinin çözümleme birimlerinin yer aldığı internet haber sayfalarındaki çerçeveleme bazlı yüzdeler oranlarına bakıldığında sabah.com.tr örnekleminin % 41'inde, hurriyet.com.tr örnekleminin % 38'inde, yenisafak.com örnekleminin % 31'inde, sozcu.com.tr örnekleminin ise % 45.5'inde *Sözlük* içeriğinin haber kaynağı olarak kullanıldığı sonucuna ulaşılmaktadır. Dört haber portalında da dikkati çeken husus, *Sözlük*'ün haber kaynağı olarak çerçvelendiği metinlerin çoğunluğunun (% 81) tür bazında haber formatında oluşturulduğudur. Onu takiben söz konusu metinlerin sırasıyla % 8 köşe yazısı, % 5 galeri haber, % 4 değerlendirme, % 2 video haber türünde oluşturulduğu görülmektedir. Dolayısıyla *Sözlük* içeriğinin hem konvansiyonel hem de dijital haberciliğin temel formlarını besleyen bir yapı arz ettiği sonucuyla burada da karşılaşılmaktadır.



Haber kaynağı olarak *Sözlük* içeriğini kullanan her bir haber portalının ayrı ayrı tür bazında dağılımına bakıldığında;

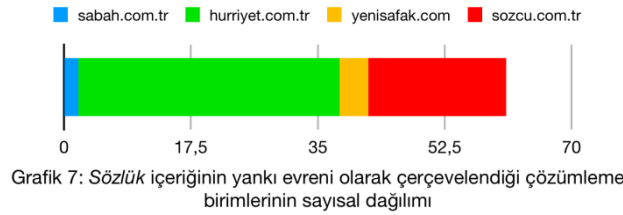
- % 45.5'lik bir orana sahip sozcu.com.tr'nin, söz konusu orana tekabül eden 33 içeriğinden metinsel olarak 29'unun haber, 2'sinin köşe yazısı, 1'inin video haber, 1'inin ise galeri haber türünde oluşturulduğu,
- % 41'lik oranla ikinci sırada yer alan örneklem olan sabah.com.tr'nin söz konusu oranına tekabül eden 12 içeriğinden metinsel olarak 7'sinin haber, 3'ünün galeri haber, 2'sinin ise köşe yazısı türünde oluşturulduğu,
- % 38'lik oranla üçüncü sırada bulunan hurriyet.com.tr'nin söz konusu oranına tekabül eden 63 içeriğinden metinsel olarak 50'sinin haber, 5'inin köşe yazısı, 4'ünün değerlendirme, 2'sinin galeri haber, 2'sinin de video haber türünde oluşturulduğu,
- % 31'lik oranla son sırada olan yenisafak.com'un söz konusu oranına tekabül eden 5 içeriğinin tümünün metinsel olarak haber türünde oluşturulduğu görülmektedir.



Sözlük içeriğinin örneklemde yer alan internet haber sayfalarında yorum kaynağı olarak

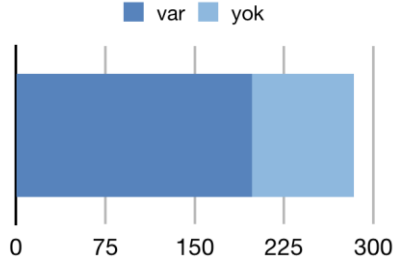
çerçevenmesine bakıldığında sabah.com.tr'de % 52, hurriyet.com.tr'de % 40.5, yenisafak.com'da % 44, sozcu.com.tr'de ise % 29 oranlarında kullanıldığı sonucuna ulaşılmıştır. Bu bağlamda;

- % 52'lik oranla *Sözlük* içeriğinin yorum kaynağı olarak en çok kullanıldığı örneklem olan sabah.com.tr'nin, söz konusu orana tekabül eden 15 içeriğinden metinsel olarak 7'sinin köşe yazısı, 5'inin haber, 2'sinin röportaj, 1'inin ise galeri haber türünde oluşturulduğu,
- % 44'lük oranla ikinci sırada yer alan örneklem olan yenisafak.com'un söz konusu oranına tekabül eden 7 içeriğinden metinsel olarak 5'inin köşe yazısı, 2'sinin ise haber türünde oluşturulduğu,
- % 40.5'lik oranla üçüncü sırada bulunan hurriyet.com.tr'nin söz konusu oranına tekabül eden 67 içeriğinden metinsel olarak 33'ünün haber, 17'sinin röportaj, 11'inin köşe yazısı, 6'sının da değerlendirme türünde oluşturulduğu,
- % 29'luk oranla son sırada yer alan sozcu.com.tr'nin söz konusu oranına tekabül eden 21 içeriğin metinsel olarak 13'ünün haber, 6'sının köşe yazısı, 1'inin değerlendirme, 1'inin de röportaj türünde oluşturulduğu görülmektedir.

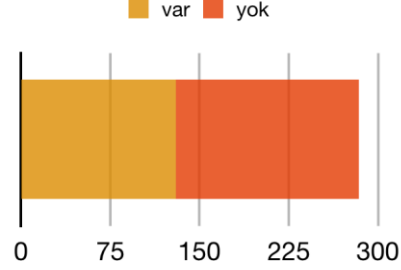


Sözlük içeriğinin örneklemde yer alan internet haber sayfalarında yankı evreni olarak çerçeveselmesine bakıldığında sabah.com.tr'de % 7, hurriyet.com.tr'de % 21.5, yenisafak.com'da % 25, sozcu.com.tr'de ise % 26 oranlarında kullanıldığı sonucuna ulaşılmıştır. Dolayısıyla *Sözlük* içeriğinin yankı evreni olarak;

- % 26'lık oranla en çok kullanıldığı örneklem olan sozcu.com.tr'nin, söz konusu orana tekabül eden 19 içeriğinden metinsel olarak 16'sının haber, 2'sinin video haber, 1'inin de köşe yazısı haber türünde oluşturulduğu,
- % 25'lik oranla ikinci sırada yer alan örneklem olan yenisafak.com'un söz konusu oranına tekabül eden 4 içeriğinden metinsel olarak 2'sinin haber, 1'inin röportaj, 1'sinin ise değerlendirme türünde oluşturulduğu,
- % 21.5'lik oranla örneklemde üçüncü en çok kullanıldığı hurriyet.com.tr'nin söz konusu oranına tekabül eden 36 içeriğinden metinsel olarak 28'inin haber, 3'ünün köşe yazısı, 2'sinin değerlendirme, 2'sinin video haber, 1'inin de galeri haber türünde oluşturulduğu,
- % 7'lik oranla örneklemde en az kullanıldığı sabah.com.tr'nin söz konusu oranına tekabül eden 2 içeriğin metinsel olarak 1'inin haber, 1'inin köşe yazısı türünde oluşturulduğu görülmektedir.



Grafik 5: Çözümleme birimi toplamında *Ekşi Sözlük* içeriğinin doğrudan kullanım düzeyleri



Grafik 6: Çözümleme birimlerinin üretilmesinde *Ekşi Sözlük* içeriğinin doğrudan etki düzeyleri

Çalışmanın örnekleminde yer alan medya metinlerinin içeriklerine yönelik yapılan metin tasarlanım düzeyli çözümlemede ise 198 çözümleme biriminde (% 70) *Ekşi Sözlük* içeriğinin doğrudan kullanıldığı ve/ya alıntılandığı, aynı medya içeriklerinin 130'unun (% 46) üretilmesinde de, metinlerin tasarlanımlarından hareketle, *Ekşi Sözlük* içeriğinin doğrudan etkiye sahip olduğu belirlenmiştir.

Sözlük içeriğinin doğrudan kullanıldığı ve/ya alıntılandığı söz konusu 198 çözümleme biriminin;

- 96'sı haber kaynağı olarak çerçevelenen 113 çözümleme biriminin % 85'ine,
- 88'i yorum kaynağı olarak çerçevelenen 110 çözümleme biriminin % 80'ine,
- 14'ü yankı evreni olarak çerçevelenen 61 çözümleme biriminin % 23'üne tekabül etmektedir.

Sözlük içeriğinin doğrudan etkiye sahip olduğu söz konusu 130 çözümleme biriminin;

- 107'si haber kaynağı olarak çerçevelenen 113 çözümleme biriminin % 95'ine,
- 13'ü yorum kaynağı olarak çerçevelenen 110 çözümleme biriminin % 12'sine,
- 10'u yankı evreni olarak çerçevelenen 61 çözümleme biriminin % 16.5'ine tekabül etmektedir.

Dolayısıyla yapılan sayısal çözümler göz önüne alındığında *Ekşi Sözlük* içeriğinin örneklemdaki medya metinlerinin üretilmesinde oynadığı rolün önemi göze çarpmakta, bu içeriğin haber medyası çalışanları için en çok haber kaynağı olarak kullanılması (113 adet), ona yakın oranda da yorum kaynağı olarak çerçevelenmesi (110 adet) ve geriye kalan 61 adet çözümleme biriminde ise yankı evreni olarak yer bulması sonucuyla karşılaşılmaktadır.

Oluşan bu genel kompozisyonun Reuters Institute for the Study of Journalism'in 2016 tarihli Digital News Report çalışmasında Türkiye'de yeni medya ortamlarının internet kullanıcıları tarafından haber kaynağı olarak kullanılma oranının % 73 olmasından ve Türkiye'nin dünya ortalamasının % 51 olduğu bu çerçevede, yeni medya ortamlarının haber kaynağı olarak en

çok kullanıldığı ikinci ülke durumunda bulunmasından (Reuters Institute, 2016: 72) bağışık düşünülmemesi gerekmektedir. Öyle ki, Türkiye söz konusu araştırma örneğinde yer alan ülkeler arasında % 27'lik bir oranla çevrimiçi haber tüketimi için ücret ödenen birinci ülke sırasında yer almaktadır (Reuters Institute, 2016: 72). Aynı raporun 2017 tarihli edisyonunda da Türkiye'deki internet kullanıcılarının haber almak için son üç yıldır en çok yeni medya ortamlarını ve internet haber sayfalarını kullandığı aktarılmaktadır (Reuters Institute, 2017: 98; Reuters Institute, 2017a: 9). Dolayısıyla Türkiye'de haber medyasında faaliyet gösteren kurumsal aktörlerin hem yeni medya ortamlarında, henüz bu ortamlara özgü içerik üretmek konusunda kayda değer bir ilerleme kaydedemese de azından konvansiyonel formda ürettikleri metinleri yeni medya ortamlarında dolaşıma sokarak, varlık göstermesi hem de katılımcı hipermetinsel sözlük olarak *Ekşi Sözlük* içeriğini, ürettikleri medya metinlerinde dikkate alması ve hatta haber kaynağı olarak kullanması; anılan raporlarda da serimlenen toplumsal ve politik konjonktürün bir çıktısı niteliği taşımaktadır.

5. SONUÇ

Sunulan bulgular ve serimlenen tartışma ışığında katılımcı hipermetinsel sözlüklerin haber medyasında üretilen içeriğe bir kaynak niteliği taşıdığı, *Ekşi Sözlük* sahası üzerinden ortaya konulurken; bu sonucun ardyöresindeki biri doğrudan, diğeri örtük olmak üzere iki temel sürece değinmek gerekmektedir.

Söz konusu süreçlerin ilki ve doğrudan olanı, tekniğin olanaklarının artması ve bunun internette yaşanan yeni çevrimler aracılığıyla toplumsal yaşamın tüm safhalarına sirayetidir. Bu durum, teknik bir altyapı üzerinde icra edilen habercilik mesleğinin dönüşümüne de itki olmuştur. Öyle ki söz konusu teknik altyapının kullanımına izin veren iletişim araçları sayesinde ortaya çıkan eşanlılık ve çok katmanlılık, bu meslek bünyesinde üretim faaliyetinde bulunan aktörlerin aktaracağı bir haber, üreteceği bir medya metni içeriğinde yapacağı 'oradayım/oradaydım' vurgusunu tâlileştirmiş; dijital kodlamanın hızı beraberinde getirmesi ve iletişimin kapasitesini genişletmesi, anılan aktörlerin haberciliğini işleyen zaman ile yarışa sevk etmiş ve çoklu medya biçimselliği, ortaya konan ve izleyicinin tükettiği ürünlerin formunu değiştirerek temel düzeyde bir elektronik okuryazarlığı elzem kılmıştır.

İkinci ve örtük süreç, Türkiye'de medyanın 1980'lerle birlikte geçirdiği yapısal dönüşümün hâlen süren sancılarınıdır. Buna göre söz konusu sancıların ardında yatan; görelilik olarak 'halkın haber alma hakkı' gibi kamucu bir refleksle icra edilen habercilik faaliyetlerinin, izlerkitleden tüketiciye ve yurttaştan müşteriye doğru yaşanan dönüşümde cisimleştiği üzere, ekseninin kırılmasıdır. Her ne kadar teknolojinin devrimci dönüşüm kabiliyeti, alternatif anlamda görelilik kamucu habercilik faaliyetlerine yeni alanlar açma potansiyeli taşısa da, bu tür habercilik faaliyetlerinin geniş bir izlerkitle tarafından takipçisi olunan anaakım medya gruplarının faaliyetleri karşısında mütevazı bir ölçekte kaldığı tartışmasızdır. Dolayısıyla ortaya çıkan

medya metinlerinde her ne kadar belli düşüngüsel angajmanların söz konusu metinlere sirayeti söz konusu olsa da vülgar olarak görünen, tüketim odaklılığın önplanda oluşudur.

Buradan hareketle bir yeni medya ortamı olarak *Ekşi Sözlük*'ün içeriğinin haber medyasında hem haber kaynağı hem yorum kaynağı hem de yankı evreni olarak izdüşüm bulmasının iki nedeni, iki de sonucu bulunmaktadır. Nedenlerden ilki, *Ekşi Sözlük* gibi hem yazar hem de ziyaretçi olarak çok fazla kullanıcısı bulunan, gündemi ülke gündemine paralel seyreden ve spordan politikaya, tarihten seyahate pek çok konuda içerik üretilen bir kamusal mekânın takibi kolay bir yeni medya ortamı olması; ikincisi de, haber medyasında üretilen içeriğin magazinel ve tabloit niteliğinin bir yeni medya ortamındaki içeriğin üretilecek medya metninde kullanılmasında sakınca doğurmayacağıdır.

Ekşi Sözlük'ün içeriğinin haber medyasında izdüşüm bulmasının sonuçlarına bakılacak olursa; ilki, haberin değişen yapısının haber medyasındaki üretim ilişkilerinin bir çıktısı olmasından hareketle gazeteciliğin meslekî olarak dönüşümü ve giderek masabaşında icra edilen bir faaliyet haline gelmesidir. Öyle ki, çalışmanın saha bulgularında da sabit olduğu üzere, bir gazeteci röportaj yapacağı bir kimseye yönelik önçalışmasını artık o kişiye dair *EkşiSözlük*'te üretilen girdi metinler üzerinden yapabilmekte; bir muhabir, haber için 'sahaya inmek' yerine *Sözlük* gündemini takip ederek ya da *Sözlük*'te "en beğenilen entry"lere dair birer tarama yaparak istihbarat toplayabilmekte; mesleğe analog bir teknik altyapı söz konusuysen başlanmış ve medyada uzun yıllar varlık göstermiş bir yazar, köşesinde tartıştığı bir konuyu *Sözlük*'teki girdi metinlerden alıntılar yaparak irdeleyebilmektedir.

Sözlük içeriğinin haber medyasında kendine yer bulmasının ikinci çıktısı da, saha bulgularında da görüldüğü üzere toplumsal bir anomali niteliği taşıyan ve söz konusu anomaliye maruz kalan bireyler üzerinde patolojik sonuçlar doğuran çocuk istismarı, cinsel istismar ve şiddet gibi her fırsat ve koşulda mağdurlar ve yakınları tarafından dışavurumu mümkün olmayan yaşanmışlıkların *Sözlük*'teki anonim kimlik dizgesi dolayısıyla paylaşılmasına, bunun üzerine söz konusu olayların haberleştirilebilmesine ve gereken adlî süreçlerin başlamasına imkân sağlanmasıdır. Böylelikle söz konusu olaylara dair kamusal bir bilincin ve duyarlılığın oluşmasına zemin hazırlanması mümkün olabilmektedir.

KAYNAKÇA

Alex. eksisozluk.com Traffic Statistics. Erişim 31 Mart 2018a, <https://www.alex.com/siteinfo/eksisozluk.com>.

Alex. Top Sites in Turkey. Erişim 31 Mart 2018b, <https://www.alex.com/topsites/countries/TR>.

- Algül, A. (2011). Çevrimiçi Mekanın Yol Açtığı Yeni İletişim Örüntüleri: "İTÜ Sözlük" Örneğinde Antropolojik Bir İnceleme. Yayınlanmamış doktora tezi, Yeditepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Akyazı, A. (2014). Yeni İletişim Ortamı Olarak Dijital Katılımcı Sözlüklerde Nefret Söylemi. Marmara İletişim Dergisi, 22, 183-193.
- Aydemir, A. T. (2011). Röportaj: Sedat Kapanoğlu. A. T. Aydemir (Ed.), Katılımın "e-hali": Gençlerin Sanal Alemi içinde (360-364). Erişim 1 Nisan 2018, <https://ekitap.alternatifbilisim.org/files/katilimin-e-hali.pdf>.
- Beydeş, N. G. (2018). The Politics of Fear on Ekşi Sözlük After the Reina Massacre. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, İstanbul Bilgi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Binark, M. (2007). Yeni Medya Çalışmaları. M. Binark (Ed.), Yeni Medya Çalışmaları içinde (5-17). Ankara: Dipnot.
- Cebeci, G. (2014). Pazar Odaklı Online Toplulukların Netnografik Analizi: Müzik Sektöründe Bir Araştırma. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Dağlıoğlu, K. C. (2015). Küresel Yeni Medya Kavramlarının Türkçeleşme Süreci. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, İstanbul Bilgi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Doğu, B., Ziraman, Z., Ziraman, D. E. (2009). Web Based Authorship in the Context of User Generated Content, An Analysis of a Turkish Web Site: Eksi Sozluk. D. Riha ve A. Maj (Ed.), The Real and The Virtual içinde (119-125). Oxford: Inter-Disciplinary Press.
- Ecevit, A. (2017). What Do Audiences Think About Literary Adaptations: A Reception Study on Turkish TV Series and Fidelity. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, İhsan Doğramacı Bilkent Üniversitesi Ekonomi ve Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Erim, D. ve Emgin, B. (2013). The Playful Crafting of Gender in Derya Baykal's TV Shows. 5T 2013 Gendered Perspectives in Design Conference'da sunulan bildiri. Erişim 1 Nisan 2018, https://www.researchgate.net/publication/304165722_The_Playful_Crafting_of_Gender_in_Derya_Baykal%27s_TV_Shows.
- Erol, M. (2003). İktidar, Teknoloji ve Maskülinite. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Yıldız Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Geray, H. (2011). Toplumsal Araştırmalarda Nicel ve Nitel Yöntemlere Giriş: İletişim Alanından Örneklerle. Ankara: Genesis Kitap.

- Kır, G. (2008). İnternet ve Genç Kimliği, Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Korkmaz, M. (2014) Sosyal Medya-Kamu Politikaları Etkileşimi: Gezi Parkı Olayları Üzerine Bir Değerlendirme. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Korkmaz, S. (2017) Reconstructing the Sacred on Social Media: Ekşi Sözlük Example. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, İstanbul Bilgi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Lister, M., Dovey, J., Giddings, S., Grant, I. ve Kelly, K. (2009). *New Media: A Critical Introduction*. New York: Routledge.
- Lüders, M. (2008). Conceptualizing Personal Media. *New Media & Society*, 10 (5), 683-702.
- Lüküslü, D. (2011). Bilişim Teknolojileriyle Örgütlenen Gençlik Hareketleri ve Yeni Bir Siyaset Arayışı. A. T. Aydemir (Ed.), *Katılımın "e-hali": Gençlerin Sanal Alemi içinde* (48-67). Erişim 1 Nisan 2018, <https://ekitap.alternatifbilisim.org/files/katilimin-e-hali.pdf>.
- Naab, T. K. ve Sehl, A. (2017). Studies of User-Generated Content: A Systematic Review. *Journalism*, 18 (10), 1256-1273.
- Nefes, T. S. (2015). *Online Anti-Semitism in Turkey*. New York: Palgrave Macmillan.
- Neuman, W. L. (2013). *Toplumsal Araştırma Yöntemleri: Nitel ve Nicel Yaklaşımlar*. Ankara: Yayın Odası.
- O'Reilly, T. (30 Eylül 2005). What Is Web 2.0: Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software. Erişim 26 Mart 2018, <http://facweb.cti.depaul.edu/jnowotarski/se425/What%20Is%20Web%20point%20.pdf>.
- Reuters Institute for the Study of Journalism (2016). *Digital News Report 2016*. Erişim 7 Haziran 2018, <http://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/research/files/Digital%20News%20Report%202016.pdf>.
- Reuters Institute for the Study of Journalism (2017). *Digital News Report 2017*. Erişim 7 Haziran 2018, https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/Digital%20News%20Report%202017%20web_0.pdf?utm_source=digitalnewsreport.org&utm_medium=referral.
- Reuters Institute for the Study of Journalism (2017a). *Digital News Report 2017: Turkey Supplementary Report*. Erişim 7 Haziran 2018, <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2017->

11/Turkey%20Digital%20News%20Report.pdf.

Turan, E. A. (2013). Yeni Medya Ortamlarında Üre-Tüketicilik ve Katılım Olgusu: Ekşi Sözlük ve Okan Bayülgen'in Talk Show'unda Etkileşim. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Başkent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Son-Turan, S. (2016). The Blooming Student Loan Crisis in Turkey. FinanDebt 2016 3rd International Conference on Debt Crises and Financial Stability Proceedings Book içinde (7-12). Erişim 1 Nisan 2018, https://www.researchgate.net/profile/Semen_Son_Turan/publication/317007485_The_Blooming_Student_Loan_Crisis_in_Turkey/links/591df331aca272d31bcda0ed/The-Blooming-Student-Loan-Crisis-in-Turkey.pdf.

Türk, G. D. (2017). Sanal Cemaatler ve Türkiye'de Siyasal Kutuplaşma. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Uzunoglu, S. (2015). Bir Postmodern İntiharın Ardından Ekşi Sözlük'te Kanaatlerin Oluşumu ve Grupların Biçimlenme Süreçleri. E-journal of Intermedia, 2 (2), 424-439. Erişim 31 Mart 2018, <http://intermedia2.ticaret.edu.tr/index.php/intermedia/article/view/37>.

Yalçın, N. (2015). Sosyal Medyada Simgesel Şiddet: Ekşi Sözlük Örneği. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Yaşa, H. (2017). Nefret Söylemi İnşasında Sosyal Medyanın Rolü: Ekşi Sözlük Örneği. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Yıldırım, S. (2015). Türkiye'deki Konuşmalarda Suriyeli Sığınmacıların Sosyal İnşası: Sosyal Medya ve Açıklayıcı Repertuarlar. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Yücel, R. (2017). Yazılı Kültür-Dijital Kültür Bağlamında Mesajın Değişen Yapısı (Örnek Olay: Ana Britannica Ansiklopedisi ile Ekşi Sözlük Karşılaştırması). Yayınlanmamış doktora tezi, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.