



T.C.

ANKARA YILDIRIM BEYAZIT ÜNİVERSİTESİ SOSYAL
BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

**TWITTER GÜNDEM AĞLARI: TWITTER TÜRKİYE
GÜNDEMLERİNİN AĞ TOPLUMU KAVRAMI ÜZERİNDEN
İNCELENMESİ**

DOKTORA TEZİ

ALPEREN KARAPINAR

SOSYOLOJİ ANABİLİM DALI

ANKARA, 2022

T.C.
ANKARA YILDIRIM BEYAZIT ÜNİVERSİTESİ SOSYAL
BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

**TWITTER GÜNDEM AĞLARI: TWITTER TÜRKİYE
GÜNDEMLERİNİN AĞ TOPLUMU KAVRAMI ÜZERİNDEN
İNCELENMESİ**

DOKTORA TEZİ

ALPEREN KARAPINAR

SOSYOLOJİ ANABİLİM DALI

TEZ DANIŞMANI

PROF. DR. EMRAH AKBAŞ

ANKARA, 2022

ONAY SAYFASI

Alperen Karapınar tarafından hazırlanan Twitter Gündem Ağları: Twitter Türkiye Gündemlerinin Ağ Toplumu Kavramı Üzerinden İncelenmesi” adlı tez çalışması aşağıdaki jüri tarafından oy birliği / oy çokluğu ile Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyoloji Anabilim Dalı’nda Doktora tezi olarak kabul edilmiştir.

Jüri Üyesi	Kurumu	İmza
Prof. Dr. Emrah Akbaş	Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi,	
Kabul ☐	Red ☐	İnsan ve Toplum Bilimleri Fakültesi, Sosyoloji Bölümü.
Prof. Dr. Ramazan YELKEN	Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi,	
Kabul ☐	Red ☐	İnsan ve Toplum Bilimleri Fakültesi, Sosyoloji Bölümü.
Doç. Dr. Sefer KALAMAN	Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi,	
Kabul ☐	Red ☐	İnsan ve Toplum Bilimleri Fakültesi, Yeni Medya ve İletişim Bölümü
Prof. Dr. Sıtkı YILDIZ	Polis Akademisi, Güvenlik Bilimleri	
Kabul ☐	Red ☐	Enstitüsü, Suç Araştırmaları Bölümü
Doç. Dr. Aydın AKTAY	Sakarya Üniversitesi, Fen Edebiyat Fakültesi,	
Kabul ☐	Red ☐	Sosyoloji Bölümü

Tez Savunma Tarihi: 05.09.2022

Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyoloji Anabilim Dalı’nda Doktora tezi olması için şartları yerine getirdiğini onaylıyorum.

Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürü

Prof. Dr. Yaşar YİĞİT

BEYAN

Bu tez çalışmasının kendi çalışmam olduğunu, tezin planlanmasından yazımına kadar bütün aşamalarda patent ve telif haklarını ihlal edici etik dışı davranışımın olmadığını, bu tezdeki bütün bilgileri akademik ve etik kurallar içinde elde ettiğimi, bu tezde kullanılmış, olan tüm bilgi ve yorumlara kaynak gösterdiğimi beyan ederim.

Alperen Karapınar





Anneme, Babama ve Eşime ithaf olunur...

TEŞEKKÜR

Doktora sürecimin başlangıcından itibaren zor bir sürecin beni beklediğini biliyordum. Bütün genç insanlar gibi ben de dâhi olmak için yola çıktım, ama acı bir tebessüm bunu engelledi diyor Lawrence Durrell. Coşkun ve kabına sığmaz bir enerji ile yola çıktığım bu sürecin sonunda ne kadar yorulduğumu tezimi sonlandırırken anlıyorum. Bu süreçte bana acı bir tebessümü deneyimleten de şüphesiz pandemi süreci olmuştur.

Uludağ Üniversitesi son sınıf öğrencisi olan bana Prof. Dr. Hüsamettin Arslan'ın yönelttiği “mezun olduğunda hangi alana yöneleceksin?” sorusuna verdiğim “iletişim sosyolojisi” cevabının üzerinden tam 7 yıl gibi bir süre geçti. İlk teşekkürümü fikri dünyamı büyük oranda etkileyen ve sosyolojik düşünebilme kabiliyetimi bana kazandıran Uludağ Üniversitesi Sosyoloji bölümünün büyük hocası rahmetli Prof. Dr. Hüsamettin Arslan'a ve hâlihazırda bölüm başkanı olan sayın Prof. Dr. Bengül Güngörmez'e ediyorum.

Bu tezin fıkırsel anlamda doğmasında Sakarya Üniversitesi Kültürel Çalışmalar bölümünde yapmış olduğum Yüksek Lisansın ve Prof. Dr. Besim Dellaloğlu'nun da payı büyüktür. Bu vesileyle şükranlarımı sunuyorum.

Ankara Yıldırım Beyazıt üniversitesinin Sosyoloji bölümünde doktora sürecim boyunca zahmet verdiğim değerli asistan hocalara başta Dr. Bahattin Cizreli olmak üzere teşekkür ederim. Ayrıca tez sürecim boyunca tezime birçok açıdan katkı veren çokça yararlandığım Prof. Dr. Zafer Çelik'e teşekkür ederim.

Tezimin temeli ve konusu büyük oranda Prof. Dr. Ramazan Yelken hocamdan almış olduğum derslerde oluştu. Bazı hocalar, hocalar yetiştiren büyük hocalardandır. Bu anlamda ne şanslıyım ki Ramazan Yelken'in talebesi olabildim. Sayın Hocama minnettarım.

Bu tez yazım süreci boyunca yaşadığım olumsuzlukların ardından son kertede en büyük şansım Prof. Dr. Emrah Akbaş ile çalışma fırsatı bulabilmektir. İlgili, motive eden ve harekete geçiren yaklaşımı bu tezin neticelenmesinin en önemli nedenlerindendir.

Tezimle danışman hocam gibi yakından ilgilenen, çok geç tanıştığımıza hayıflandığım, tezimin iletişim bilimlerine dair olan kısmındaki yaklaşımlarda alana hakimiyetinden faydalandığım sayın Doç. Dr. Sefer Kalaman'a teşekkür ederim.

Tez savunma toplantısında jüri üyelerim Prof. Dr. Sıtkı Yıldız'a ve Doç. Dr. Aydın Aktay'a yaklaşımları ve ilgileri için teşekkürlerimi sunuyorum.

Doktora sürecimin başlangıcından itibaren tüm aşamaları birbirimize destek olarak, motive ederek yürüttüğümüz yol arkadaşım sevgili dostum Dr. Sinan Karabıyık'a, yine aynı süreci birlikte adımladığımız Dr. Yılmaz Can'a ve Hüseyin Damak'a da teşekkürlerimi sunuyorum. Ayrıca tez sürecinde tanıştığım, yakın ve ilgili yaklaşımından ve hocalığından yararlandığım değerli hocam Prof. Dr. İbrahim Sezgül'e minnettarım. Ayrıca çok değerli dostum Mehmet Emre Yurtsever'e de teşekkür etmeliyim.

Tez yazmanın metin örmek ve araştırma yapmak dışında bir de aile hayatına büyük bir etkisi vardır. Bu süreçte sevgili eşim Zeynep Merdan Karapınar'a büyük bir teşekkür borçluyum. Tezimin nihayete ermesinin en büyük harekete geçiricilerinden biri eşimin bu süreçte bana vermiş olduğu desteğidir. Fedakârlık gerektiren, kimi zaman eşime ve aileme harcamam gereken vakti tezime harcamamı gerektiren bu süreçte kendisine ne kadar teşekkür etsem azdır.

Fedakârlıklarını, bana vermiş oldukları motivasyonu ve duymuş oldukları güveni hep hissettiğim, maddi manevi tüm desteklerinden ötürü sevgili annem Betül Karapınar'a ve babam Alpaslan Karapınar'a minnetimin en büyük ifadesini sunuyorum. Onlar olmasaydı tüm bu sürecin üstesinden gelemezdim.

Ayrıca tezime katkılarından ötürü hayattaki tek kardeşim Necip Fazıl Karapınar'a, tezimle bir hoca gibi ilgilenen ve bu süreçte yardımlarını benden esirgemeyen dayım Prof. Dr. Birol Çetin'e teşekkür ederim.

Tez sürecim boyunca hayatıma dahil olan adını anamadığım tüm arkadaşlarıma ve dostlarıma teşekkür ederim. Bursa ile başlayıp, Ankara'da devam eden akademik maceramın tüm aşamalarında yoğun bir emek var. Bu yolculuğun devamı için de vereceğim emek sonlu değildir. Benim gibi tez yazmanın o zor patikalarında yürüyen tüm dostlarıma başarılar dilerim.

ÖZET

Twitter Gündem Ağları: Twitter Türkiye Gündemlerinin Ağ Toplumu Kavramı Üzerinden İncelenmesi

Gerçekliğin inşa edilmesi hakikati görünmez kılar. Hakikatin görünmemesi durumu ise en çok göstergelerin en yoğun olduğu bu çağda karşımıza çıkıyor. Toplumsal gerçekliğin inşası da siber uzamda gerçekleşiyor. Siber uzamda, sosyal medya; sosyal medya için de Twitter yeni toplumsallığın bilinç dışını yansıtan en büyük araca dönüşüyor. Yeni toplumsallığın bilinç dışını keşfetmek için sosyal bilimlerin disipliner yaklaşımlarının odağı, bu uzamdaki insanın kendisine yöneliyor. Fakat, bu yeni insan görünmeden görebilmenin mümkün olduğu bir mekâna mensuptur. Bu sebeple sosyal medya toplumsallığının en yoğun görüldüğü mecra olan Twitter’da kullanıcılar aracılığıyla bu yeni insanın doğurduğu yeni topluma dair fikirler ortaya koyabiliriz. Bu tez çalışması da Twitter Türkiye odağında belirlenmiş olan gündemlerden yola çıkarak Twitter profillerini mercek altına almayı hedeflemektedir.

Twitter’daki toplumsallığı açığa çıkarmak ve toplumu oluşturan öznelere incelemek için öncelikle gündemler üzerinden bir yaklaşım kurulmalıdır. Bu çalışmada hashtaglerden oluşan 4 adet gündem, gündem olma süreçleri ile bölüntülenerek seçilmiştir. Bu gündemler ile ilgili atılmış olan tweetler önce Twitter Gündem Analizine daha sonra Twitter Profil Analizine sokulmuştur. İncelenen tweetlerin sahibi olan kullanıcıların Twitter profilleri attıkları son 1000 tweet üzerinden analize tabi tutulmuştur. Bunun sonucunda ise en sık kullandıkları kelimeler kelime bulutu haline getirilerek yorumlanmıştır. Araştırmanın veri toplama sürecinde R-Studio programı kullanılmıştır. Araştırma, Nitel araştırma desenlerinden temellendirilmiş kuram yaklaşımı ile tasarlanmış, Ağ toplumu kavramı ile kavramsal çerçevesi oluşturulmuştur. Sonuçta temellendirilmiş kuramın kullanım hedefi olan kuram geliştirme araştırmanın sonunda ortaya çıkartılmıştır. Keşif nosyonunun ön planda olduğu bu çalışmada araştırmacı aynı zamanda bir katılımcı olarak kurgulanmış, analiz ve yorumlamalar için tecrübeleri araştırmaya dahil edilmiştir. Bu çalışmayla amaçlanan Twitter Türkiye’deki ağ toplumu yapısının nasıl incelenebileceği, Twitter gündemlerinin bu incelemeyi nasıl etkilediğini analiz etmek ve yöntemsel bir bakış açısı sunmaktır. Bu amaç doğrultusunda Twitter Gündem Ağları kavramı bir kuram olarak inşa edilmiş yöntemsel bir alternatif olarak literatüre sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Twitter, R-Studio, Gündem, Ağ Toplumu, Temellendirilmiş Kuram.

ABSTRACT

Trend Networks of Twitter: Examining Trends of Twitter Turkey Through the Concept of Network Society

Reality being built makes the truth invisible; the truth being invisible on the other hand is most frequent in this day and age where the signs are most intense. Additionally, construction of social reality takes place in cyber space. In cyber space, social media; and in social media, Twitter transforms into the biggest device that represents the unconscious of neo-collectivism. In order to discover the unconscious of neo-collectivism, disciplinary paradigms of social sciences' focus gravitates towards the very person in this space. However, this new person belongs to the realm in which it is conceivable to see without being seen. For this particular reason, on Twitter, the channel where collectivism of social media is within sight the most, we can bring forward ideas via users on a new society, given birth by this new person. With that being said, this thesis study aims to scrutinize Twitter profiles by looking at the trends designated at the center of Twitter Turkey. In order to unveil the collectivism on Twitter and analyze the agents forming the society, it is a necessity to forge a paradigm via trends. In this study, four trends comprised of hashtags with their process of becoming trends are selected via partitioning. Afterwards, the tweets posted with respect to these trends were put in Twitter Trends Analysis, and then Twitter Profile Analysis respectively. Twitter profiles of the users that own the said analyzed tweets were put in analysis by their last 1000 tweets. Therefore, the most frequently used words were interpreted after having them generated into a word cloud. The computer programme used on data acquisition process was R-Studio and this process was conveyed in detail. The study was designed with one of the qualitative research designs, the grounded theory, and the frame of conceptional contents was constituted with the concept called network society. In conclusion, theoretical sampling, the intended purpose of said grounded theory was unraveled at the end of this study. This study, in which the notion of discovery is in the foreground, the researcher was fictionalized also as a participant and the researcher's experiences were included for analysis and interpretations. Intended with this research is to analyze how Twitter trends affect this research, how to examine the structure of network society on Twitter Turkey and present a procedural point of view. In line with this purpose, the concept of Twitter Trends Network was constructed as a model and was given place in literature.

Keywords: Twitter, R-Studio, Trends, Network Society, Grounded Theory

İÇİNDEKİLER

ÖZET	i
ABSTRACT	ii
İÇİNDEKİLER	iii
SİMGELER ve KISALTMALAR DİZİNİ.....	vi
ŞEKİLLER DİZİNİ	vii
TABLolar DİZİNİ.....	xi
1. GİRİŞ.....	1
2. TEORİK ART ALAN.....	16
2.1. Ağ Toplumu Üzerine	18
2.1.1. Sosyal Medya ve Ağ Toplumu	23
2.1.2. Twitter ve Ağ Toplumu	26
2.2. Enformasyon ve Gündem Üzerine.....	29
2.2.1. Enformasyon kavramı bu araştırma için ne ifade ediyor?	32
2.2.2. Gündem kavramı bu araştırma için ne ifade ediyor?	35
2.3. Görünmez Kimlikler	37
2.3.1. Twitter Kimlikleri	39
2.3.2. Görünmez Kimliklerin Görünümü	43
2.4. Twitter Uzamı, Kamusal Alan ve Siber Uzam	46
2.4.1. Kamusal Alan	48
2.4.2. Siber Uzam	50

2.4.3. Twitter Uzamı	51
2.5. Temellendirilmiş Kuram.....	52
3. ARAŞTIRMA SÜRECİ VE YÖNTEM	58
3.1. Veri Toplama Araçları.....	59
3.1.1. Twitter Advanced Search (Twitter Gelişmiş Arama)	60
3.1.2. Twitter API ve R-Studio	61
3.2. Veri Analiz Uygulamaları.....	64
3.2.1. Twitter Gündem Analizi	65
3.2.2. Twitter Profil Analizi.....	117
4. BULGULAR.....	157
4.1. Twitter Gündem Analizine Dair Kategoriler ve Temalar	158
4.1.1. Tema 1: Profil Tipi	159
4.1.2. Tema 2: Hashtag Kullanımı	162
4.1.3. Tema 3: Enformasyon Kaygısı	164
4.1.4. Tema 4: Dil Kullanımı	171
4.1.5. Tema 5: Gündem Kullanımı	176
4.2. Twitter Profil Analizine Dair Kategoriler ve Temalar	183
4.2.1. Tema 1: Profil Ağları.....	183
4.3. Kuram: Twitter Gündem Ağı.....	189
4.4. Araştırmacının Özdeşünümseiliği	193
5. SONUÇ, ÖNERİLER VE TARTIŞMA	196
6. KAYNAKLAR	208
7. EKLER	220

EK-1. PROFİL TİPLERİ	220
EK-2. DİL KULLANIMI	221
EK-3. HASHTAG KULLANIMI	222
EK- 4. ENFORMASYON KAYGISI.....	223
EK-5. GÜNDEM KULLANIMI	224
EK-6. KATEGORİLER, TEMALAR ve ÇEKİRDEK KATEGORİ.....	225
EK-7. ARAŞTIRMACININ NOTLARI	226
EK-8. TWITTER MAİL TRAFİĞİ	227

SİMGELER ve KISALTMALAR DİZİNİ

TGA : Twitter Gündem Analizi

TPA : Twitter Profil Analizi

WWW : World Wide Web

API : Application Programming Interfaces

ISS : Invisible Society of Sociology

DM : Direct Message



ŞEKİLLER DİZİNİ

Şekil 1. Fahrettin Koca'nın Temmuz 2019- Temmuz 2021 tarihleri arasında attığı 10.000 tweetin etkileşim grafiği	68
Şekil 2. Fahrettin Koca'nın 15 Mart-15 Nisan 2020 tarihleri arasında attığı tweetlerde en sık kullandığı kelimeler	69
Şekil 3. Fahrettin Koca'nın 15 Mart-15 Nisan 2020 tarihleri arasında attığı tweetlerde en sık kullandığı söz öbekleri	70
Şekil 4. A1 Tweeti	71
Şekil 5. A2 Tweeti	72
Şekil 6. A3 Tweeti	73
Şekil 7. A4 Tweeti	74
Şekil 8. A5 Tweeti	75
Şekil 9. A6 Tweeti	76
Şekil 10. A7 Tweeti	77
Şekil 11. A8 Tweeti	78
Şekil 12. A9 Tweeti	79
Şekil 13. Gündemin Kaynağı Olan Tweet	81
Şekil 14. B1 Tweeti	82
Şekil 15. B2 Tweeti	83
Şekil 16. B3 Tweeti	84
Şekil 17. B4 Tweeti	85
Şekil 18. B5 Tweeti	86
Şekil 19. B6 Tweeti	87

Şekil 20. B7 Tweeti	88
Şekil 21. B8 tweeti	89
Şekil 22. B9 Tweeti	90
Şekil 23. C1 Tweeti	95
Şekil 24. C2 Tweeti	96
Şekil 25. C3 Tweeti	97
Şekil 26. C4 Tweeti	98
Şekil 27. C5 Tweeti	99
Şekil 28. #Tamam Hashtagi Kullanılarak Atılmış Örnek Tweet	100
Şekil 29. C6 Tweeti	101
Şekil 30. C7 Tweeti	102
Şekil 31. C8 Tweeti	103
Şekil 32. C9 Tweeti	104
Şekil 33. C10 Tweeti	105
Şekil 34. Metoo hareketinin Sosyal Medya'daki ilk söylemi	106
Şekil 35. D1 Tweeti	107
Şekil 36. D2 Tweeti	108
Şekil 37. D3 Tweeti	109
Şekil 38. D4 Tweeti	110
Şekil 39. D5 Tweeti	111
Şekil 40. D6 Tweeti	112
Şekil 41. D7 Tweeti	113
Şekil 42. D8 Tweeti	114

Şekil 43. D9 Tweeti.....	115
Şekil 44. D10 Tweeti.....	116
Şekil 45. A1 Kelime Bulutu	119
Şekil 46. A2 Kelime Bulutu	120
Şekil 47. A3 Kelime Bulutu	121
Şekil 48. A4 Kelime Bulutu	122
Şekil 49. A5 Kelime Bulutu	123
Şekil 50. A6 Kelime Bulutu	124
Şekil 51. A7 Kelime Bulutu	125
Şekil 52. A8 Kelime Bulutu	126
Şekil 53. A9 Kelime Bulutu	127
Şekil 54. B1 Kelime Bulutu	128
Şekil 55. B2 Kelime Bulutu	129
Şekil 56. B3 Kelime Bulutu	130
Şekil 57. B4 Kelime Bulutu	131
Şekil 58. B5 Kelime Bulutu	132
Şekil 59. B6 Kelime Bulutu	133
Şekil 60. B7 Kelime Bulutu	134
Şekil 61. B8 Kelime Bulutu	135
Şekil 62. B9 Kelime Bulutu	136
Şekil 63. C1 Kelime Bulutu	137
Şekil 64. C2 Kelime Bulutu	138
Şekil 65. C3 Kelime Bulutu	139

Şekil 66. C4 Kelime Bulutu	140
Şekil 67. C5 Kelime Bulutu	141
Şekil 68. C6 Kelime Bulutu	142
Şekil 69. C7 Kelime Bulutu	143
Şekil 70. C8 Kelime Bulutu	144
Şekil 71. C9 Kelime Bulutu	145
Şekil 72. C10 Kelime Bulutu	146
Şekil 73. D1 Kelime Bulutu	147
Şekil 74. D2 Kelime Bulutu	148
Şekil 75. D3 Kelime Bulutu	149
Şekil 76. D4 Kelime Bulutu	150
Şekil 77. D5 Kelime Bulutu	151
Şekil 78. D6 Kelime Bulutu	152
Şekil 79. D7 Kelime Bulutu	153
Şekil 80. D8 Kelime Bulutu	154
Şekil 81. D9 Kelime Bulutu	155
Şekil 82. D10 Kelime Bulutu	156
Şekil 83. Twitter Gündem Ağı	192

TABLÖLAR DİZİNİ

Tablo 1. Araştırma Projesine bakış (Maalej & Robillard, 2012, s. 3)	62
--	----



1. GİRİŞ

*The first twitter of Spring, How melodious its ring
The first twitter of Spring,
How melodious its ring, its ring.
Song birds that flit,
Singing cheerily twit, twitter twit, tra la la, tra la
(Callcott, 1863: 1-7)¹*

Sosyal medya toplumu adeta bir görünmez toplumdur. Bu görünmezlik şeffaflığın ötesinde bir zahir olmayanı işaret etmektedir. Sosyal medya toplumu söylemi problemlili bir kavram olarak görülebilir. Fakat sosyal medya kullanıcılarının oluşturduğu topluluklar fiziksel toplumdaki yapıyla devamlı olarak mukayese edilerek belirlenegelmiştir. Metaverse kavramının tartışıldığı günümüz *post-truth* çağında sosyal medya içerisinde ontolojik arayış kendi özerkliğini yavaş yavaş ilan etmektedir. Özellikle sosyal bilimlerin, dijital çağın ve bu çağın kültürünün gerekliliklerini analiz ederek bir yol haritası çizmesi zorunlu bir eylemdir. Ayrıca 19. ve 20. Yüzyıl toplumlarını incelerken kullanılan alet çantası bu çağda ortaya çıkan toplumu incelemekte yetersiz kalmaktadır. Günden güne gelişen teknoloji insanı belirlediği gibi toplumu da belirlemiş gerek dil gerek kültür gerekse gündelik pratikler ve sosyalizasyon süreçleri bu değişimden nasibini almıştır. Dolayısıyla bu çağda sosyal bilimlerin fiziksel topluma yönelik perspektiflerini kurarken dijital kültürden ve özellikle sosyal medyadan bağımsız olmaları bilimsellik iddiası ile bağdaşmaz.

Siber uzam ve sosyal medyanın gelişmesi farklı araştırma sahalarının oluşumuna zemin hazırlamıştır. Özellikle sosyal medyada oluşan toplumsal söylem ve daha ileri bir söylemle toplumsal bilinç global ölçekte bir belirlenime sebep olmaktadır. Kısacası sosyal medya artık dünyayı yerinden oynatabilecek denli güçlü bir kaldıraç vazifesi görebilir. Kaldıraç metaforu bu noktada sosyal medyanın küresel ölçekteki etkisini betimlemek için iyi bir kavramdır. Sosyal medyanın gücü tıpkı bir kaldıraç gibi denge dinamiklerini kullanarak bir hareket sağlar. Bu hareket bir trafiği doğurmakta ve

¹ Çeviri: Baharın ilk cıvıltısı, Ne de ezgili çınlaması / Baharın ilk cıvıltısı, Ne de ezgili çınlaması, çınlaması. / Kuşlar uçuyor, ötüşüyor, Neşeyle şarkı söylüyor şakıyor da şakıyor, şakıyor da şakıyor, tra la la, tra la, (Callcott, 1863: 1-7)'dan aktaran Murthy, D. 2012.

iletişimsel alışverişi sağlamaktadır. Genel itibarıyla bu yapı devasa ölçüde bir Ağ Yapısını içermektedir. Ağ yapıları, yalnızca sosyal medya ile kısıtlı bir alan değil dünyanın tüm iletişimsel yapılarını birbirine bağlayan bir sistemdir. Ağ bilimi bu yüzden günümüzde oldukça önemli bir işleve sahiptir.

Ağlar arası ilişkiler ve ağ sistemi yapısı özellikle bilgisayar ve internet için temel bir düşünce sistemidir. Fakat 20. Yüzyıl'ın son çeyreğinde milenyum sonrası için geleceğe dair fikirler ortaya atan düşünürler bilgisayarın ve ilksel internet gelişmelerinin doğuracağı sonuçları tutarlı bir şekilde öngörememişlerdir. Yanı sıra Manuel Castells'in Ağ toplumu analizi, toplumsal yapıların ağlar benzeri yapılar gibi kurulduğunu ortaya atmış enformasyon yayılımının ve iletişimin ağ toplumu kavramı için ne kadar önemli olduğuna dair teoriler sunmuştur.

Ağ toplumunun sosyal medyaya yansıması karmaşık bir ilişki gibi gözükebilir. Çünkü ağ biliminin veya ağ yapılarının aynı zamanda internet teknolojilerini de belirlediği bilinmektedir. İnternet mimarisi bu ağ yapılarının temellerinden beslenmekte, yapısal olarak bizatihi bir ağ sistemini içinde barındırmaktadır. Ağ örüntüleri iletişimsel trafiği hızlandırarak enformasyon yayılımını artırmakta, ağların hacmi bu sebeple genişlemektedir. Bu geniş alan içerisinde Web 2.0'dan sonraki insanın da bu ağlara dahil olabildiği yapıların oluşmasına olanak sağlamıştır. Metaverse gibi kavramlar bu teknolojik ilerlemelerin bir sonucudur. Sanal veya dijital bir evrende yeni bir medeniyet kurmak ve sanal dünya ile fiziksel dünyanın ilişkisini amorf bir hale dönüştürmek muhtemel geleceğin ayak sesleridir.

Yenilikler arttıkça söylemler ve dolayısıyla kültür bu değişimden nasibini alır. Yeni olan, teknolojiyi ve daha da önemlisi iletişim yöntemlerini etkiler. İletişim değiştikçe toplumsal olana ve kültüre sirayet eder. Bağlantılı olarak bu yenilik kültürü, dili, yaşam pratiklerini ve toplumu değiştirir. Fakat toplumsal bilincin dışavurum ihtiyacı bir sabite olarak varlığını sürdürür. Toplumsal bilinç kamusal alanda kendini faş eder. Bu doğrultuda yeni medyanın toplumsal dışavurumu kolaylaştırması birçok sosyal medya platformunun doğmasına ön ayak olmuştur. Facebook, Instagram, Twitter gibi platformların yanında Reddit, Discord, Youtube, Flickr, vb. platformlarda da insanlar çeşitli topluluklar oluşturarak iletişim ağlarında var olabilirler. Tüm bu alanlar içerisinde Twitter fikir bildirimi ve güncel olana dair en hızlı ve en doğrudan iletişim biçimi olarak diğer platformlardan ayrılmaktadır. Bunun sebebi tüm platformların benzer saiklerle

ilerlemesinin yanında fikir bildirimi ve toplumsal söylemin Twitter üzerinden rahatlıkla okunabilir ve veri olarak çekilerek incelenebilir olmasındaki kolaylıktan ileri gelmesidir.

Twitter'ın bir toplumsal yapıyı barındırdığı artık kabul edilmiş bir durumdur. Bu durum temel alındığında Twitter içinde yer alan tüm söylemler bu toplumun sözsel varlığının kanıtı niteliğini taşır. Bu söz dizimlerinin tamamının kod açımı ve yorumlanması entelektüel bir faaliyetten uzak görülebilir fakat Twitter araştırmacıya istediği ve aradığı şeyleri vermek konusunda tüm imkanlarıyla açıktır. Bu araştırmada da bu açık erişimin nimetlerinden faydalanılmıştır. Spesifik konular etrafında bir gündem araştırmasından ziyade o gündemler hakkında fikir bildiren kişilerin bir anlamda netnografileri çıkartılması, kimlik tiplerinin analiz edilmesi hedeflenmiştir. Twitter Türkiye'de gündem yoğunlukları bundan önceki çalışmalarda da haritalandırılmış ve birçok konu hakkında Twitter üzerine araştırmalar yapılmıştır. Bu araştırmanın yapıldığı süreçte bile birçok yayın ortaya konulmuş ve Twitter araştırmalarında yöntemsel çerçeve genişlemiştir. Bu araştırma 2019'dan bu yana sürmekte olduğu için Dünya'da hızla değişen gündemler, yeni teoriler ve çalışmalar konunun gidişatını pozitif yönde etkilemiştir. Bu alanda literatür her ne kadar genişlese de ortadaki verinin büyüklüğü ve sosyal medya toplumsallığının geçişliliği ve akışkanlığı sabit ve tutarlı teorilerin bir süre geçtikten sonra işlevselliğini kaybetmesini doğurmaktadır. Bu sebeple ele alınan konunun süreğenliği göz önüne alınmalı ve bu alanda yapılacak olan yeni çalışmalara zemin hazırlanmalıdır. Örneğin; bu çalışmada kullanılan veri madenciliği yöntemleri daha önce kullanılmış yöntemlerdir. Fakat ölçeklendirmeler ve analiz etme süreçleri karma bir yapıda ilerlemiş, keşif nosyonu ön planda tutulmuştur. Bu keşif nosyonu araştırmanın en genelinde kullanılan temellendirilmiş kuram araştırma deseni ile bir ilişki içindedir. Bu araştırma bir kazı çalışması tahayyülü ile ilerlediği için karşılaşılan durumlar sosyolojik bakış açısı ile değerlendirilmiş ve bu alandaki literatür ile birlikte düşünülmüştür.

Toplumsallık, kendisini oluşturan bireylerden bağımsız bir şey değildir. Toplum tek teklerden oluşur fakat onlardan daha fazla bir şeydir. Bu durumda topluma dair bir fikir kurulurken o topluma dahil olan kişilerin de değerlendirilmesi gerekmektedir. Sosyal medya için de geçerli olan bu durum, kültürel olarak organik bir şekilde oluşmuş durumdadır. Özellikle en genel ayırım trol, anonim hesap, mavi tik almış fenomenler gibi sınıfsal veya karakteristik tipolojiler Twitter içinde kendini göstermektedir. Fakat

Twitter’da devamlı olarak yeni bir karakter ile karşılaşmak mümkündür. Twitter üzerine yapılacak değerlendirmelerde de Twitter kullanıcıların tipolojileri dışarıda bırakılamaz. Örneğin bir saha araştırması için demografik bilgiler çok önemlidir. Fakat Twitter’da bu bilgilerin sağlanması oldukça güçtür. Bunun sebebi olarak sosyal medya kimliklerinin fiziksel dünyadaki kimliklerinden çok daha cüretkâr olmalarından kaynaklanmaktadır. Bu durum anonim kalmak isteyen veya kendini ifşa etmek istemeyen bir kullanıcının kendini açık etmemek için şahsi bilgilerini doğru olarak paylaşması pek nadir bir durumdur.

Twitter araştırmaları için doğrudan Twitter profillerine sorular yöneltilmesi sağlıklı yanıtlar alınamaması ile sonuçlanabilir. Bu durumda yapılması gereken tek tek profillerinin ve tweetlerinin incelenmesidir. Twitter profillerinin incelenmesi çoğu zaman gerçek bir kişiyle yapılan yüz yüze görüşme kadar sağlıklı fikir oluşturmada yetersiz kalır. Fakat gerçek bir kişinin hangi durumlar karşısında nasıl düşündüğünü gözlemek için bir Twitter profili kadar veri sağlanamayabilir. Bu açıdan Twitter profilleri yeterli kıstaslar konulduğunda oldukça geniş bir veri havuzuna dönüşebilmektedir.

Twitter verilerine olan yaklaşımlar çoğunlukla Nicel araştırma kontekstinde ele alınsa da Nitel araştırma yöntemleri kullanılarak Twitter araştırması yapmış birçok çalışma vardır². Ayrıca yine bu iki yöntem yaklaşımının yanı sıra karma yöntem³ olarak adlandırılan yaklaşım da Twitter alanındaki çalışmalarda gözlemlenebilmektedir. Bu çalışma Nicel verilerden çok Nitel araştırma perspektifini benimsemiş, bu yöntemsel bakışın özgürlüklerinden ve avantajlarından yararlanmıştır. Bu kapsamda temellendirilmiş kuram araştırmanın çehresini belirlemiştir. Bunun yanında Twitter Gündem Analizi ve Twitter Profil Analizi olarak belirlenen yöntemsel yaklaşımlarla birlikte gerekli olan ölçeklendirmeler yapılarak veriler bu yaklaşıma göre incelenecektir. Çalışmanın düşünsel zemini hazırlanırken ağ toplumu teorisinin yanında, enformasyon,

² Alanda yapılmış çalışmaları Nitel, Nicel, Karma kıstasları ile ayırmış kapsamlı bir literatür çalışması için bkz. Akkaş, C. 2021, COVID-19’un Sosyal Ağlar Üzerindeki Etkisi: Twitter Örneği içinde Covid 19’un Etkilerinin Sektörel Açısından Değerlendirilmesi, Ekin Yayınları: İstanbul, s. 153-175

³ Bu alanda yapılmış kapsamlı çalışmalardan biri için bkz. Binark M., Bayraktutan G., vd. *Sosyal Medyada 2011 Genel Seçimleri: Nicel –Nitel Arayüzey İncelemesi*, 2012, Selçuk İletişim, 7, 3,

kimlik, kamusal alan, siber uzam, Twitter uzamı ve gündem yaklaşımları konuları ele alınmıştır.

Tüm bu alanlarda yoğunlaşan literatüre bakıldığında ağ yapıları ışığında Twitter'ı konu alan çalışmalar sosyal ağ analizi yöntemi üzerinde toplanmaktadır (Erkmen vd., 2019; Oktay, HT. 2021; Himelboim, 2017). Özellikle ağ toplumu kavramı üzerine hatırı sayılır bir literatür oluşmuştur (Castells, 2008; Van Dijk, 2018; Levine, 2015).

Sosyal bilimlerin ağ toplumu yapısına veya sosyal medya araştırmalarına eğilirken kullanacağı yöntemler ayrıca bir disiplin halini almıştır. Bu disiplin "Computational Social Science" (Cioffi-Revilla, 2010) ya da *Computational Sociology* adında dünyanın farklı birçok sosyoloji kürsüsünde ders olarak seçilebilecek bir alandır. Dolayısıyla bilgisayarın veya bilgisayar biliminin sosyal bilimlere dahil olması sosyal araştırmalar için büyük kolaylıklar sağlamaktadır. Bu anlamda sosyal medya ve daha özelde Twitter bu saha içerisinde yer almaktadır. Twitter üzerine yapılan çalışmalarda, ileri söylemlerle, Twitter'ın kendisinin bizzatı bir araştırma yöntemi olduğunu savunan araştırmacılar görülmektedir (Stewart, 2018).

Ağ toplumuna dair Twitter üzerine olan bu araştırma gündem belirlemelerini Twitter profillerini tespit edebilmek için seçmiştir. Bu noktada gündemler rastgele seçilmemiş belirlenmiş olan değişkenler üzerine bina edilmiştir. Döngüsel bir hareketin gerçeklik ve Twitter üzerinden gerçekleştiği bu kurguda Twitter'dan gerçekliğe, gerçeklikten ise Twitter'a doğru bir seyir izleyen gündemler belirlenmiştir. Bu hareket gündemin ve enformasyonun yolculuğunun nerede başladığı ve nerede sürdüğünü ayırt edebilmek içindir. Ayrıca bu ikili ayrım kendi içerisinde de ayrılmıştır: sanal olandan genel olana ve yine genel olandan sanal olana; aynı şekilde soyut olandan somut olana ve somut olandan soyut olana doğru bir hareket söz konusudur. Soyut olanın sanal olandan farkı, sanal olanın temsili yazılı söz dizilimlerinden oluşmasıdır. Soyuta atfedilen bu anlam bir yönüyle yanlış veya uydurulmuş gündemleri, enformasyonu ifade etmek için kullanılmıştır. Gerçeklikten Twitter'a doğru giden bir olay iki kolda incelenmiştir. Birincisi genelden sanala, sanaldan genele başlığı taşımaktadır. Bu ayrım kurulurken seçilen covid-19 gündeminin nerede başlayıp gündem olarak nerede devam ettiği ve sonrasında tekrar başladığı yere nasıl döndüğünü tespit etmek gerekmiştir. Bu akışa uyan başka gündemler olabilir fakat araştırmanın yapıldığı tarihlerde bu plana uyumlu olan gündem covid-19 gündemidir. Aynı şekilde ikinci başlık olan soyuttan

somuta, somuttan soyuta: Atatürködedi gündemi de bu akışa benzer bir seyir izlemektedir. Soyut kavramıyla kastedilen ifade yukarıda bahsedildiği gibidir. Bu gündem örneğinin seçilmesinin sebeplerinden biri yanlış enformasyonun yayılması ve bir süre sonra doğru olduğu kabulüne kadarki süreci analiz etmek için anlamlı veriler barındırmasıdır. Bu gündemin gerçeklikte başlayarak Twitter’da gündem olması olayın gerçekleştiği anlamına gelmez. Buradaki gerçeklik kavramı fiziksel olana yani dünyada olup bitene bir göndermedir.

Gündem belirlemeleri için yapılan ikinci kıstas Twitter’da gerçekliğe doğru olan akışı analiz etmek için kurulmuştur. Tıpkı birincide olduğu gibi iki kısımda incelenmiştir. Bu sefer ilk kısımdaki akışın tersi yöndeki hareketine uygun gündem örnekleri seçilmiştir. Bu gündemler Tamam-Devam gündemi ve Metoo gündemi olarak belirlenmiştir. Seçilen gündemlerin tamamı ve neden seçildikleri yöntem bölümünde detaylıca açıklanacaktır.

Araştırmanın kurgulanmasında ilk bölüm araştırmanın problemine, metodolojisine, sınırlılıklarına, amacına ve sorularına ayrılmıştır. Bu bölümde yöntem bölümüne kadarki sürecin nasıl işlediği ve araştırmanın hangi temellerin üzerine inşa edildiği açıklanacaktır. Literatüre dair kısa bir bakışın ardından ikinci bölüm olan teorik art alana dair bir kapı açılacaktır.

İkinci bölüm araştırmanın geneli itibariyle kullanılmış olan kavram ve teorilere literatürde var olan çalışmalarla bir dayanak oluşturmak hedeflenmiştir. Araştırma boyunca gündem, kimlik, Twitter uzamı, kamusal alan, enformasyon gibi kavramlar bulgular ve veri kodlama aşamalarında sıkça kullanılmış ve kategorilendirmelerde bu kavramlar üzerinden yeni isimlendirmeler kurgulanmıştır. Araştırmanın yöntemi olarak belirlenen temellendirilmiş kuram deseninin teorik altyapısı açıklanarak bu çalışma için neden kullanıldığı anlatılmıştır. Özellikle araştırmada kullanılan yorumsamacı damar, hermeneutik perspektif, bu bölümden beslenecektir. Ayrıca araştırmacının zihin dünyası ve çözümlemelerinin art alanı için bu bölüm bir nevi kullanım kılavuzu niteliğindedir.

Yöntem bölümünde araştırmanın veri elde etme yöntemleri sıralanacak ve detaylıca anlatılacaktır. Ayrıca araştırmanın yöntemi olan temellendirilmiş kuram yöntemine dair açıklamalar ve bu araştırma için neden önemli olduğu yer alacaktır. Ayrıca veri analiz uygulaması olan R-studio programına dair teorik bilgiler ve bu

araştırmada kullanıldığı aşamalar sunulacaktır. Bu bölüm kullanılan tüm yöntemleri, ölçeklendirmeleri, kodlamaları ve kategorilendirmeleri içerecektir. Kodlama kısmında seçilmiş olan tweetlere dair hem bir içerik analizi hem de bu araştırma içinde oluşturulan Twitter Gündem Ölçeklendirmesi uygulanacaktır. Daha sonra bu tweetleri atan kullanıcıların profillerinde paylaştıkları son 1000 tweette en sık kullandıkları kelimeler kelime bulutu formatına getirilerek analiz edilecektir. Tüm bu analizler devam ederken kategorilendirmeler tamamlanarak bulgular bölümü oluşturulacaktır. Temellendirilmiş kuram yönteminin uygulama safhaları ve şekli itibariyle Hilal Çelik'in Doktora Tezi bu araştırmada örnek alınmıştır (Çelik, 2013).

Bulgular bölümünde yöntem bölümü içinde ele ve kodlanan veriler kategorize edilecektir. Kategoriler daha sonra temalandırılacak ve bu temalar açıklanacaktır. Bu süreç verilere olan yaklaşımın araştırmacının bir Twitter kullanıcısı olarak yorumlaması çevresinde oluşmasına özen gösterilmiştir. Gündemin, profil tiplerinin, enformasyonun, dil kullanımının ve hashtag kullanımının Twitter uzamı içerisinde nasıl okunabileceğine dair keşfe dayalı bir yaklaşım benimsenecektir.

Son bölüm olan sonuç bölümünde ise araştırma soruları cevaplandırılacaktır. Bulgular bölümünde gerçekleştirilen kategorilendirme, temalandırma ve kurma oluşturma aşamaları hakkında genel bir özet yapılacaktır, tüm bu süreç haritalandırılacaktır.

Araştırmanın Problemi ve Metodolojisi

Günümüzde sanal dünyanın inşası sanal gerçekliğin ötesinde bir gerçekliği adeta hakikat gibi üreten bir sürecin içerisinde. Bu süreç sosyal medya ile gelişerek Twitter mecrasında günden güne artarak kendini göstermektedir. Durum buyken sanal kimliğe bürünen insan kendi hakikatini yaratma cüretini kendinde bulduğu bir özgürlük alanı hisseder. Fakat bu özgürlük alanı fiziksel dünyadaki özgürlük alanından oldukça dar bir alandır. Bunun sebebi sosyal mecraların üyelerinin sosyal mecraların yöneticileri tarafından çok büyük ölçüde gözetleniyor ve manipüle ediliyor ve kontrol ediliyor olmasından ileri gelmektedir. Bile isteye bu kontrole göz yuman insanlar feragat ettikleri mahremiyetlerini ve özgürlüklerini başka kazanımlarla ikame ediyor gözükmektedirler.

Bu araştırmanın fikrîsel doğurtucusu araştırmacısının da sosyal medya topluluğunun bir üyesi olmasıdır. Yine bu araştırmanın hangi problemten ortaya çıktığı ve bu problemin ne olduğu şöyle ifade edilebilir; Twitter’da yaşanan adaletsizliklerin ve negatif fenomenlerin sebebi nasıl araştırılabilir? Bu sorunun ortaya çıkması tabii olarak şahsi deneyimlerin sonucudur. Twitter kullanıcılarının bir anomi ortamında suni bir yaşam sürmesi, etiğin ve normsuzluğun hüküm sürmesi, Twitter nedeni ile yaşanan nahoş gelişmeler araştırmanın problemini yavaş yavaş ortaya çıkarmıştır. Örneğin; Twitter gündem analizi için seçilen gündemlerden olan #Metoo hashtagi ile gündem olan toplumsal hareket bir kişinin intiharına sebep olmuştur. Bir intihar vakasının salt Twitter ifşası ile meydana gelmesi, bu mecranın gücüne ve tehlikesine dikkat çekmek için geçerli bir örnektir. Elbette ki daha vurucu veya buna benzer kritik gündem başlıkları çoğaltılabilir fakat araştırma problemi araştırmacının tecrübelerinden beslenmektedir ve bu tecrübeleri bilimsel bir perspektifle incelemek araştırma için oldukça önemlidir.

“Twitter üzerinden okunacak olan sosyal durumlar hangi gözlüklerle okunmalıdır?” sorusu ile hareket eden bu araştırma için Twitter gündemleri üzerinden Twitter kimliklerini araştırmak son derece işlevseldir. Bu minvalde sosyolojik bir okuma bu araştırma için Twitter sosyolojisi veya sosyal medya sosyolojisi gibi isimlendirmeleri beraberinde getirmektedir. Araştırmacının karşılaştığı intihar vakası tıpkı Emile Durkheim’ın (2011) sosyolojinin sıfır noktasını inşa ederken temel aldığı “köyden kente göç arttıkça intihar oranı artar” önermesinde olduğu gibi kritik bir durumu işaret etmesi bakımından ilginç bir tesadüftür. Bu araştırma özelinde Durkheim’ın önermesine öykünerek “İntiharın yaşandığı yerde sosyoloji de vardır” söylemini kurabilmek mümkündür. Bu noktada da sosyal medya sosyolojisi ya da Twitter sosyolojisi kavramsal olarak kendini bulmuş olur.

Twitter sosyolojisi yapmak amacıyla sahaya girildiğinde (bu saha Twitter’ın kendisidir) bir araştırmacı olarak tek tek insanlarla görüşmeler yapmanın sağlıklı ve mümkün olmadığı bu araştırmanın pilot araştırma evresinde görülmüştür. Özellikle nitel görüşmelerin Twitter sahası için *Direct Message* iletişim kanalı ile gerçekleşemediği görülmüştür. Bu safhada araştırmada şu şekilde bir keşif yapılmıştır: Twitter’da yer alan tweetler hali hazırda sorulmuş soruların cevapları olabilir. Bu keşfin ardından araştırma soruları oluşturulduktan sonra tweet analizi gündem araştırması kanalı ile sağlanmıştır. Tweetler seçilirken gündemler alınacak cevaplar için anahtar vazifesi görmektedir. Bu

nedenle araştırma kendi sahası içinde diğer araştırmalardan ayrılmakta ve özgünlüğünü sağlayabilmektedir.

Twitter ve sosyal bilimler konuları üzerinden yapılan araştırmaların büyük çoğunluğu nicel verilerin fiziksel topluma yönelik araştırmalarla mukayese yaparak ilerlemektedir. Bu araştırma yalnızca Twitter üzerine kurulmuş ve araştırmacı bu sahanın içerisinde aynı zamanda bir Twitter kullanıcısı olarak yer almıştır. Bu sebeple verilerin kodlanması ve işlenmesi safhalarında yapılacak olan kurgularda şahsi yorumlar ve tecrübeler yer almıştır.

Yukarıda bahsedildiği üzere araştırmacının bir Twitter kullanıcısı kimliği ile sahada yer alması inceleme nesnesini ve veri setini de bu yönde belirlemiştir. Bu sebeple bir veri kütüphanesi oluşturma amacını taşıyan bu tavır Twitter sahası içinde yerel bir alan yazını benimsenmektedir. Bu kültürün ve dilin sosyal medyada da yerel bir düzlemi oluşturmaktan ileri gelmektedir. Genel olarak yerellik küresel bir atmosferle iç içe geçmiş bir küreyerelliği oluşturmaktadır. Marshall McLuhan'ın "global köy" yaklaşımı da bu kısımda altı çizilebilecek bir açıklamadır. Araştırmanın Twitter Türkiye ile sınırlı olması Türkçe dilinde atılan tweetlerin incelenmesini gerektirmektedir.

Twitter üzerinden yapılan araştırmaların çok büyük bir veri seti ile karşılaştıkları malumdur. Bu veriyi temizlemek ve düzenleyip analiz etmek için programlanmış uygulamaların takip edilmesi gerekmektedir. Fakat bu uygulamalar bilgisayar dilini öğrenmeyi ve kodlama dilini kullanmayı şart koşar. Sosyal bilimcilerin araştırmalarında bilgisayar dilini öğrenmeleri ve uygulamaları içinde bulunduğumuz dönem için son derece önemlidir. Bu sebeple Twitter Developer platformunun araştırmacılara ve geliştiricilere sağladıkları olanaklar son derece kıymetlidir. Bu araştırma veri çekme işlemini R-studio programı ve Twitter gelişmiş arama uygulaması ile gerçekleştirmiştir. Bunun sebebi Twitter'ın sağladığı API Key ile birlikte, sunmuş olduğu uygulama geliştirme imkânı ile 500.000 tweete kadar veri çekme işlemini ücretsiz olarak sağlaması ve R programlama dilini kullanarak bu verileri işlemedeki ara yüz kolaylığıdır.

Araştırmanın Amacı

Sosyal medya ve özellikle Twitter toplumsal yapılara benzer yapıların gözlemlenebildiği medya uzamlarıdır. Sosyal bilimler özelinde sosyoloji disiplininin araştırma alanları ve hızla değişen toplumsal yapıların inceleme alanları dijital kamusal alanlara doğru ilerlemektedir. Bu nedenle sosyal medya araştırmaları günümüz için kritik bir öneme sahiptir. Özellikle Twitter’da oluşan yeni sosyal biçimler, kültürel kodlar, dijital dilin oluşumu, etik ve normatif problemler ve enformasyon trafiği sosyoloji disiplini çatısı altında incelenebilecek konulardır.

Araştırmanın temel amacı; Twitter Türkiye’deki ağ toplumu yapısını ve öznelere incelemek ve yöntemsel bir bakış açısı oluşturmaktır. Araştırma boyunca aşağıda yer alan şu sorulara yanıt aranmıştır;

1. Twitter Türkiye’deki Ağ toplumu yapısı nasıl incelenebilir?
 - 1.1. Örnek olaylar üzerinden veya gündem başlığı altında atılan Tweetler ağ yapısı için gözlem alanı oluşturabilir mi?
 - 1.2. Araştırılacak olan gündemler nasıl belirlenebilir?
 - 1.3. Tweet incelemelerinde hangi ölçü birimleri işlevseldir?
2. Twitter Türkiye’de gündem analizi sonucunda tespit edilen Twitter kullanıcıları nasıl sınıflandırılabilir?
 - 2.1. Twitter Profil Analizi için kelime bulutu kullanımı işlevsel olabilir mi?
3. Twitter Türkiye’de Gündem analizi yapmak için izlenecek adımlar nelerdir?

Araştırmanın Önemi

Sosyal medya incelemelerinin *big data* çağında özellikle sosyal bilimler için zor bir hal alması bir paradigma kırılmasını kaçınılmaz hâle getirmiştir. Dolayısıyla veri olarak elde edilmesi muhtemel olan her durum veya fenomenin incelenmesi için farklı programlar geliştirilmiştir. Geliştirilen programlar bilgisayar bilimlerinin disipliner bir kimlik

kazanması sürecini ve özerk bir yapı haline gelmesini ciddi oranda desteklemiştir. Bu kapsamda yazılım ve programlama dili, sosyal medya incelemeleri için olmazsa olmaz bir hâle gelmiştir. Yapılan çalışmalar sosyal medya mimarisi ve bu yapının parçaları üzerine yoğunlaşırken, fiziksel dünyanın ve bağlantılı olarak sosyal yapının, sosyal medyadan önemli ölçüde etkileniyor olması toplumsal incelemeler için bir kapı aralamıştır.

Sosyal medyanın sosyolojisi günümüz için oldukça mühim bir araştırma konusu haline gelmiştir. Özellikle Türkiye’de sosyal medya kullanımının yaygınlaşması, sosyolojik birçok etkiye sebep olmuştur. Sosyal medyanın sosyolojik araştırmalar için bir saha vazifesi gördüğü sosyal bilimler çatısı altındaki bütün disiplinlerce kabul edilebilir bir konumdadır. Özellikle sosyoloji için sosyal medya sahalarının en uygun görülebilecek olan sahası Twitter platformu olarak belirlenebilir. Twitter için sosyolojik bir araştırma yapmak inter-disipliner bir yöntemsel perspektifi zorunlu kılmaktadır. Özellikle veri bilimi, yazılım ve sosyolojik yöntemler söz konusu perspektif için oldukça önemlidir. Bu araştırma sosyal bir varlık olan insanın sosyal medya içerisindeki konumunu Twitter özelinde tespit edebilmenin günümüz toplumsal analizleri için önemli bir eksen olduğunun bilincini taşımaktadır.

Twitter Türkiye’de önemli ölçüde kullanıcıya sahiptir⁴. Bu sebepten dolayı Twitter gündemleri Türkiye’nin geneli itibarıyla etkin bir rol oynamaktadır. Türkiye’nin gündemine dair yaklaşımlar yoğun olarak gündemin belirleyiciliği, enformasyon-dezenformasyon, toplumsal etki, televizyon ve medyanın gücü gibi konu başlıkları ile değerlendirilmektedir. Bu durumda da gündemin kendisinin organik ya da suni olsun, başlı başına bir ağ yapısı taşıdığı görülebilmektedir. Bu ağ yapısının içerisinde de enformasyon akışlarının gerçekleştiği ve Twitter kullanıcılarının oluşturduğu ağlar mevcuttur. En temelde bu ağların tespiti ile sosyal medyada silikleşen toplumsal görüntü netliğe kavuşur. Sonuç olarak sosyoloji disiplini toplumsal düşünümde ideal olarak bir tipi, bir insanı tahayyül eder. Bu tahayyülün kurulabilmesi için toplumsal yapının görünür olması elzemdir. Twitter bu noktada sanal/dijital toplum mefhumunun kamusal alan benzeri bir alanda görünür olduğu bir yapı olarak görünebilir. Twitter üzerinden bir toplumsallığa ulaşabilmek için ise bu araştırma, gündem kullanımlarını ve gündem kavramını araştırmanın merkezi olarak belirlemiştir.

⁴ Bkz. Dijital 2022: Türkiye raporuna göre Twitter Türkiye’de Ocak 2022 tarihinde 16,10 milyon kullanıcıya sahiptir. Erişim Tarihi: 14.05.2022

Araştırmanın Sınırlılıkları

Bir sosyal medya araştırması olarak bu çalışma sınırlılıklarını araştırma boyunca çeşitlendirmiştir. Her sınır o sınıra yaklaşınca kendini belli etmektedir. Buna ek olarak, her araştırmacı sınırını, o sınıra yaklaştığını anladığında belirlemelidir. Dolayısıyla bu araştırma gerek veri toplama aşamasında gerekse de veri analizinde birçok alana temayüz etmiş olmasından dolayı sınırlılıklarını veri toplamadaki doygunluk seviyesine ulaştığında belirlemiştir. En temel sınırlılık Twitter Türkiye alanında Türkçe atılmış tweetlerin belirlenmesi olarak söylenebilir. Araştırmanın verileri, 4 adet gündem başlığı üzerinden seçilerek belirlenmiş 38 adet tweet ile sınırlandırılmıştır. Araştırmanın gündem ve profil analizi olarak ayrılmasından dolayı profil analizi için belirlenmiş 38 tweeti paylaşan kullanıcıların paylaştıkları son 1000 tweet veri madenciliği yöntemi ile çekilmiştir. Bu profillerin belirlenmesi süreci aynı zamanda gündem profili için seçilmiş tweetleri de etkilemektedir. Örneğin; gündem analizi için çekilmiş bir tweetin kullanıcısının toplam tweet sayısı 1000 tweetin altındaysa bu tweet incelemeye alınmamıştır. Aynı şekilde profil analizi için yapılacak olan kelime bulutunun bir diğer kişinin kelime bulutu ile benzerlik göstermesi halinde gündem analizi için seçilen tweet araştırmanın dışında bırakılmıştır. Seçilmiş olan tweetlerin özgün olması için tek tek içerik araştırması yapılarak benzersiz olmasına dikkat edilmiştir.

Yapılmış olan pilot çalışmalarda her bir gündem başlığı ile ilgili atılmış tweetlerin 10 tweet ile sınırlandırılması uygun bulunmuştur. Bazı gündem maddelerinde yukarıda bahsedilen eleme işlemleri neticesinde 10 sayısından daha az tweet incelemeye alınmıştır. Profil analizi için ise belirlenmiş olan son 1000 tweet sayısı, kullanılacak olan R-Studio programının sınırlandırması ile ilgilidir. Ayrıca profil analizi kısmında oluşturulacak olan kelime bulutu görselleştirmesinin sık kullanılan kelime sayısı sınırı 100 kelime olarak belirlenmiştir. Bunun sebebi ise kelime bulutu imajının görüntü kalitesi ve kolay tespit edilebilir olmasına özen gösterilmesi içindir. Kelime bulutu analizinde kelimeleri seçebilmek ve metne yansıtmak için yazılımsal ifadeler sık kullanılan kelime listesinin doğal sınırının 100 kelime olmasını zorunlu kılmaktadır.

Araştırmanın Tasarımı

Bu araştırmanın metodolojisi Twitter evreni içerisinde, ağ toplumu kavramı çerçevesinde kurulmuştur. Twitter evreni içinde Twitter Türkiye örneklem alanı olarak seçilmiş, Twitter Türkiye içerisinde de belirlenmiş olan 4 gündem başlığı altında atılmış tweetler inceleme nesnesi olarak seçilmiştir. Veri toplama ve veri analiz süreçleri temellendirilmiş kuram yaklaşımına uygun olarak tasarlanmıştır. Temellendirilmiş kuram yaklaşımı ise Nitel araştırma yöntemi ekseninde ele alınmıştır. Temellendirilmiş kuram içerisinde yapılandırmacı temellendirilmiş kuram yaklaşımı benimsenmiştir. Yapılandırmacı temellendirilmiş kuram dahilinde başlangıç ve odak kodlama yapılmış ve araştırmanın çekirdek kategorisi oluşturulmuştur. Kodlama işlemlerinin ardından kategorilendirmeler yapılmış ve kategoriler temalara ayrılmıştır. Temalandırma işleminin ardından Kuram oluşturma süreci yürütülmüş ve araştırmanın sonucunda Twitter Gündem Ağı kuramı oluşturulmuştur. Temellendirilmiş kuram çalışmalarında kuram oluşturmak önemli bir aşamadır. Otto Rank (2020) kuram oluşturma sürecinin değerini şöyle açıklamıştır; “Kuram oluşturmak irade ve bilinç sayesinde üretilen çeşitli spontane yorumlama girişimlerine karşı çıkmak ve bunun karşısına sabit, daimî ve doğru tek bir yorum koymaktır” (s. 19). Temellendirilmiş kuramın araştırmacı öznelliğini ön plana koyan yapılandırmacı yaklaşımı bilimin ön yargılardan arınmışlığı sorunu için önemli bir yaklaşımdır. Varsayımların bilimsel yöntemlerle tanıtılamadığı noktalarda araştırmacının yorumlama süreci bu anlamda işlevseldir (Weber, 2005, s. 219).

Tweetlerin belirlenmesi için gündemler seçilirken yukarıda da bahsedildiği gibi 4 ayrı gündem 2 ayrı kritere uygun olarak seçilmiştir. Bu kriterler Twitterdan-Gerçekliğe ve Gerçeklikten-Twittera şeklinde ayrılmıştır. Bu alanlar içinde Gerçeklikten-Twittera bölümünde #Ataturkodedi ve #Kovid19 hashtagi, Twitterdan-Gerçekliğe bölümünde ise #Tamam-#Devam ve #Metoo hashtagleri belirlenmiştir. Bu gündemler kullanılarak atılan tüm tweetler arasından çeşitli kıstaslarla 10’ar tweet araştırmaya dahil edilmiştir. Fakat belirleyicilik ölçüsü; özgünlük, gündem hakkında belirli bir söylemin olması, belirli bir sayıda (5 ve üzeri beğeni sayısı) etkileşim alması, profil fotoğrafında yumurta görseli olmaması, profil analizi neticesinde kelime bulutunun diğer katılımcılarınkiyle benzer olmaması gibi seçici bir işlem ile belirlendiği için bazı gündemlerde 9 tweet araştırmaya dahil edilmiş ve toplamda 38 tweet araştırmaya dahil edilmiştir. Bu 38 tweeti paylaşan 38 kullanıcının da profilleri şu işlemlerle veri toplama sürecine dahil edilmiştir; kullanıcının

attığı son 1000 tweet, atılan tweetlerin sadece cümle dizilimi haline getirilmesi işlemi, cümle dizilimi ile oluşturulan tweetlerin içerisinde anlamsız kelimelerin, emojilerin, işaretlerin çıkarılması ve temizlenmesi, temizlenen verilerin kelimeler halinde kümelendirilmesi, bu kümelendirmede en sık kullanılan kelimelerin belirlenmesi, en sık kullanılan kelimelerin çoktan-aza doğru listelendirilmesi, listenin ilk 100 kelimesinden ayrı bir küme oluşturulması, bu kümenin kelime bulutunun oluşturulması. Tüm bu işlemler sıralı olarak gündem analizi ve profil analizi şeklinde yapılmıştır. İşlemler R-Studio programında yapılacağı için R programlama dilini öğrenme ve uygulama süreci beraber yürütülmüştür. Toplam 5 ay süren bu süreç 2021 yılının şubat ayından yine 2021 yılının temmuz ayına kadar sürmüştür. 01.02.2021’de gündemler belirlenmeye başlamış 20.02.2022’de ise tweetler seçilmeye başlanmıştır. 15.03.2021’de tweetlerin belirlenmesi işlemi tamamlanmış ve bu süreçte R programlama diline yönelik pratik çalışmalarla birlikte veri toplama işlemi başlamıştır. Twitter gündem analizi için tweet belirleme ve kodlama işlemi ve Twitter profil analizi eş zamanlı yürütüldüğü için veri toplama ve kodlama süreci 05.07.2021 tarihine kadar sürmüştür. Bu sürecin ardından verilerin kodlanması, kategorize edilmesi, çekirdek kategorinin belirlenmesi, temaların oluşturulması 10.08.2021 tarihinden 01.04.2022 tarihine kadar tamamlanmıştır. Bu tarih aralığından sonraki süreç teorik art alanın operasyonize edilerek temellendirilmiş kuram yaklaşımının kuram oluşturma aşaması ile yürütülmüştür.

Araştırma süreci boyunca toplam veri sayısı iki kısımda verilebilir, birinci kısımda gündem analizi için belirlenmiş 4 gündem ve 38 tweet; ikinci kısımda ise profil analizi için 38 profil ve 38.000 tweet. Bu sayılar araştırmanın örneklemini oluşturmaktadır. Bulgular bölümünde ise toplam 6 Tema ve 51 kategori oluşturulmuştur. Twitter gündem analizi için 5, Twitter profil Analizi için 1 adet tema, Twitter gündem analizi için tespit edilen 5 tema içinde toplam 44 kategori, Twitter profil analizi için ise tespit edilen 1 tema içinde toplam 7 kategori belirlenmiştir.

Araştırma, başlangıç kodlaması işlemini odak kodlama ile birlikte yürütmüştür. Bu süreçten de çekirdek kategori ortaya çıkmıştır. Kodlama süreçleri Twitter gündem analizi ve Twitter profil analizi araştırmaları için ayrı ayrı yapılmış ve sonuç kısmında karşılaştırmalı olarak ele alınmıştır. Bunun sebebi gündem yaklaşımının profil analizi ile elde edilmesi hedeflenen kodlamalardan farklı olabileceği varsayımdır. Bu sebeple kategorilendirme süreçleri de bu ayrıma göre hazırlanmıştır. Araştırma sorularının

çerçevesinde verilere yaklaşıldığı için gözlemlenen farklı durumlar araştırmanın tartışmalar bölümünde ele alınmış kodlama sürecine dahil edilmemiştir.

Araştırma süreci boyunca kısa notlar tutulmuş, bu notlar ayrıca kodlama ve kategorilendirme süreçlerinde fonksiyonel bir şekilde kullanılmıştır. Örneğin temalandırma süreçlerinde kategorilendirmelerin birbiri ile benzeşmemesi ve kategorilerin isimlendirmelerinde karışıklık olmaması konusunda bu notlardan faydalanılmıştır. Ayrıca Twitter alanı içerisinde veri olarak çekilecek olan tweetlerin eleme işleminde karşılaşılan tahmin edilemez durumlara bu notlar sayesinde çözüm aranmış, veriler çekilirken hata oranı düşürülmüştür.

Araştırmanın teorik yapısı ağ toplumu kavramının etrafında şekillenmiştir. Ağ toplumu kavramının iki tür yaklaşımı Castells ve van Dijk tarafından işlenen kavramsal analizlere göre belirlenmiştir. Bu analizlerden araştırmaya en yakın çözümleme olarak van Dijk'ın ağ toplumuna olan yaklaşımı benimsenmiştir. Twitter'ın araştırma sahası olarak belirlenerek içerisinde var olan toplumsal yapının keşfine yönelik çalışma her aşamada yeniden düşünülmüş ve bulgulara dahil edilmiştir.

2. TEORİK ART ALAN

Dijital teknolojilerden internete, internetten sosyal medya mecralarına uzanan son 50 yılın öyküsüne ayrıntılarıyla değinmenin bu araştırmanın gidişatı açısından zorunlu olmadığı düşünülmektedir. Her bir kavramsal açıklamanın ve tarihsel kronolojisinin ardından bu araştırma için kullanılacak kavrama değinmek bu araştırmayı okuyacak olan okurlar ve araştırmacılar için faydalı görünmemektedir. Her bir kavram için deyim yerindeyse “Amerika’yı yeniden keşfetmeye” gerek görülmemiştir. Bu sebeple araştırmanın metodoloji, veri analizi ve bulgular bölümlerindeki kullanılacak olan kavramsal çerçeve yalnızca kullanılan perspektif bağlamında ele alınacaktır. Örneğin Ağ Toplumu kavramı tüm yönleriyle ve tüm bağlantılarıyla değil bu araştırma içerisindeki konumu çerçevesinde ele alınacaktır.

Sosyal medya veya iletişim mecraları üzerine yürütülen düşünme pratikleri genelde tarihsel olarak ayrılmaktadır. Öncelikle medyanın kendisinden ve oluşum aşamalarından başlayan bu tarihsel süreç iletişim mekanizmalarının teknolojik dönüşüm, gelişim ve değişimleriyle devam etmektedir. Bu türden yaklaşımlar ekonomi-politik veya siyasi düzlemde ele alınmaktadır. Ayrıca toplumsal bakış açısı insan ve toplum bilimleri açısından medya ve iletişim çalışmalarına alan açmaktadır. Genellikle yeni medya ve sosyal medya üzerinden gerçekleşen tanımlamalar ve tahayyüller geleceğe yönelik bir yön taşır. Castells (2004) bu türden yaklaşımlara eleştiri getirmektedir: “(...) Bu nedenle, kablosuz iletişimin yaygın kullanımından gelecekte ortaya çıkacak türden bir toplum üzerine hayaller ve korkular tasarlamak yerine, geleneksel, standart bilimsel araştırma araçlarını kullanarak kendimizi bugünün gözlemine dayandırmalıyız” (s. 1). Dolayısıyla bugün sosyal bilimler açısından elde olan veri çantası ile araştırma sahasına gidilmeli ve bilimsel bir yaklaşım güdülerek bugünü temel alan bir yaklaşımla araştırma nesnesi ele alınmalıdır.

Araştırma nesnesi sosyal medya ve Twitter olduğu zaman, gelişim ve değişim hızının yanında uzamın ve mekânın da değişiminin hızlı gerçekleşmesi bu sahaya yönelik yaklaşımların da çok çeşitli olmasını zorunlu kılmaktadır. Bu sebeple araştırma boyunca uygulanan yöntemlerin ve analizlerin kavramsal çeşitlilik olarak bu sahaya uyumlu olmasına dikkat edilmiştir. Teorik art alan kurulurken de araştırma boyunca başvuru kavramların

ve bulgular bölümünde elde edilen verilerin analiz edilirken oluşturduğu perspektiflerin bu içeriklerle uyumlu olması planlanmıştır.

Teorik çalışmalar tez araştırmaları için kavramsal zemini oluşturur. Bu araştırma için de teorik art alan önemli bir temeldir. Yöntem ve Bulgular bölümlerindeki söylemlerin dayanağı bu bölümdür. Araştırmanın anahtar kavramları olan; kimlik, kamusal alan/siber uzam/Twitter uzamı, gündem, enformasyon gibi konular etrafında yapılmış olan okumalar ve incelenmiş olan çalışmalar sıralanacaktır. Ayrıca yöntemsel fikirlerin ve ortaya atılan söylemlerin temelleri bu teorilere yaslanmaktadır.

Öncelikle ağ toplumu kavramı açıklanacak ve bu araştırma için ne ifade ettiği tartışılacaktır. Ağ toplumunun farklı yorumları ve ele alınış şekilleri konu edilerek bu çalışmadan önce yapılmış olan çalışmalara değinilecektir.

Devam eden bölümde enformasyon ve gündem kavramları aynı başlıkta fakat ayrı ayrı ele alınacaktır. Bunun sebebi araştırma boyunca enformasyon ağlarının gündem ağları ile olan yakın ilişkisinin fark edilmesinden kaynaklanmaktadır. Enformasyonun neliği kavramsal olarak bilgidan hangi yönde ayrıldığı tartışılacaktır. Daha sonra bu araştırma için merkez kavramlardan olan gündem kavramının bu araştırma için ne ifade ettiği ve gündem kavramıyla neyin kastedildiği sunulacaktır.

Arkasından gelen bölümde bu araştırmada incelenen Twitter profillerine yönelik olan bakış açısı kimlik kavramı üzerinden açıklanacak ve Twitter perspektifi ile kimlik meselesi görünmezlik kavramı ile birlikte ele alınacaktır. Kimlik kavramının tüm felsefi, sosyolojik ve antropolojik yönleri dışarıda tutularak yalnızca sosyal medya ve siber uzam içerisinde yer alan kimlik kavramına değinilecektir. Görünmezlik kavramı bu araştırma içinde ele alınacak olan kimlik çözümlemeleri için önemli bir yer teşkil etmektedir. Bunun için görünmezlik kavramının ne şekilde kullanılacağı bu bölüm içinde aktarılacaktır.

İlerleyen bölümde ise Twitter uzamı, kamusal alan ve siber uzam kavramları birbirleri ile olan ilişkileri bağlamında açıklanacaktır. Bu araştırmanın sahasına yönelik felsefi bir düşünümü de içeren bu bölümde Twitter'ın bir kamusal alan olup olmadığı sorusu üzerine gidilecektir. Ayrıca siber uzamın ve internet teknolojilerinin toplum açısından düşünüldüğünde ne gibi etkilerinin olduğu soruşturulacak ardından Twitter uzamının oluşumuna yönelik etkiler tartışılacaktır. İlaveten araştırmanın yöntemi olan temellendirilmiş kuramın teorik açıklaması da sunulacaktır.

2.1. Ağ Toplumu Üzerine

Günümüzde insan, sosyal medya toplumuna mensup olan insandır. Dijital çağ bu yeni insanı belirlemede sosyal medyayı oldukça efektif kullanmaktadır. Sosyal medyanın bu yönü iletişim metotları, hızı, büyüklüğü ve merkezsiz oluşu ile ilgilidir. Merkezi oluşu ise ağ yapısının ve mimarisinin en önemli özelliklerindendir. İletişim bu ağlar arasında gerçekleşir ve ağın içerisinde yer alan insan ağ toplumunun mensubu olmuş sayılır.

Kavramsal bir meta teorinin ifadesi olarak ağ toplumu Manuel Castells tarafından geliştirilmiştir. İletişimsel mekanizmaların bağlantılarını metaforik olarak işleyen bu teori, ağların da birbiri arasında iletişimsel bir ilişkide olduğunu öne sürer.

Bütün zamanlardan ve bütün uzamlardan bütün ifadeler, aynı büyük metinde karışır, sürekli yeniden düzenlenir ve gönderenlerin çıkarlarına, alıcıların da haleti ruhiyesine bağlı olarak herhangi bir zamanda, herhangi bir yerde iletilir. (...) Ağ toplumunun dinamik genişlemesi, önceden mevcut toplumsal biçimleri yavaş yavaş özümsemekte ve bastırıp silikleştirmektedir (Castells, 2008, s. 504).

Ağ toplumu teorisi Castells'den sonraki dönemde birçok çalışmaya ilham olmuş ve farklı araştırmacılar tarafından geliştirilmiştir. Castells teorisini bir ekonomi-politik çerçeveye oturtmuş post-marksist bir çizgide devam etmiştir. Jan Van Dijk ise ağ toplumu kavramını, kavramsal olarak yeniden inşa etme teşebbüsünde bulunmuş ve sosyal medya uzamını ağ toplumuna adeta giydirmiştir. Van Dijk *Ağ Toplumu* adlı kitabında bu kavram için ansiklopedik bir çalışma gerçekleştirmiş kavramsal yapının haritalandırmasını ortaya koymuştur. Dolayısıyla Dijk'in çözümlemeleri ve yöntemsel önerileri bu araştırma için oldukça faydalıdır.

Van Dijk'in ağ toplumu teorisini kullanırken yaptığı çözümleme ilk kez Huberman tarafından (2001) kullanılan *Web'in Yedi Kanunu* olarak isimlendirdiği ağ yaklaşımlarıdır. Bunlar; Ağ ekleme kanunu, Ağların dışsallığı kanunu, Ağ genişlemesi kanunu, Küçük dünyalar kanunu, Dikkatin sınırlılığı kanunu, Ağlardaki güç kanunu ve Eğilimleri güçlendirme kanunu olarak belirtilmiştir (Dijk, 2018, s. 60-68). Araştırmada tüm bu ağ yaklaşımlarına rastlamak mümkündür. Hepsi için ayrı ayrı başlıklandırmalar kullanmak

yerine bu araştırma için önemli olan yaklaşım küçük dünyalar kanununa dair özet bir açıklama yeterli görülmektedir.

Dijk'a göre (2018) küçük dünyalar kanunu Web'in ve sosyal iletişim ağlarının interaktif yapısını ve bağlantılarını görünür hale getirir (s. 64). Dijk bu yaklaşımı Milgram'ın (1967) Six Degrees of Separation⁵ deneyi ile bağlantılandırarak ağ toplumu teorisiyle çözümlemiştir. Bu deney basitçe dünyadaki herhangi iki kişinin birbiri ile arasında altı adımda ulaşılabilir bir mesafe olduğu ile ilgilidir. Bu yaklaşım "Küçük dünya" ifadesi ile kavramsallaştırılmıştır. Stanley Milgram ve Jeffry Travers'in *An Experimental Study of the Small World Problem* adlı çalışmalarında küçük dünya teorisini şu şekilde açıklamaktadır (1969), "Küçük dünya teorisi sosyal ağların bir anlamda sıkı bir şekilde örülmüş olduğunu, görünüşte birbirinden çok uzakta olan bireyleri birbirine bağlayan düzensiz zincirlerle dolu olduğunu öne sürmektedir" (s. 426). Bu yaklaşımın sınanabilir olduğu ve sosyal medya mecraları üzerinden yapılan araştırmalarla ortaya konmuştur. Özellikle Twitter içindeki bağlantı dereceleri bu yaklaşımla ölçümlenmiştir. Bakhshandeh vd. (2011)'nin yaptıkları araştırma sonucunda Twitter'ın 3.43 derecelik bir ayrılık derecesi olduğunu ve bunun değişken sosyal normlardan kaynaklandığını ortaya koymuşlardır (s. 23). Araştırmanın bulguları Twitter'ın insanlar arası birbirine yakınlık derecelerinin düşük olduğunu kanıtlamıştır. Fakat bu matematiksel formüller ve niceliksel bir yaklaşımla böyledir. Küçük dünyalar kanununun ağ toplumu yaklaşımıyla Twitter'da gündemleri ve tweetleri içerik analizi ve söylem analizi kullanılarak uygulanacak olması bu araştırmanın özelliklerinden biridir. Buna göre ağlar arası kümelenmelerin bağlantılarının zayıf dahi olsa iletişim trafiği için uygun olduğu görüşü küçük dünyalar kanununu bu araştırma için önemli bir konuma getirir.

Dijk'a göre ağ toplumu, modern bir toplumu temsil eder. Teknolojik gelişmelerin bir ürünü olan internetin yaygınlaşmasından sonra ağ toplumu kendi gerçekliğini inşa etmiştir. Ağ toplumu, sosyal medya ağlarının bir temsilidir ve adeta bir örgüt yapısındadır. Dijk'a göre sosyal medya vasıtasıyla yayılan ağlar, giderek genişlemekte ve kendisini var eden yapıyı dahi belirler hale gelmektedir (Dijk, 2018, s. 42). Büyürken aynı zamanda değişen

⁵ Altı derecelik ayrılık olarak çevrilen bu yaklaşım dünyadaki tüm araştırmacılar için oldukça değerli bir teori olarak kabul edilmiştir. Ayrıca internet teknolojileri arasında oldukça popüler olan bu teoriyi kanıtlamak için bir web site mevcuttur. Bkz. www.erdosbaconsabbath.com

bir yapı olarak sosyal medya tabanlı ağ toplumu tıpkı ciğerlerin nefes alması gibi hem daralır hem de genişler.

Ağ toplumu kavramı heterarşik bir yapıdadır. Van Dijk'ın bu heterarşik yapının merkezsiz olamayacağını vurgular. Fakat ağlar içindeki bu merkez tek ve büyük bir merkez olarak tanımlanmaz çok fazla merkezin bir aradalığı söz konusudur. Çok merkezli ağ toplumu yapısı Dijk'ın düğüm noktaları adını verdiği birleşim yerleriyle bezelidir. Ağ toplumunu örümcek ağı ile metaforize eden Dijk, ağ toplumunun merkezileşmesinin yapısı gereği daha sınırlı olduğunu ifade eder (Dijk, 2018, s. 72).

Ağ toplumu yukarıda bahsedildiği gibi çok merkezli ve geniş bir alana yayılmış durumdadır. Ağlar arası iletişim için gereken çok yüksek hızlı bir trafiğin olması bu anlamda kaçınılmazdır. Bu iletişimsel hız faktörü ve akış, sosyal medya uzamında yer alan toplumun veya toplulukların gösterge alanıdır. Ağlar arası iletişimde, düğüm noktalarının ağ yapısı içindeki en uzak noktalara ulaşması çok kolay gerçekleşir. Bu sebeple ağ toplumunun iletişim hızı ile geleneksel ya da modern toplumlardaki enformasyonel hız mukayese dâhi edilemez.

21. Yüzyıl'da medya işlevsel anlamda sosyal medyada varlığını hissettirmektedir. McLuhan'ın bu süreçten çok daha vurguladığı medya yapısı ve işleyiş biçimi teoride geçerliliğini korumaktadır. Ona göre medya mekânın/ortamın bizatihi kendisidir (McLuhan, 1964, s. 23). Zaman kavramı bu mekân içinde varlık gösterir ve kapsamı oldukça geniş bir alana yayılmaktadır.

Medyanın, sosyal medyaya doğru giden süreci kültürel değişimlere yol açmıştır. Bu değişim enformasyon ve iletişim ağlarındaki akışın çok hızlı bir biçimde gerçekleşmesinden dolayıdır. Kültürel değişimin ardından sosyal medyadaki işleyiş de dönüşmüştür. Dolayısıyla sosyal medya yapısı içinde hem geleneksel medyanın hem de değişim sürecindeki olayların etkisi görülebilir. Bu aynı zamanda bir tür geleneği de kendi içinde yaratmıştır. Her yeni bir önceki eskinin diriltilmesi ile oluşur. Sosyal medya ve medya dönüşümündeki mukayese bu şekilde çözümlenebilir.

Sosyal medya, ağ toplumunun akış kanalıdır. Bu kanallar vasıtasıyla iletişim sağlanır ve aynı zamanda sosyal medyanın ağ toplumu için bir araç olması söylemi netlik kazanır. O hem bir yoldur hem de araçtır. Ağ toplumunun ağlar arası irtibatı çok hızlı bir biçimde bu yollar ile sağlanabilmektedir. Sosyal medyanın devasa boyutu düşünüldüğünde ağ toplumu

iletişimsel trafiği anlamada bir kılavuz niteliği taşır. Van Dijk'ın medya ağları olarak kavramsallaştırdığı ağ trafiğinin, göndericinin ve alıcıların birbirine bağlandığı sembollerin ve aynı zamanda enformasyonun yoğun şekilde görüldüğü alanlardır (Dijk, 2018, s. 50).

Başlangıçta sosyal medyanın dili de diğer diller gibi içinde doğduğu toplumu belirlemek kudretine haizdir. Sosyal medyanın dili, normalde var olan dilsel yapıların toplumu belirleyici ilişkileri düşünüldüğünde çok daha etkin ve belirleyicidir. Sosyal medyanın bu dijital dünyası başlı başına ağ toplumunun bir özelliği olduğundan, sosyal medyada ağ toplumunun dili "hiper-metin⁶" olarak kavramsallaştırılmaktadır. Twitter incelemelerinde de bu dil konusu oldukça önemlidir. Bu çalışmada da gündem analizinden profil analizine kadarki veri analiz süreçlerinde dil konusu önemli bir yere sahiptir. Kodlamalardan oluşan sosyal medyanın dışsal yapısını belirleyen dil olarak "dijital kod" içsel yapısını yani ağ toplumunun sosyalizasyon sürecini oluşturan dil olarak hiper-metinden bahsedilebilir. Aradaki fark dijital kodun niceliksel ifadelerle oluşmasına rağmen hipermetnin verilerin birbirlerine bağlandığı bir "kodsız ağ yapısı" biçiminde oluşmasından ileri gelmektedir (Dijk, 2018, s. 24).

Her iletişim bir mekâna ihtiyaç duyar. Sosyal medya iletişimin gerekli olduğu mekânı fazlasıyla oluşturmaktadır. İlave olarak iletişim ihtiyaç duyduğu mekânı aşan bir kapsayıcılığa sahip olan sosyal medya sınırsız bir enformasyon akışına sebep olmaktadır. Dilin ve kültürün değiştiği/dönüştüğü bu yapıda enformasyon güçlü ve merkezi bir konumda yer alır. Bu anlamda sosyal medya toplumunun mekânı dil ve enformasyon akışları sayesinde oluşmaktadır. Dil sosyal medyada mekânın kendisidir.

Sosyal medya toplumu, fiziksel toplumda olduğu gibi dinamizmini dil ile sağlamaktadır. Bu durum aynı zamanda kültürel bir sürecin de var olduğunu göstermektedir.

Kültürlerin oluşum sürecine dair bu söylemle sosyal medya toplumunun kültürünün temeli olan popüler kültürden söz etmek yerinde olacaktır. Popüler kültür, kültür emperyalizmi çerçevesi içinde eleştirel bir söylemdir. Sosyal medyanın da bu eleştirilerden nasibini alması kaçınılmazdır. Sosyal medya ve popüler kültür tabiatıyla birbirlerine içkin kavramlardır. Bu eleştirilerin dayanağı sosyal medyanın ağ toplumu içerisinde kirli enformasyon üreten bir endüstri olduğu söylemidir. Teknolojik gelişmelerle birlikte

⁶ Hiper Metin: Dijital medyadaki her tür verinin farklı öbeklerini birbirine bağlayan tek biçimli kod (Dijk, 2018, s. 24).

devamlılığını ve gelişimini sağlayan sosyal medyanın endüstriyel tarafı bu eleştirileri haksız çıkarmaz. Teknolojinin gelişmeler karşısında yeni olana karşı olan toplumsal tutum sosyal medya toplumunda adeta devre-dışı kalmış görünmektedir. Çünkü sosyal medya toplumu sürekli güncellenen bir yapıda varlığını sürdürür ve bu yönde bir adaptasyona sahiptir. Sosyal medya içindeki ağ toplumu kültürü tam da bu şekilde ortaya çıkmaktadır. McLuhan'a göre (2012), "Teknoloji duyularımızdan birini genişlettiği zaman, yeni teknolojinin içselleştirilmesi ile aynı hızda, yeni bir kültür aktarımı ortaya çıkar" (s. 61). Sosyal medya içinde oluşan bu yeni kültür, muazzam bir hızda akış içindeki iletişimin ve enformasyon ilişkilerinin yapısıyla yeniden ve yeniden üretilir. Birbirine eklemlenmiş kültürel üretimlerin uzamı bütün bir siber uzam için geçerlidir.

Kültürel değişimlerin yaşanmasındaki hız, sosyal medya dolayimli ağ toplumu kültürü içinde oldukça fazladır. Kültürel etkileşimin potansiyeli ağ toplumu içinde bu hız sayesinde açığa çıkar. Bu anlamda sosyal medyanın iletişimsel hızı açısından diğer toplum türlerinden oldukça önde olduğu açıktır. Dolayısıyla teknoloji eski sistemlerin gerçekleştiremediği yüksek hızda iletişimi olanak olarak bireylere sunmaktadır. Sosyal medya içindeki ağ toplumunun iletişim sistemi bu durumu mümkün hale getirmektedir (Williams, 1989, s. 143).

Kültür, ağ toplumundaki iletişimini sosyal medya teknolojilerine borçludur. Bu iletişimin temel kaynağı ise enformasyon olarak belirlenmiştir. Fakat bu enformasyon her zaman insanlar tarafından üretilmemekte ve yayılmamaktadır. Bu durum enformasyon yayılımı ve enformasyon üretimi ayrımını doğurmaktadır. Enformasyon yayılımı iletişim ağlarının kullanımı ile gerçekleştirilir ve sosyal medyadaki yansıması paylaşım olgusudur. Paylaşımların doğası sosyal medya hesapları tarafından üretilmiş içerikler olsa da bu üretim her zaman şahsi fikir ve üretimle oluşmamaktadır. Otonom sistemlerin gelişmesiyle birlikte içerikler anlamsız söz dizimleri ile de yapay zekâ tarafından oluşturulabilir. Bu sebeple ağ toplumu kültürünü oluşturan yapılar insanlar tarafından olduğu kadar bilgisayarlar tarafından da oluşturulabilmektedir. Ağ toplumunun kültürünün temelinde insanlar için yönlendirme ilkesi olarak otonomi projelerinin önemi oldukça dikkat çeker (Castells, 2004). Kültürün siber uzam içerisindeki rolü fiziksel dünyadakinden oldukça farklıdır. Kültür insan için, içine doğduğu toplumsal yapının belirleyicisidir. Bu sebeple kültür fiziksel dünyada toplumsal olana hem içkindir hem de onun belirleyicisidir. Siber uzamda ise kültür, fiziksel dünyadan taşındığı için yalnızca toplumsal olana değil mekânın kendisinin de belirleyicisi

olmuştur. İnternet kültürü adıyla yaygınlaşan bu kültürün mensupları internet kullanan herkeştir. Dolayısıyla bir ayırım veya bir mukayese gerektirmez. Yalnızca, bu kültüre tam olarak aşına olanlar ve henüz tam anlamıyla dahil olamamış olanlar vardır.

Ağ toplumunun dil, kültür ve toplumsallık gibi olgular üzerinden değerlendirildiğinde sosyal medyanın ve özellikle de Twitter'ın adından söz etmek bu model için uygundur. Çünkü yukarıda sayılan olgular bizatihi sosyal medyanın içerisinde oluşmuş olgulardır. Sosyal medyanın toplumsal olana en yakın bağlantısı ise bu araştırmada Twitter ile kurulmuştur. Dil konusunda hiper-metinsel bağlantılar, kültür konusunda Twitter hashtagleri ve formasyonları, toplumsal olana dair kısım ise profil analizleri ve incelemeleri ile bu çalışma için teorik art alan oluşturulmuştur.

İlerleyen bölümde ağ toplumu kavramı ile sosyal medya alanında nasıl bir yaklaşım oluşturulduğu açıklanacaktır. Sosyal medyanın ortaya çıkışından itibaren gelişen sosyal medya mecralarının toplumsal yapıların iletişim ağlarıyla birlikte ele alınacaktır. Bu alanda yapılan çalışmalarının ve yaklaşımların içerikleri bu araştırmanın tutumu ile ilişkilendirilecektir. Bir sonraki bölümde ise ağ toplumu kavramı sosyal medyayı daha da spesifize ederek Twitter üzerinden yorumlanacaktır. Yapısal olarak Twitter'ın ağ toplumu teorisi ile benzerlikleri ve bu araştırmadaki yaklaşım serimlenecektir.

2.1.1. Sosyal Medya ve Ağ Toplumu

Ağ toplumu kavramının temeli olan ağ kelimesinin kapsadığı anlama belki de en uyumlu yapı sosyal medya ağlarıdır. Esasında sosyal medya “topluluk” anlamına gelebilen bir terimi ifade eder (Sweet, 2012, s. 146). Bu anlamda toplumu veya toplulukları sosyal medya içerisinde düşünürsek kaçınılmaz olarak ağ yapıları karşımıza çıkar. Daha ileri görüşlerde ağ yapıları ve sosyal medya bir arada ele alınır. Bu iki kavram birbirini dışarıda bırakmaz fakat birbirleri ile olan ilişkide insan merkezli bir bakış açısı oluşturmak için kavramsal olarak birbirlerine ihtiyaç duymaktadırlar. Özellikle sosyal ağlardaki sıradan insanların ya da genel olarak insanın ontolojik olarak durduğu konumu işaret edebilmek için geniş anlamda sosyal terimi devreye girmektedir. Adından da anlaşılacağı üzere sosyal medyanın sosyal yönü toplumu işaret etmektedir. Ağ yapıları için ise bu topluluk terimi ile ifadesini bulur. İki kavram arasındaki belki de en küçük nüans budur. Bu nedenle medyanın

sosyal kısmı, onun geleneksel medya ile olan farklılığına bir atıftır (Murthy, 2011; 2012, s. 1061).

Sosyal medya, etkileşimli dijital iletişimin birçok biçimini ifade eder. Bunun temeli olan teknolojik gelişmelerle birlikte kullanılan araçlarda da değişimler gözlemlenmiştir. Akıllı telefonların bilgisayarlar ile olan rekabeti bu değişimin bir göstergesidir. Etkileşimin sosyal medya tarafı ve iletişim aracı ile o aracı kullanan kişi arasındaki ilişki ile farklı bir konumdadır. Örneğin sosyal medyadaki etkileşim sosyal medya uzamı içerisindeki bir ötekini şart koşar. Fakat iletişim aracı ile iletişim kuran kişi arasındaki etkileşim mesajın veya taşınacak olan enformasyonun yalnızca iletiminin sağlanması ile ilgilidir. Bu durumda özellikle akıllı telefonların internet ve sosyal medya erişimleri doğrultusunda ağ toplumu yapısı içinde önemli bir yeri olduğu söylenebilmektedir. Manuel Castells'e göre (2007), Ağ toplumunun en önemli özelliklerinden biri, mobil telefonların ayrıcalıklı bir azınlığın teknolojisi olmaktan ana akım teknolojinin yerini almasından kaynaklanmasıdır (s. 214). İletişime erişimin yaygınlaşması ağ ilişkileri modelini de genişletmektedir. İletişim altyapılarının sürdürülebilir olması teknolojinin gelişmesiyle ilişkilidir. Ağ toplumu olarak kavramını bulan sosyal yapı sabit ev telefonlarına bağımlı haldeki bilgisayar hatlarının çok daha ötesinde faaliyet alanlarına akıllı telefonlar sayesinde ulaşmış ve ağ ilişkisi modelinin tüm bağlamlarıyla genelleştirilebilecek bir biçime kavuşmuştur (Castells, 2007, s. 249).

Gelişen iletişim aygıtlarının ağ ilişkilerini ve yapılarını değiştirmesinin yanında toplumsal değişimlere sebep olduğu söylenebilir. Ağ toplumu olarak kavramsallaştırılan sosyal medya toplumu içerisinde iletişimin akışı kadar, iletilen mesaj da önemlidir. Bu mesaj tam anlamıyla enformasyondur. Bilgiye dönüşmemiş fikir bildirimli söylemler ağ toplumu içerisindeki ilişkisel kanallardan bir akış hali seyreder. Böylelikle ağ toplumlarının yapılarının, geçirdikleri değişimlerin ve sosyalizasyon süreçlerinin gözlemlenmesi için enformasyon kavramına ihtiyaç duyulmaktadır. Enformasyon ve iletişim teknolojilerinin araştırılması konusunda ağ toplumu kavramının yanı sıra enformasyon toplumu kavramı da kullanılmaktadır (Dijk, 2018, s. 41). Enformasyon kavramının ağ toplumu açısından önemli olduğu ve özellikle sosyal medya uzamının genişlemesindeki etkisi bilinmektedir.

Sosyal medya ağlarının yapısı ağ merkezlerinin iletişimi açısından karmaşık olabilir. Bu durum merkezler arası iletişim akışlarının hızı ve birimlerin sayısının fazla olmasından kaynaklanmaktadır. Sosyal medyanın kendi içinde farklı medya uzamları barındırması bu ağ yapısını gitgide genişletmekte ve karmaşık hale getirmektedir. Sosyal medya uzamı

içerisindeki ağ toplumunu gözlemlemek için yapısal olarak bir başlangıç noktasına ihtiyaç duyulmaktadır. Başlangıç noktasının herhangi bir merkez olarak rastgele seçilmesi ağlar arası ilişkileri gözlemlemede bir farklılık oluşturmayacaktır. Fakat araştırma nesnesinin veya sorusunun toplumsal yapıya dair çözümleme arzusu taşıması başlangıç noktasının spesifik olarak belirlenmesini zorunlu kılar. Bu noktada hem sosyal medya mecrasının konuya uygun olarak seçilmesi hem de seçilen konu hakkındaki enformasyon akışlarının filtrelenebilir olması gerekmektedir. Bu araştırma için örnek vermek gerekirse; Twitter sosyal medya uzamı olarak belirlenirken gündem ağlarına yönelik gözlem spesifik olarak araştırmanın amacı doğrultusunda belirlenmiştir. Dolayısıyla ağ toplumuna dair araştırma yapmadan önce yukarıda bahsedildiği üzere konunun ve uzamın belirlenmesi gerekmektedir.

Sosyal medya ağlarının teknolojik gelişmelerle birlikte daha da genişlediğinden ve karmaşık bir hale geldiğinden daha önce söz edilmiştir. Sosyal medya ağlarının aynı zamanda teknolojik ağlara temas eden yapısı, teknoloji perspektifinden bakıldığında bu ilişkiyi süreğen kılmaktadır. McLuhan'ın *medium is the message* çözümlemesinden hareketle sosyal medyanın mesajın/enformasyonun taşıyıcısı olmasının yanında bu mesajın/enformasyonun bizatihi kendisi olduğu söylenebilir. Dolayısıyla sosyal medya, teknoloji temelinde sağladığı süreğen yapıyı kendi mesajının taşıyıcısı olarak sürdürebilmektedir. Bununla birlikte sosyal medya ağları içerisinde akışta olan enformasyon içeriklerinin iletişimsel trafiği gönderici merkezli bir akış olarak gözüксе de enformasyon ulaştığı hemen her kullanıcının birer merkeze dönüştüğü söylenebilir. Ağ toplumu için sosyal medyanın sosyal kavramı etrafında işlerlik kazanmasının yanında medya kavramı perspektifi de önemli bir olgudur. Dijk'a göre (2018) teknolojik ağlar ancak göndericinin ve alıcının birbirine bağlandığı sembol ve enformasyonlardan oluşan yapılarla medya ağlarına dönüşmektedir (s. 50) Medya ağlarının sosyal medyadaki işlevi fiziksel dünya ve siber uzamın mukayesesi ile anlaşılabilir. Bu hususta fiziksel dünyanın anlam örüntüleri ile bir geleneğe kavuşan, genel itibarıyla, ana akım medyanın siber uzamdaki işlevi sosyal olana görelidir. Dolayısıyla sosyal medya bu manada soyut bir yerdedir. Bu sebeple sosyal ağlar soyut ilişkiler içinde somut bağları olan sosyal sistemler olarak tanımlanmıştır (Dijk, 2018, s. 50) Araştırma içinde de gündem tasnifi bu açıklamaya göre belirlenmiştir. *Somuttan soyuta, soyuttan somuta* ya da *soyuttan somuta, somuttan soyuta* olarak ayrılan gündem karakterizasyonu sosyal ağlara yönelik yukarıda zikredilen açıklama ışığında oluşturulmuştur.

Sosyal medyanın soyut karakteri somut olanla kurduğu bağlantıya içkindir. Bu sebeple soyut olanın ontolojisine yönelik yaklaşım bu araştırmada Twitter toplumuna ve Twitter’da yer alan kimliklere dair analizlere temel oluşturur. Bu ön kabul Twitter ile fiziksel dünya arasına bir sınır çekmek demektir. Bu sınır her ne kadar bazı görüşlerce yok olmuş olsa da bu araştırmanın sayıltısı olarak sınırın varlığı kabul edilmektedir. Sınırlar araştırma sahasının genişliğini belirlemesi anlamında önemlidir. Sosyal medya uzamının sınırları da fiziksel dünya ile temas halindedir. Dolayısıyla sosyal medya uzamı fiziksel dünyanın sınırları ile anlaşılabilir. Sınırları ile anlaşılabilir.

Sosyal medya toplumunun bir ağ toplumu veya enformasyon toplumu olarak anlaşılabilirliğine bu bölümde değinilmiştir. Bir sonraki bölümde sosyal medya uzamı içerisinde yer Twitter mecrası içerisindeki ağ toplumu yapısı analiz edilecektir. Sosyal medyadaki ağ toplumu yapıları ve Twitter toplumundaki yapıları birbirlerinden farklı değillerdir. Ağların kapsamı uzamlar arasında genişlenebilir. Örneğin Twitter mecrası içerisinde başka sosyal medya platformları ile bağlantı kurulabilir veya Twitter başka bir sosyal mecranın özellikleri taklit edilerek kullanılıyor olabilir. Bu durumda sosyal medya ve Twitter için keşfedilen ağ toplumu yapıları benzerlik gösterebilir. İlerleyen bölümde bu ağ toplumu yapılarının Twitter mediumundaki yansımalarına ve Twitter’daki ağları keşfedebilmek için gerekli olan tweet ve retweet olgularına değinilecektir.

2.1.2. Twitter ve Ağ Toplumu

Sosyal medya, ortak bir temaya sahip çok çeşitli faaliyetleri, platformları ve teknolojileri kapsayan. hızla yayınlama ve takipçi kitlesiyle iletişim kurma yeteneğine sahip bir alandır. Bu alanın içindeki araçlar ve hedef kitlelerini; Twitter’daki 140 karakterden oluşan tweetler, video blogları ve sesli podcast’ler, İnternet forumları, Facebook Grupları ve Sayfaları, inceleme siteleri ve fotoğraf paylaşım hizmetleri olarak sıralayabiliriz. Sosyal medyaya dahil olabilmek için içerik oluşturmak, yorum yapmak, sohbet etmek, puan veya oy vermek, inceleme yapmak, yayın yapmak yeterlidir (Brown, 2011). Aynı zamanda Twitter için toplumsallığın en yoğun görüldüğü sosyal medya alanı söyleminin bu araştırma için geçerli olduğu söylenebilir. Bu durumda ağ toplumu kavramı için geçerli olan yaklaşımları Twitter ile bağlantılandırmak mümkün hale gelebilir. Ağ toplumu tanımlamaları sırasında, ağ toplumunun aynı zamanda enformasyon toplumu kavramı ile

geçişli bir ilişkisi olduğundan söz etmiştir. Ağ toplumunun enformasyon toplumu ile olan bağı, Twitter ağının da enformasyon ağları ile bağı birbiriyle ilişkilidir.

Kwak vd. (2010), Twitter'ın en iyi şekilde bir sosyal ağdan ziyade bir enformasyon ağı olarak tanımlandığını öne sürmektedir. Ağların topolojik özelliklerini inceleyen daha yakın tarihli bir çalışma, Twitter'ın hem enformasyon hem de sosyal ağ işlevi gördüğünü öne süren kanıtlar ortaya koymuştur (Myers vd., 2014). Twitter ile enformasyon ağlarının ilişkisi aynı zamanda toplumsaldır. Ağlar, Twitter'ın enformasyon dolayimli iletişimi sayesinde oluşur. Bu bakımdan Twitter kullanıcıları ağ toplumuna mensup olan ve bu toplumu oluşturan kişiler olarak kabul görürler. “Kullanıcı, gerçek dünyadaki sosyal bağlara, ortak çıkarlara veya diğer faktörlere bağlı olup olmadığına bakılmaksızın, etkileşimde bulunabileceği bir topluluk keşfeder ve Twitter daha çok bir sosyal ağ gibi davranmaya başlar” (Myers vd., 2014, s. 498).

Twitter'ın ağ toplumu yapısının öznelarası iletişimi en temelde retweet olgusu üzerinden okunabilir. Bu bakımdan sosyal medyanın etkileşim odaklı dinamiğine, Twitter'da da rastlamak mümkündür. Retweet olgusu Twitter ağ toplumunda enformasyon ağlarının profil ağları ile olan düğüm noktalarından biridir. Bu anlamda retweet oldukça işlevsel bir araç olarak Twitter'ın toplumsal alanını genişletir. Dolayısıyla topluluklar veya ağ merkezi arasındaki mesafeler kısılır ve ağ toplumu açıklamasında değindiğimiz küçük dünyalar kanunu devreye girer. Retweetin önemi Twitter'ın medya tarafı için de oldukça önemlidir. Özellikle gündem analizleri için elde edilecek olan hashtaglerin çalışma mantığı retweet aracına ihtiyaç duyar. Böylelikle gündem ağları da bu şekilde hareket kazanır. En temelde retweet aracının gündem ağları, enformasyon ağları ve gündem ağları üzerinde büyük bir etkisi vardır. Boyd vd. (2010), retweet analizlerinde, kullanıcıların retweet dinamiklerine şu şekilde bir düzenleme getirmişlerdir:

- Genişletilmiş mesaj: Bir tweet ileterek bilgileri diğer ağlara iletmek için kullanılır.
- Eğlendirmek/bilgilendirmek: Eğlenceli bir espri veya enformasyon paylaşmak için kullanılır.
- Yorum: Kendi fikrini ekleyerek retweetlemek; yani, tweet atarken yorum yapmak için kullanılır.

- Dinleyici olarak dinlemek: Tweetleri duyduklarını belli edebilmek için duyduğunu gösterme niyetiyle kullanılır.
- Anlaşma: Bir görüşe destek vermek için kullanılır.
- Arkadaşlık/tanıtım: Bir arkadaşın blog gönderisini veya çevrimiçi içeriğini yaymak için kullanılır.
- Doğrulama: Meşruiyet sağlamak için kullanılır.
- Yeterince tanınmayanları destekleme: Yeni kullanıcıların görünürlüğü artırmak için kendi sesini kullanarak destek vermek için kullanılır.
- Karşılıklılık: Kullanıcının bir başka kullanıcının tweetini retweetlediği zaman, iyiliğinin karşılığını vermek ve görgü kurallarına uymak için kullanılır.
- Kazanç: Daha fazla takipçi ya da etkileşim kazanmak için kullanılır (s. 6).

Bu açıklayıcı kavram listesi, Twitter kullanıcılarının neden retweet aracını kullandıklarına yönelik sınırlandırıcı bir yaklaşımdır. Aslında Twitter kullanıcılarının bilinç düzeyi içinde bu kavramsal analizler fark edilmez. Bir Twitter kullanıcısı retweet yapmak, beğenmek veya bir tweete yorum yazmak bir var olma biçimi olarak varsayılabilir. Dolayısıyla Twitter kullanıcısı Twitter araçlarını kullanarak mensubu olduğu mekânda var olabilir ve o mekânın bir parçası olabilir.

Bruns ve Moe (2014), retweetleri "katmanlar arası iletişim akışlarının" bir parçası olarak sınıflandırır. Bağlantılı olarak bir kullanıcının kendi takipçi kitlesinin dışındaki profil ağlarına içeriği yayma endişesi taşıması ağlar arası iletişime bir örnek teşkil etmektedir. Bu ağlar profil ağlarındaki birimlerle enformasyon ağlarındaki birimlerin birbirine temas etmesiyle genişlik kazanırlar. Twitter'ın iletişimsel modeli de mesaj iletme konusunda bu şekilde hareket eder. Retweetler, Twitter'da topluluk oluşturma'nın ayrılmaz bir parçasıdır. Yukarıdaki listedeki kullanım pratikleri Twitter için bir topluluk oluşturmaya teşvik etmek için kullanılan yollardan bazılarıdır. Bu hususta toplulukların karşılıklılığı ve birbirlerini destekleyici yapıları bu toplumsallığın kabul edildiğine bir işarettir. Bu topluluklar kendi aralarındaki ilişkileri karşılıklı uyumu ve tanıdık hissetme olgusunu inşa etmek için kullanırlar. Bu da toplulukların Twitter ağları içerisindeki görünürlüklerini arttırır ve

yukarıda bahsedilen faaliyet alanlarındaki uyumu arttırır. Böylelikle bu topluluklar kendilerine yeni üyeler sağlayarak Twitter alanı içerisinde genişlerler (Singh, 2017, s. 17).

Etkileşimin ve ağlar arası iletişimin en önemli aracının Twitter'da retweet olduğunu söylemiştik. Bununla birlikte Twitter'ın ağ toplumu yapısı ile ilişkisinin etkileşim ve iletişimden kaynaklandığı da bilinmektedir. İletişim kaynaklı yapılar zorunlu olarak toplumsaldır. Toplumsallığın Twitter mediumunda görünebilmesi için somut bir gösterge gereklidir. Bu gösterge Twitter için tweetlerdir. Tweetlerin Twitter için ifade ettiği değer temelinde insanın toplum için ifade ettiği değer kadardır. Tweetler onları atan kullanıcıları yansıtmaktan ziyade bizatihi o kullanıcıların kendisine dönüşür. Çünkü aktarıldıkları ağ içinde temsil ettikleri anlam ya da içerdikleri mesaj aynı zamanda tweeti atan kullanıcının da karakterini taşımaktadır. Bu sebeple araştırmada profil analizi yapılmadan önce gündem analizi aşamasında tweetler incelenmiş tweetlerden yola çıkarak profil hesabına gidilmiş, profil hesabı analiz edilirken de attığı tweetlerdeki sık kullanılan kelimeler incelenmiştir. Çünkü Twitter kullanıcısının karakteri attığı tweetler ile ortaya çıkmaktadır.

Twitter ve ağ toplumunun ilişkisini tweet ve retweet olguları ile bağlantılı bir şekilde analiz edebiliriz. Bu durum aynı zamanda Twitter ağ toplumundaki enformasyon ağlarının yayılımını göstermektedir. Enformasyon yayılımının takip edilmesi sonucunda ise profil ağlarına ulaşılabilir. Bu yapılar iç içe ve katmanlı yapılar değildir. Daha çok özerk yapılardır fakat çok merkezli yapıları sayesinde kesişim ve düğüm noktaları oldukça fazladır. Sonuç olarak ağ toplumunun sosyal medya aşamasından sonra Twitter mediumundaki konumu tweet ve retweetler üzerinden incelenebilir ve enformasyon kavramıyla açıklanabilir. Bu bölümden sonra da araştırma için temel kavramlardan olan enformasyon ve gündem kavramları üzerine bir perspektif sunulacaktır. Bu perspektif tıpkı ağ toplumu kavramında olduğu gibi bu araştırmanın sınırları dahilinde oluşturulmuştur.

2.2. Enformasyon ve Gündem Üzerine

Enformasyon kavramı bu bölüm içinde gündem kavramı ile birlikte anılacaktır. Enformasyonun tanımlaması da kavramsal analizi de Twitter üzerinden kurgulanacak ve gündem kavramı ile bağlantılandırılacaktır. Bunun sebebi enformasyon kavramının birçok alanda birçok farklı niyetle kullanılmasından ileri gelmektedir. Kısaca enformasyonun ne olduğundan bahsedecek olursak; henüz bilgi olmamış veri diyebiliriz. İlave olarak

enformasyon her tür söylemi kapsayabilecek denli geniş bir alana yayılır. Enformasyon bu anlamda toplumsal olana dahildir. Çünkü yayılımı iletişim sayesinde, iletişimi ise öznelerarası bir yaklaşımla oluşur. Bu anlamda enformasyona yönelik düşünceler toplumsallığı da beraberinde getirmektedir. Sosyolojik bir perspektifle bakıldığında enformasyonun medya ve kültürde aldığı konum Adorno'da yabancılaşma Simmel'de ise nesnelleşme kavramı ile ifadesini bulur (Maigret, 298-299). Bu kavramların genel bir formülü işaret etmesi, enformasyonun tarihsel ve kültürel bir boyutu olduğunu da ortaya çıkartmaktadır. Enformasyona dayalı toplumsal söylem, insanların dünyayı anlamlandırmasını sağlayan sembollerin yaratılmasına, yayılmasına ve yorumlanmasına olanak sağladığı için özellikle kültürel dir. Raymond Williams kültürel hegemonyaya ve kültürel materyalizme, kültürün maddi sosyal hayattan ayrılmasına karşı çıkmıştır (Williams 1977, 19). Kültürel pratiklerin ayrılması yönünde düşüncelere sahip olan Williams, kültürel üretimi fikirler ve anlamlar üreten ekonomik bir üretim faaliyeti olarak değerlendirmiştir.

Sosyal bilimlerde çokça tartışılan yapı-fail meselesi üzerinden yorumlayacak olursak enformasyon, medyada veya izler kitle nezdinde toplumsal ve kültürel olan her şeyde etkisi bulunan bir araçtır. Bu anlamda hem yapıyı hem de eyleyiciyi yani faili temsil eder. Bourdieu ve Giddens yapının hem kaynak hem de sonuç olduğunu düşünür. Yapılar dışsal değil içsel biçimde oluşur. Bu sayede zaman uzamdan bağımsız hale gelir. Bu araştırma içinde yapıyı Twitter olarak belirlersek, enformasyon bir ağ toplumu yapısı üzerinden içsel bir aksiyonla Twitter'ı şekillendirebilir. Ağ toplumu yapısının Twitter'daki karşılığı, hızlı bir enformasyon için adeta bir otoyol vazifesi görmesidir. İlave olarak Van Dijk ağ toplumu ve enformasyon toplumlarını örgütlenme biçimlerinin benzerliğine dayandırarak kavramsal olarak birlikte kullanmıştır (2018, s.41). Twitter her ne kadar merkezini medya işlevi üzerinden kursa da toplumsallıkla çepeçevre sarılmıştır.

Yeni medyanın sosyolojisi bilgi örüntüleri ile örülüdür. İletişim, medya merkezli değil toplum merkezli olmalıdır. Dolayısıyla toplum merkezli iletişim sürekli bir enformasyon akışını ve doğal olarak bir gündem silsilesini beraberinde getirir. Toplumların gündemleri vardır. İletişimin toplumsal hareketi gündem aracılığı ile gözlemlenir. Çünkü konuşma veya diyalog bir “şey”ler hakkındadır ve iletişim bu türden enformasyonları kişiler arasında yayma işlevini görür. Sosyal medya ve özelde Twitter toplumsal diyalogun ve enformasyon akışlarının çok yoğun bir şekilde kümелendiği yapılardır. İnternetin ve dolayısıyla sosyal medya uzamının geniş olmasından dolayı enformasyon tabanlı veriler oldukça yer kaplar.

Dolayısıyla kullanımına kıyasla gereğinden çok enformasyon üretilmektedir (Dijk, 2018, s. 302).

Twitter uzamındaki enformasyonların tespit edilmesine yönelik birçok metot geliştirilmiştir. Bu metotlar yine bilgisayar teknolojilerinin devamlı gelişimiyle paralel olarak gelişir ve çeşitlenir. Büyük veri analizleri için kullanılan bu programlar insan davranışlarını anlama ve kalıplarını çözme konusunda katkı sağlayabilir, gelecekteki olası davranışları tahmin edebilir bir konumdadır (Løkke, 2020, s. 61).

Twitter’da yer alan enformasyon akışları bu araştırmada toplumsal bilincin sözsel edimleri olarak ele alınacaktır. Bunun sebebi insan davranışlarının yansıması olarak Twitter profillerinin attıkları tweetler ve profillerini sunma şekilleri gösterilebilir. Atılan tweetler de kendi konteksti içinde ele alınarak incelenmelidir. Twitter için ağ toplumundaki gündem okumalarında karşılaşılan enformasyonun sosyolojik bir veri oluşturabilmesi için sosyal medya uzamının diline ve kültürüne hâkim olunması gerekir. Özellikle dil tüm bu bağlantıların en kritik bağlayıcısıdır. “Dil esasen zamanı ‘bağlayan’ şeydir. Ayrıca dil zamanı kendi içinde saklar, çünkü dil yazıdır ve yazı olarak dil kendisini zaman içinde devam ettirir, söylenmiş olanı zaman içinde devam ettirir (Foucault, 2016, s. 96)”. Dilin sürekli inşa halinde olması yazıyı da etkilemektedir. Enformasyon oluşumunda özellikle Twitter için, kendine has bir yazı dilinin oluştuğu söylenebilir. Gündelik konuşma dilinden formal dil kullanımına kadar Twitter içinde birçok dil kullanımı gözlemlenebilir. Fakat Twitter’a has gelişen dil yalnızca Twitter kullanıcılarının Twitter uzamı içinde anlamlandırabilecekleri dildir.

Twitter bir ağ toplumu yapısı içerisinde sürekli hareket halinde değişmeye ve genişlemeye devam eder. Bu yapının içerisinde veri anlamını yine bu uzamın içinde kazanmaktadır. Örneğin retweet kelimesinin ifadesi yalnızca Twitter’da anlam bulur fakat fiziksel dünyadaki karşılığı etkileşim dolayımı bir kazanım olarak özneleri Twitter kullanıcısı olmak için motive eden bir unsurdur.

Gündemlerin, Twitter’daki varlıkları kültürel bir değişim yarattığı için fiziksel dünyanın çehresinde gözlemlenebilir durumdadır. Gündemlerin kültür ve dil üzerinde yarattığı etki normatif alana da sirayet etmiş, toplumsal normlar yeniden inşa edilmiştir. Twitter ve sosyal medya uzamının Dünya ölçeğinde oldukça hızlı bir değişime sebep olduğu açıktır.

Zaman ufkunun çöküşü ve anlık olana yönelen ilgi, kısmen, kültürel üretimde olayların, göstergelerin, “happening”lerin, medya imgelerinin çağdaş dünyada ön plana çıkmış olmasının ürünüdür. Kültür üreticileri yeni teknolojileri, medyayı nihayet multi-medya olanaklarını araştırmayı ve kullanmayı öğrenmişlerdir. Gelgelelim, bunun sonucu modern hayatın gelip geçicilik taşıyan özelliklerinin yeniden vurgulanması, hatta yüceltilmesi olmuştur (Harvey, 2012, s. 76).

Twitter’da gündemlerin başlı başına bir ağ oluşturmaları tesadüf değildir. Medyanın oluşturduğu geleneklerin bir kısmı sosyal medyaya da sirayet etmiştir. Oluşturulan veya doğal olarak oluşan gündemlerin Twitter’daki akışının, geleneksel medyanın gündem akışı ile mukayesesinde hız faktörü göze çarpmaktadır. İletişimde, öznelarası enformasyon akışları birçok dinamiğe sahiptir. Yüz-yüze iletişimden, basılı medyaya, radyodan televizyona farklı iletişim senaryolarında akış sosyal medyaya oranla oldukça yavaştır. Sosyal medya enformasyonunun akışını belirleyen hız her zaman pozitif bir yansımayı doğurmamaktadır. Yukarıda bahsedildiği gibi enformasyon kirliliği ve verilerin çokluğu iletişimin niteliğini azaltmaktadır. Dolayısıyla Twitter’a gündem kavramı üzerinden bakmak ağ toplumu yapısını bir anlamda görünür kılmaya hizmet etmektedir. Gündeme dair yaklaşımların hem Twitter uzamının dinamiklerine hem de ağlar arası iletişim kanallarının mensuplarına ulaşmada faydalı olduğu düşünülmektedir.

Enformasyon bu araştırma içerisinde kendi ağlarına sahip bir yapı olarak tasavvur edilmiştir. Tıpkı gündemlerin ve kimliklerin/profillerin kendi ağları olduğu gibi. Ağlar arası ilişkilerin gözlemlendiği ve veri olarak çekilip analiz edildiği ilerleyen bölümlerde Twitter’da enformasyon ve gündem kavramlarının nasıl merkezi bir rol oynadıkları detaylı bir şekilde sunulacaktır.

2.2.1. Enformasyon kavramı bu araştırma için ne ifade ediyor?

Bilmek ölümdür⁷, der Schiller (1851, s. 153-157). Bilmenin öldürücülüğü hakikatin ağır hacmine insanın dayanmasının güç olduğu ile alakalıdır. Hakikatin kendi başına bir güç olduğu ve günümüzde artık hakikatin inşa edilebilir olduğu düşünülmektedir (Karapınar, 2017, s. 512). Sosyal medya uzamında ise hakikat, gerçeklikten veya enformasyon akışlarının oluşturduğu sanal bilgidен çok daha farklı bir formda kendini gösterir. Bu ayrımı

⁷ Orijinali; *Error is life [life is error], and knowledge is death.*

yapmak için post-truth kavramı ortaya çıkmıştır. Özellikle bu çalışmada enformasyonun bilgiye dönüşmemiş söylem olarak belirlenmesi, araştırmanın sahası olan Twitter’da hakikatin varlığı yönündeki sorgulamayı geri planda bırakmıştır. Buna göre Twitter içerisinde felsefi anlamda bir hakikat belirlenememekte ve enformasyon yığını içerisinde hakikatin aranması oldukça zor ve öznel bir tecrübeyle açığa çıkacak bir durumdur. Bu sebeple enformasyon bu çalışmada medya ve ağ toplumu dolayimli enformasyon akışlarını oluşturan enformasyon ağlarının yapısının merkez kavramı olarak anlaşılmaktadır. Ayrıca enformasyonun Twitter kullanıcılarının bir kısmı tarafından “enformasyon kaygısı” ile tweetlerini oluşturdukları araştırma içinde keşfedilmiş olan bir durumdur.

Bu çalışmaya göre enformasyon, ağ toplumu kavramındaki ağ yapılarına denk bir kavramsal büyüklüğe sahiptir. Bu durum enformasyonun, ağlar arası iletişimde akış içine giren mesajların yapısal etiketi haline gelmesine sebep olmaktadır. Dolayısıyla enformasyon kaygısı ile atılan tweetlerin temelde enformasyon kavramı ile bağlantılarında benzer bir yön taşıdığı söylenebilir. John Kean, *Medya ve Demokrasi* adlı kitabında Baudrillard’ın *L’autre par lui-même* adlı doktora tezinde, bilgi dolayimli bu çağda verilen her bilginin başka bilgilerin bir mazereti olduğunu düşündüğünü söylüyor. Ona göre enformasyon, olaylardan kopup kendi başına bir olay haline geliyor (Keane, 2015, s. 172). Bağlantılı olarak bu çalışmada da enformasyonun söylem alanı içerisinde söylemi içerirken alanı da oluşturan ve belirleyen bir yapı olduğunu belirtmek gerekir. Enformasyon, Twitter için bizatihi gündem alanının belirleyicisidir.

Ağ toplumu incelemelerinde enformasyon toplumu ile olan ilişkisinden söz etmiştik. Enformasyon toplumu temellendirmesi etrafında bu toplumun iletişimsel anlamda çeşitli tanımlamaları yapılmıştır. “Enformasyon toplumlarında iletişim beş özellik ile karakterize edilir: 1) iletişimsel küreselleşme süreçleri; 2) haber ve eğlence modellerindeki değişiklikler 3) medyanın ağ yapısı; 4) ve buna bağlı olarak, ağ bağlantılı dolayım; 5) Kültürel bir çerçevede sanal kültüre karşılık gelen ve sosyal süreçlerini ağ bağlantılı bir iletişim modelinde ifade eden bir enformasyon toplumu modelinde üretilen kültür” (Cardoso, 2006, s. 144). Bu noktada kültürün enformasyon toplumundaki konumuna ve kültür ile enformasyon toplumunun ilişkisine değinmek faydalı olacaktır. Enformasyon toplumu olarak adlandırılacak olan Twitter’da kültürel aktarımlar ve kültürel değişimler iletişimsel yapılarla gerçekleşir. Kültürün etkileşim odaklı yapısı fiziksel dünyada oldukça açık bir biçimde görünür. Özetle kültür yapısı itibarıyla etkileşime ihtiyaç duyar. Bu

etkileşim kültürün sınırlarını belirleyen bir etmendir. Twitter'ın yapısı itibarıyla içerdiği toplumsallık enformasyon ağları ile oluştuğu için kültürel bir yapının ortaya çıkması kaçınılmazdır.

Kültürel değişimlerin Twitter üzerinden okunabilmesi için enformasyon ağlarının ilişkisine dair bir veri seti gereklidir. Bunun için de enformasyon ağlarının nerede başlayıp nerede bittiğine dair sınırlılıklara ihtiyaç duyulabilir. Sosyal medya uzamı içerisindeki dinamikler Twitter mediumunu bu anlamda etkilemektedir. Çünkü Web 2.0'dan itibaren gelişen teknolojik imkânlarla birlikte dijital toplumsallaşma aşamalı bir şekilde gözlemlenmiştir. Buna göre de bir kültür ortaya çıkmıştır. Bu kültürün Twitter'a yansımaması mümkün değildir ve nitekim Twitter'da da geçmiş sosyal medya deneyimlerinin yarattığı kültürel olgular devam etmiş ve kendi uzamı içerisindeki kültürel değişimlerle birlikte yeknesak bir kültürel yapı Twitter içinde oluşmuştur. En temelde toplumsallığın olduğu yerde kültürden bahsetmemek mümkün değildir.

Kültürel Çalışmalar ekolü üzerinden sosyal medyada oluşmuş kültürün incelenmesi için çeşitli fikirler ortaya atılmıştır. Genellikle popüler kültür üzerinden inşa edilen görüşler post-marksist çizgide ilerlemekte ve ekonomi-politik düşünelere ağırlık verilmektedir. Sosyal medyanın işlevinin dijitalleşme ve teknolojik gelişmeler ışığında etkisini arttırmasıyla ortaya çıkan kültürel yapı, enformasyon toplumu çözümlemesini bu interdisipliner sahada kabul görmüştür. Fredric Jameson (2015), enformasyon toplumunun kültürel boyutuyla ilgili şu saptamayı yapmıştır; “Enformasyon toplumunun ve önemli ölçüde bilgisayarlar ve teknolojik gelişmeler çerçevesinde örgütlenmiş bir ekonominin ortaya çıkışı geleneksel Marksizan kültür fikirlerinin yeniden düşünülmesini ya da en azından zenginleştirilmesini ve geliştirilmesini gerektiriyor gibi görünmektedir. Çağdaş iletişim ideolojilerinin (hatta metafiziğinin), mesela Habermas'ın görüşlerinin, filizlenmesi özgün bir Marksizan cevap gerektirmektedir” (s. 307)

Enformasyon toplumum içindeki başat olgulardan biri kültür ise diğeri de dildir. Dilin kendisi sosyal medya uzamı içerisinde gerek hiper-metinsel gerek içerik ve enformasyon temelli paylaşımlar olsun ağ yapılarının analiz edilmesi için çok önemlidir. Toplum incelemelerinin insana olan yaklaşımı, insanın tanımlanması ile başlar. İnsan ise kavramsal olarak dil merkezinde tanımlanabilir. Sosyal medya toplumu içerisindeki insan tanımlamalarında Twitter özelinde tweet incelemelerine başvurulmuştur. Dilin işlevine yönelik Neil Postman'ın (2004) çözümlemesi bu aşamada dikkat çekicidir: “Dilin kendisi

bir tür tekniktir (görünmez bir teknoloji) ve dil aracılığıyla açıklıktan ve verimlilikten daha fazlasını elde ederiz. Dil vasıtasıyla insanî olanı veya gayri insanî olanı elde ederiz” (s. 148) Bu araştırmada da dil kullanımları vasıtasıyla pek çok gösterge analiz edilmiştir. Dil kullanımı üzerinden yapılan analizler ve özellikle kelime bulutu analizlerinde dilin anlamsal konteksti analiz için gerekli olan düşünce sistemini belirlemiştir. Kavramsal analizler için anlam kümelerinin oluşturulması gerekir. “Her bir ‘anlam ögesi’, anlamın bütünsel bağlamı ve nihai olarak, onu doğuran yaşamsal zemin tarafından belirlenir” (Mannheim, 2018, s. 180). Anlamsal zeminin kurgulanması için de Twitter özelinde mekânsal tüm dinamiklere, kültüre ve dile karşı içeriden bir tavrın oluşturulması gerekmektedir. Bu hususta Tweet değerlendirirken veya anlamlandırırken dilin kullanımı ölçüsünde hareket ederek veri setinin bu doğrultuda düzeltilmesi araştırma için sağlıklı olacaktır.

Enformasyon ağlarında var olan anlam öğeleri mesajların alıcılarının ve kaynaklarının arasındaki akışı belirlemektedir. Bu sebeple enformasyon ağlarından hareketle profil ağlarının tipolojileri sık kullanılan kelime kümeleriyle anlamlandırılmış ve analiz edilmiştir. Sık kullanılan kelimelerin seçilmesi için bilgisayar programlamaları anlamlandırma işlemini yapamamaktadır. Bu teknolojik yetersizlik insanî olanın ölçütüyle bağlantılıdır. Belirli formüller geliştirerek makine öğrenmesi için teknolojiler geliştiriliyor olsa da dilin amorf yapısı içindeki anlam örüntüleri yalnızca araştırmacının tahayyülü ile sınırlıdır. Bu araştırma içinde de analiz yöntemleri öznel yorumlama ve anlamlandırma stratejileri kullanılarak belirlenmiştir. Fakat teknolojik altyapılarla oluşturulmuş bir alan olan Twitter’ın içerdiği büyük veri yığınının anlamlandırılabilir hale getirilmesi için bilgisayar programlarına duyulan ihtiyaç görmezden gelinemez. Dolayısıyla enformasyon kavramının araştırmada merkez kavramlardan biri olması veri toplama araçlarının bilgisayar tabanlı programlamalar kullanılarak araştırılmasından kaynaklanmaktadır.

2.2.2. Gündem kavramı bu araştırma için ne ifade ediyor?

Gündem kavramının Twitter için ifade ettiği anlam ağ yapılarıyla uyumluluk göstermektedir. Bunun sebebi gündem kavramının ifade ettiği devinimsel yapıdır. Gündem belirli bir akışı ifade eder. Bu akış yine belirli bir zaman aralığında gerçekleşen bir seyri izler. Gündem bir olayın toplumsal olarak bilinirliğini ifade eder. Bu bilinirlik kişiler arasında iletişim yoluyla yayılır. Bu noktada da enformasyon ağları devreye girer.

Gündemlerin Twitter alanı içerisinde oluşturduğu ağ yapıları, kümeler enformasyon ağları ile bağlantılıdır. Profil ağları ise gündem ağlarının içinden bu bağlantısallığa karışır ve iletişim trafiğinin içerisine girerler. Ayrıca gündemler gündelik olana atıf yaparlar. Gündelik yaşam pratikleri içinde gündemler anlam kazanırlar. Her ne kadar bir gün sürecini zaman çizgisi olarak aşabilen gündemler vardır. Fakat bu gündemler de devinimini bir tam gün boyunca biriken enformasyonlarla sağlamaktadır. Gündemin başlığı değişmese de içeriği her gün yenilenebilir. Gündelik yaşamın ağ toplumu için önemi gündemin toplumsal oluşu ile alakalıdır. Gündelik olanın ifadesinin belirli bir zaman dilimine atıf yaptığını söylemiştik; bu süreç boyunca gündem ağlarının genişlemesi ile Twitter özelinde bir toplumsallık fark edilmeye başlar. “Gündelik yaşam, sürekli değişen toplumsal dayanışmalar aracılığıyla, akışkan bir biçimde yaşanıp öyle de deneyimlendiği için, bu bağlantı noktalarının da türlü türlü olmaları, metinselden çok toplumsal belirlenimlere açık, ayrıca da geçici olmaları zorunludur” (Fiske, 2012, s.160).

Gündelik olanın gündemle olan bağlantısının en yoğun kurulduğu ortam medyadır. Özellikle ana akım medyada gelişen habercilik geleneği gündem ile sıkı bir bağlantıya sahiptir. Sosyal medya uzamının genişlemesi ve fiziksel dünyada toplum nezdinde bilinirlik kazanmasıyla birlikte yeniliğe olan refleksif ve muhafazakâr tavır sosyal medyaya karşı da oluşmuştur. Bu süreçte Twitter’ın bir haber kaynağı olarak gündem olana sirayet etmesinin kabullenilmesi uzun bir süreç gerektirmiştir. Bu konuda yapılan araştırmalar son on yılda değişime uğramıştır. Twitter, Bianco’nun (2009, s. 303-312) bakış açısına göre geleneksel medyanın yerini almasa da, son dakika haberlerinin enformasyonel yayılım hızı açısından haber kuruluşları tarafından keşfedilmiştir. McCulloch’un (2009) bakış açısına göre, bu yeni paradigma, “eski medya”ya rağmen değildir, çünkü gazeteler ve TV haber istasyonları, internet üzerinden yayınlayacakları fotoğrafları bedelsiz elde etmişlerdir. Bağlantılı olarak, hükümetlerin gazetecilerin kendi ülkelerinde haber yapmalarının yasaklandığı durumlar da olmuştur. İran’daki 2009 seçimleri buna örnek olabilir. Palser’in (2009) vurguladığı gibi, CNN gibi büyük uluslararası haber kuruluşlarının, Twitter dahil olmak üzere sosyal ağ ve sosyal medya web sitelerinden gelen bilgilere güvendikleri söylenebilir. Ancak araştırmalar, gazeteciler tarafından sosyal medya kullanımının istisnai olmaya devam ettiğini gösteriyor. Lariscy vd. (2009), röportaj yaptıkları gazetecilerin yalnızca yüzde 7,5’i sosyal medyanın kendi ‘işleri için çok önemli’ olduğunu belirttiğini, yüzde 56,5’inin ise tarafsız olduğunu veya sosyal medyayı önemsiz olarak değerlendirdiğini tespit etti. Lariscy vd. (2009, s. 316), gazetecilerin sosyal medyayı önemli ölçüde kullanmasalar da karşı olmadıkları sonucuna

varmaktadır (Murthy, 2011, s. 784). Murthy'nin literatüre yönelik incelemelerinin üzerinden uzun bir süre geçmiştir. Geleneksel medyanın Twitter karşısındaki konumu da bu süre zarfında değişikliğe uğramıştır. Artık gündem ya Twitter'da yaratılmakta ya da Twitter aracılığıyla yayılmaktadır. Bu realitenin görmezden gelinmesi mümkün değildir.

Bu araştırmada gündem kavramı enformasyon ağlarındaki yayılımı ve profil ağlarının yapılarını tespit edebilmek için faydalı bir araç olarak kullanılmıştır. Twitter'daki toplumsallığın belirli göstergeler sayesinde görünür olduğuna dair düşüncelere geçmiş bölümlerde değinilmiştir. Bu durum Twitter toplumunun görünür olması için birtakım göstergelerin ve araçların devreye girmesiyle mümkün olacağını göstermektedir. Bu araçlardan en önemlisi gündem kavramıdır. Gündem kavramı merkeze alındığı zaman ve Twitter gündemleri belirlendiği zaman enformasyon ağları ve profil ağları daha net bir şekilde ortaya çıkmaya, Twitter toplumsallığı kendini açık etmeye başlar. Bu sebeple Twitter toplumsallığı başlangıçta görünmez olarak anlaşılır. Twitter toplumunun görünmezliği ontolojik olarak varlık gösteremediği anlamına gelmez. Byung Chul-Han'ın (2017) *Şeffaflık Toplumu* kavramıyla analiz ettiği yapının, şeffaflık kavramına ek olarak görünmemesinden dolayı görünmezlik toplumu olarak ifade etmek mümkündür. Görünmez olan bir görüntünün örtülü ya da saklanmış, gömülü olduğu anlamına gelir. Bu araştırmanın amacı da görünmez olanı görünür kılmak, gömülü olanı açığa çıkarmak amacıyla bir yöntem geliştirmektir. Bu yöntem gündem kavramıyla açığa çıkabilir. Çünkü Twitter gündemleri Twitter kullanıcılarını fikir bildirmeye davet eder. Fikir bildirimi amacının yanında gündem olan hakkında tweet atmanın gündemi yayma amacı gibi birçok amacının olduğu bu araştırmada keşfedilmiştir. Dolayısıyla gündem başlıklarıyla birlikte oluşan Twitter hashtaglerinin toplumsal bilinç dışının, fikir bildirimine dayalı, bir tezahürünün tweetler aracılığıyla ortaya çıkması ve bu tweetleri atan kullanıcıların profillerine ulaşmak mümkün hale gelir.

2.3. Görünmez Kimlikler

Merleau Ponty meşhur *The Visible and The Invisible* (1968) adlı kitabında görünmez olanı tümenden zahir olmayanla aynı seviyede görmez. Görünmez olanın mutlak görünmez olmadığını ileri sürer (s. 151). “Görünmez”, görünürün zıttı değildir; ancak onun derinliği ya da içselligidir. Görünürde bulunan bu dünyanın derinliğidir: Mutlak olmayan namevcut

bir tuhafılık ya da hiçbir şey olmayan bir olumsuzluk” (Lewis M. ve Staehler s.284). Sosyal medya uzamında kullanıcı adıyla anılan, fiziksel dünyadaki insanların oluşturduğu profiller, bir çeşit kimlik vasfı taşımaktadır. Bu kimlikler sosyal medya mecralarına göre farklı şekillerde konumlandırılabilirler. Twitter’da ise kimlikler profilleri ile değil de tweetleri ile karakter gösterirler. Twitter profillerinin kimliklerinin ölçütü attıkları tweetlerle anlaşılabilir. Fakat kimliği belirleyen toplumsallığın Twitter’daki izdüşümü doğrudan tespit edilebilir bir halde değildir. Bu sebeple görünmez olanın tespit edilerek görünür hale getirilmesi, incelenebilmesi için bir koşuldur.

Sosyal medya kimlikleri gerçek kimlikler gibi belirgin değildir. Bu durum sosyal medya uzamının sanal oluşundan ileri gelmektedir. Sanallık ise akışkan bir yapaylığı doğurur ve sosyal medya konusunda kimi görüşler bu yapaylığı eleştiri nesnesi olarak ele alırlar. Yapay kimlikler ve hayal edilmiş kimlikler kavramsal olarak sosyal medya kimliklerine benzer formdadır. Fakat bu araştırmada kimlik meselesine salt kimlik üzerine yaklaşmadığından, yalnızca sosyal medya dolayımı Twitter kimlikleri üzerinden bir kavramsal analiz yapılmıştır. Sosyal medya uzamı ve bu çağdaki tüm değişmelerle bir şekilde bağlantısı olan teknolojik gelişmeler üzerine eleştirel teorisyenlerden en ileri geleni şüphesiz Jean Baudrillard’dır. Toplumsal ve kültürel değişimlerin son yüzyıldaki durumuna yönelik teorileri oldukça ses getirmiştir. Dolayısıyla sosyal medya ile birlikte değişen kimlik yapılarına ilişkin de birçok söylem geliştirmiştir. “Çoğul kimlikler, ikili yaşam, nesnel rastlantı ya da geometrisi değişken alın yazıları – bütün bunlar yapay kaderlerin, yedek kaderlerin icat edilmesine nasıl da benziyor” (Baudrillard, 2012, s. 79). İcat edilmiş olan, yapay veya yapma olan bir dünya olarak sosyal medya uzamı düşünüldüğünde kimliklerin de inşa edilebilir olduğu fikri son derece önemlidir. İnşa edilebilen aynı zamanda takip edilebilendir. Sosyal medya kimliklerinin takip edilebilirliği onları görünmez kılmaktan alıkoymaz. Sosyal medya kimlikleri sayısal fazlalık dolayısıyla görünmez olurlar. Bu da sosyal medya kimliklerinin toplumsallık sayesinde görünmez olduğu fikrini gündeme getirmektedir.

İleride değinilecek olan görülmeden görülebilme fikri Twitter kimlikleri için oldukça açıklayıcıdır. Bu durum kimlik tipleri ve profil ağı gibi kavramsallaştırmalarla bu araştırmada incelenmiştir. Özellikle profil ağlarına yönelik inceleme ve analiz teknikleri oluşturulurken bu durum göz önünde bulundurulmuştur. Veriler üzerinde eleme işlemi yapılırken profil tiplerinin göstergeleri profil fotoğrafları ve takipçi sayıları üzerinden

değerlendirilmiştir. Twitter profilleri için ilk görünüş çok önemlidir. Bir Twitter kullanıcısı bir profile girdiğinde ilk görüşte bir yargı oluşturabilir. Bu durum fiziksel dünyadakiyle benzer bir durumdur. Twitter profili için daha derin yorumlamalar ve saptamalar için ise tweetleri incelenmelidir. Tweet incelemelerinde ise yine kimlik tipleri stratejik bir öneme sahiptir. Hali hazırda görünmez olan toplumsallık içinde Twitter kimliklerini saptamak hayli zor bir iştir. Bunu kolaylaştırmak için ise bu araştırmada gündem ve enformasyon ağları arasındaki ilişkilerden yararlanılmıştır. Böylelikle Twitter kimliklerine yönelik bir kavramsal içerik oluşturulabilmiştir.

Twitter kimliklerine yönelik, görünmez kimlik adlandırmasına en uygun kimlik tipi anonim kimliklerdir. Anonim kimliklerin Twitter'daki yansıması kullanıcı adıyla tespit edilebilir. Fakat anonimliğin de ötesinde inşa edilmiş bir kimlik tipi de mevcuttur fakat bunun tespiti bir araştırmacı için etik ilkeleri aşmak demektir. IP veya ID numaraları ile takip edilirse ancak gerçek kimliğiyle örtüşen bir Twitter kimliği olup olmadığı anlaşılabılır. Bu yüzden Twitter kimlikleriyle ilgili bir araştırma yapan kişi, Twitter profilindeki ad-soyad kombinasyonunu doğru ve gerçek olarak varsaymalıdır.

Sonuç olarak görünmez kimlikler her ne kadar Twitter içinde tespit edilebilir olsalar da görünmezlikleri hala derinlerde saklı olabilir. Fakat bu noktada Twitter alanı içerisindeki söz dizimsel ifadeleri temel alarak bir tipoloji listesi oluşturmak mümkündür. Twitter'da profil ağlarına yönelik bu kavramsal liste, Twitter'da yapılacak gelecek çalışmalar için oldukça önemli bir kılavuz olacaktır. Bu kılavuz özellikle netnografik (Çomu ve Halaiqa, 2018, s. 73) araştırmalar için birçok farklı analize ve kavramsallaştırmaya alan açabilir. Örneğin; anonim kimliklerin ötesinde, gündem profili olarak belirlenmiş bir kimlik için profil ağlarında tespit yapabilmek kolaylaşır. Bunu sebebi karmaşık bir tweet topluluğundansa iki kelimelik bir profil isimlendirmesi anlamlı veriler ortaya çıkartır. Bir gündem ağının profil yapısı bu sayede çözümlenebilir ve ağırlıklı olarak gündemlerin hangi profil ağlarını harekete geçirebileceği tahmin edilebilir. Aynı şekilde mevcudiyeti ve ağ yapısı geniş olan bir Twitter profili için hangi profil tiplerinin takip ettiğinden, bu profil ağının haritalandırılması mümkün hale gelir.

2.3.1. Twitter Kimlikleri

Modern insan bireyselliğini inşa etmiş olan insandır. Sosyal medya insanı ise bireyselliğinin yanında kimliğini de belirlemiş ve yeniden oluşturmuş olan insandır. Bu

noktada bireyselliğin ve kimliğin ufak bir ayrımı söz konusudur. Bu çalışmada kimliğin bireysellikten zamana ve mekâna dayalı şartlar noktasında ayrıldığı düşüncesi savunulmaktadır. Kimliğin belirlenimi zamana ve mekâna görelî olarak gerçekleşir. Bu durumda sosyal medyadaki insan kendini nerede ve nasıl konumlamak istiyorsa o şekilde oluşur. Sosyal medya insanı kendisinin mimarı olan insandır. Sosyal medya dolayımı yeni insanın oluşturduğu toplumsallık özellikle Twitter mediumu içinde tweetler aracılığı ile tespit edilebilir. Tweetlerden de tweeti atan kullanıcının kişiliğine yönelik saptamalar yapmak mümkündür. Bu toplumsallıkta tweetlerin ifade ettiği anlam çoğu zaman Twitter kullanıcılarının oluşturmak istediği profille çelişir. Son zamanlarda toplumsal değişmeler ve yeni toplum tahayyülü konularında söylemler ortaya koyan Byung Chul-Han'a göre bu toplumsallık şeffaflık kavramı ile açıklanabilir. Ona göre:

Kişi (Latince persona) sözcüğü esas olarak "maske" anlamına geliyordu. Maske, içinden geçerek çıkan sese (per-sonare) bir karakter, biçim ve şekil verir. İfşa ve çıplaklaşma toplumu olarak şeffaflık toplumu her tür maskeye, görünüşe karşı faaliyet gösterir. Ayin ve anlatisallığın giderek azalması da toplumu görünüş biçimlerinden yoksun bırakır ve böylelikle de çıplaklaştırır.

(...) İnsanlar mesafelerini koruyabildikleri ölçüde toplumsallaşırlar daha ziyade (Han, 2017, s. 55).

Chul-Han'ın mesafe olarak anlamlandırdığı toplumsallık ölçütü ağ toplumunda ağlar arası mesafelerle kurulur. Bunu Twitter'da profil ağları arasında da görmek mümkündür. Twitter'da mesafeler takip ve etkileşim olguları üzerinden kurulmaktadır. Etkileşim ile birlikte Twitter kullanıcıları belirli ağlar arasında bağlantı kurar. Etkileşimin aynı oranda takip etme-edilme olgusuyla bağlantısı vardır. Bir Twitter profili takip ettiği kişiyi hem ağına dahil eder hem de onun ağına dahil olur.

Bu bakımdan Twitter profilleri arasındaki ilişki bağlantılarının tespitiyle mümkün. Bu çalışmadan bağımsız olarak Twitter üzerine yapılan çalışmalarda ağ bilimi kullanılarak, profil ağlarının ilişkileri haritalandırılabilir⁸.

⁸ Bkz. Oktay, Hüseyin T. (2021) "Türkiye'deki Farklı Siyasi Grupların Twitter Sosyal Paylaşım Ağı, Üzerinden Analizi; Karşıtımla Varım", Lisansüstü Eğitim Enst. (Doktora Tezi), Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi.

Twitter kimliklerinin büyük çoğunluğu kimlik olarak anonim, yani gerçek kimliklerini gizleyerek kullanılmaktadır. Bu durum internetin gelişmesiyle ortaya çıkan bir gelenek halini almıştır. Anonim kimliklerin oluşum nedenlerine bakıldığında "Görülmeden görmek" (Binark ve Kılıçbay, 2005, s. 54) özgürlüğü göze çarpmaktadır. Görülmeden görmek ve var olmadan var olanlar arasında gezinebilmek, insanın içgüdüsel bir fantezisi. Bu sebeple siber uzamdaki insan, toplumsal bir varlık olarak ele alındığında görünmez bir kimliğe bürünmektedir. Dolayısıyla toplumsal insanın Twitter'daki yansıması, görünmez bir kimlik olarak varlığını sürdürmektedir. Bu öylesine bir görünmezliktir ki aynı zamanda görüldüğüne dair birçok göstergeye sahiptir. Dolayısıyla Twitter'da homojen bir toplumsal yapı barındığı çıkarımı yapılabilir. "Bizler metafiziksel bir varlığın, büyük "İ" ile yazılan İnsanın arayışındayız ve uğurda da aslında karşımıza çıkıveren küçük "i" ile andığımız insanı, o görgül varlığı feda etmekteyiz" (Geertz, 2010, s. 71). Geertz'in insan sorgulamasındaki özne temelli yaklaşımı, Twitter araştırmalarında uygulanabilir bir formasyon haline getirilebilir. Bu durumda da Twitter'daki profillerin araştırma nesnesi olarak bir kullanıcı formunda anlaşılması gerekmektedir. En temel soru şu olmalıdır; siber uzamda yer alan kişiler insan olarak kabul edilebilir mi? Bu soruya cevap aramak yerine bu soru üzerinden yapılacak olan Twitter kimlikleri araştırması eksik kalabilir. İnsan olarak kabul edilmeyen Twitter kullanıcılarının oluşturduğu topluluklar o halde; insansız toplumlardır.

İnsansız toplum veya insansız toplulukların fiziksel dünya üzerindeki belirleyiciliği oldukça fazla olduğundan bu kavramın geçerli olmadığı söylenebilir. Fakat görünürde bir form olarak toplumsallık belirtmeyen Twitter'da var olan toplum nasıl belirlenebilir? Twitter toplumu görünmez bir toplumdur, aslında görünmezlik varlığın örtülü halidir. Vardır fakat görünmez. Twitter toplumunu görünür hale getirebilmek için birçok aşama ve uygulanacak birçok yöntem vardır. Bu sebeple Twitter kimlikleri görünmez kimlik olarak adlandırılabilir. Görünürde Twitter kimliklerinin profilleri ve tweetleri vardır. Bu tweetler ve kullanıcının profil sayfası incelenmeden o kimliğe dair bir çıkarım yapılamamaktadır. Dolayısıyla kendini okunarak ve analiz edilerek açan bir kimlikten söz edilebilir.

Twitter kimlikleri bu araştırmada profil ağlarına yönelik analizler neticesinde belirlenmiştir. Bu analiz işlemi için iki aşama takip edilmiştir; birincisi profilin genel

yapısı (profil fotoğrafı, kullanıcı adı, takip ettiği-takip edilen kişi sayısı), ikinci olarak da tweetleri ve tweetlerde en sık kullanılan kelimeler. Profil yapıları genellikle araştırmada veri olarak kullanılıp kullanılamayacaklarına dair bir eleme işleminin koşuludur. Tweet incelemelerinde ise profilin karakterine ve tipolojisine dair kavramsal analizler yapabilmek mümkün hale gelir. Örneğin attığı tweetlerde en sık kullanılan kelimeler futbol ile ilgili kelime kümelerinde yoğunlaşıyorsa o profilin futbola ilgi duyduğu ya da herhangi bir takımın taraftarı olarak Twitter alanında bulunduğu tespiti yapılabilir. Bu tespitin ardından sık kullanılan kelime kümeleri tekrar analiz edilir ve ilk olarak tespit edilen küme araştırma devam ederken genişliyorsa bu kullanıcının profil tipi netlik kazanır. Sık kullanılan kelimelerin ifadesi gündem ağları ile bağlantı kurulmasına yardımcı olur. Spesifik olarak sık kullanılanlardan oluşan kelime bulutu hangi gündeme ait ya da hangi gündemin içeriği ile ilgili anahtar sözcükler barındırıyorsa o gündem ağının içerisinde yer alıyor demektir. Böylelikle gündem ağlarının profil ağları ile olan geçişli ilişkisi tespit edilebilir.

Bu araştırma içerisinde Twitter kimliklerine yönelik özellikle profil yapısından üç tip profilin olduğu varsayılmıştır; anonim kimlik, nonim kimlik, yarı-anonim kimlik. Anonim kimliğe dair açıklamalar hem bu bölümde hem de bulgular bölümünde değinilmiş olan bir profil tipidir. Nonim kimlik ise anonim kimliğin zıttı olarak kavramsallaştırılır. Bu kullanımda Twitter profil tipinin gerçek bir kişi olduğu varsayılır. Yarı-anonim kimlik ise, gerçek kimliğinden bazı olguları barındırdığı düşünülen profil tipine verilen addır.

Profil ağlarının kavramsallaştırılmasında ise sık kullanılan kelime öbekleriyle bir kavramsallaştırma yapılır. Buna göre tespit edilen kümelerin hangi alanda yoğunlaştığı profil ağının ismini belirler. Yukarıda değinilen futbol ile ilgili tweetler atan bir profil, bir futbol takımını destekleyici ifadelerle sık kullanılan kelime öbeklerinde rastlanıyorsa o takımın taraftarı olduğu düşünülür ve taraftar profili adı verilir. Araştırmanın Twitter profillerine yönelik yaklaşımı bu şekilde belirlenmiştir.

2.3.2. Görünmez Kimliklerin Görünümü

*İnsan, kabul edilemez
(Cioran, 2020, s.154).*

Kimlik üzerine yapılan kavramsal incelemeler özellikle 21. Yüzyıl için oldukça zenginleşmiştir. Kimliğe dair yapılan tüm tanımlamalar tarihsel bir yön taşır. Dolayısıyla insan değiştikçe kimlik tanımı da değişmektedir. Özellikle sosyal medya çağında insan oldukça farklı bir kimlik formuna bürünmüştür. İlave olarak sosyal medya kimlikleri, “kimlik” değil “kimlikler” olarak anılmaktadır. Bu tanımlama tesadüf eseri değildir. Sosyal medyanın ontolojik yapı söküne müsait yapısı o alanda varlık gösteren insanın istediği kimliğe bürünmesine olanak tanır. Bu durumda sosyal medya kimliği salt sosyal medya kimliği olarak ele alınmalıdır. Elbette ki kimliğin sosyal medya kimliklerinden önceki tanımlamaları önemli bir zemindir. Fakat özellikle Twitter uzamı içerisinde toplumsal yapı, zaman, dil, kültür ve hatta atmosfer bile fiziksel dünyadan farklı olabilir.

Sosyal medya toplumu kendine özgü dili ve kültürüyle devasa bir enformasyonu içinde barındırmaktadır. Sosyal medyanın alanının büyüklüğü barındırdığı toplumsal karakteristiği de etkilemektedir. Her şeyi dışarıda bırakacak, rüya aracı dâhi olabilecek kapsamlı bir sistemi içeren sosyal medya, kendi toplumunu oluşturmuş, dışsal ve denetleyici bir akıl ile kendi gerçekliğini inşa etmiştir (Lyotard, 2000, s. 142).

Sosyal medya toplumunun özelliklerinden biri olan bu denetleyicilik adeta bir "Teknolojik Panoptikon"u imler (Bentham, Pease-Watkin, ve Werret, 2008, s. 111). Teknolojik bir panoptikon özelliği taşıyan sosyal medya, aynı zamanda mensuplarına sınırsız özgürlük ortamı sunmaktadır. Elbette bu teoride kalmış ve vaat olarak sunulan bir söylemdir. Bu durum Zygmunt Bauman (2017) tarafından "postpanoptikon" olarak kavramsallaştırılır (s. 35).

Sosyal medya toplumunun bir panoptikon içerisinde yaşaması, kimlik oluşumu üzerinde oldukça etkilidir. Gözetlenme ve gözetleme durumları ister bilinçli ister bilinçsiz olsun sosyal medya içindeki toplumsal kimliği bir şekilde etkilemektedir. Bağlantılı olarak Twitter uzamı içerisinde kimlik seçimleri fiziksel dünyadaki kimlikten farklı bir biçimde oluşturulabilir. Bu durumda takip edilebilme ve gerçek kimliğe ulaşma durumu kullanıcı için bir kaygı nesnesi halini alır. Zarar görme endişesi fiziksel varlığı merkeze alır. Dijital varlığın zarar görmesi yalnızca ruhsal etkilerle mümkündür.

Kimlik, insanın var oluşunun bir parçasıdır. İnsani var oluşun böylesine önemli bir göstergesi sosyal medya toplumunda "gerçek" manada önemsiz bir hal almaktadır. Kimliğin oluşumunun her aşamasında toplum başrol oynamaktadır. Çünkü kimliğin oluşumun yegâne belirleyicisi bir başkasıdır; yani ötekidir. Bir başkasının varlığı kişinin kendini tanımlamasına olanak tanır. Ayrıca bir başkası var olduğundan beri biz toplumdan bahsedebilmekteyiz. Sosyal medyada ise başkaları ile birey arasındaki sınır esnemiştir. Umberto Eco bu sınır kavramına yönelik birey-toplum bağlamında şu değerlendirmeyi yapmıştır; “İnternet aracılığıyla iletişimin küreselleşmesinin sorguladığı ilk kavram, insanoğlu, hatta hayvanlar alemi kadar eski olan sınır kavramıdır. (...) İnsanlar arasında bu koruma alanı bireyden topluma genişletilmiştir” (Eco, 2012, s. 89). Tabii ki internetin iletişime sağladığı geniş alanın toplumsal etkilerini görmek yine internetin sınırlarını tespit edilmekle mümkündür. Bu sınırlar ise sosyal medya uzamının belirlenmesi ile mümkündür.

Twitter toplumu ve daha genelinde sosyal medya toplumu görünmezdir veya görünmemek üzerine konumlandırılmışlardır. Sosyal medya kimliklerinin varlığı gizliliği ile sarılıdır. Görünmezlik durumu da tam burada başlar. Sosyal medya uzamında sosyal gizliliğin bedeli bireysel gizlilikten gönüllü vazgeçerek ödenmektedir (Eco, 2012, s. 90). Gizliliğin kaybı mahremiyetin yok oluşu anlamına gelse de sosyal medyada kazanılacak yeni bir kimlik bu fedakarlığın bedeli olabilir.

Twitter’da orada olduğu bilinen bir varlık aslında orada olmayabilir. Aynı anda hem orada hem de farklı bir yerde konumlanmış olabilir. Twitter’daki toplumsallık da buna benzer bir senaryoyu içerir. Toplumsallığın varlığına dair göstergeler vardır, fakat kendisi fiziksel toplum kadar görünür değildir. Bu çalışmada da bu görünmezlik olgusuna bir çözüm aranmaktadır. Keşif nosyonu ve temellendirilmiş kuramın araştırmacıya verdiği özgürlük alanı içerisinde, sosyal gözlem sahası olarak Twitter, görünmez toplumsallığın ne şekilde ortaya çıkarılabileceğini pratik olarak deneyimleyebileceğimiz bir sosyal medya mecrasıdır. Veri toplama araçları ve veri analizi yöntemlerinin yanında araştırmacının gözlem sahası içindeki konumu da görünmezliğin perdesini aralamak ve bilimsel bir yöntem geliştirmek için oldukça kritik bir konumdur.

Araştırmanın varsayımı şudur ki; görünmez toplum görünmez kimlikleri barındırır. Bu görünmez kimlikler ise Twitter’da gündem ağlarının analizi ve bu ağlar arası ilişkinin takibi ile ortaya çıkabilir. Görünmezlik elbette Twitter için gizlenmiş olmakla bağlantılı olabilir. Fakat Twitter’da gizlilik Profilin ve tweetlerin tümünden kilitli olup yalnızca izin

verilenlerin girebildiği ağlardan oluşur. Bu türden ağlar incelenemez ve veri olarak araştırılamaz bir alandır. Bu sebeple Twitter kimliklerini ve toplumunu görünmez ve gizlenmiş olan kavramlarıyla bölüntülemek gerekmektedir.

Twitter kimliklerinin görünmez olarak isimlendirilmesi modern insanın durumunu özetlemek için idealdir. Bu noktada görünmez kimliğin temelinde görünmez beden kavramı yatar. Görünmez beden düşüncesi modern dönemde toplumun keşfedilmesinden önce modern anlamda “insan”ın keşfedilmesine denk düşer. Özellikle orta-çağ Avrupası içinde kilisenin tahakkümüyle birlikte insanın bedeninin ontolojik olarak yok olduğu ve görünmez olduğu bir düşünce teorisyenler tarafından yorumlanmıştır. Bu teorisyenlerden Talcott Parsons (1949) görünmez insanın bir koruma alanı içinde hapsedildiğinden bahsetmektedir (s. 54). Aslında sosyal medya uzamında insan bilinçli hapsedilmeyi yaşamakla beraber görünmezlik olgusu ile kendi korunma alanını yaratmıştır.

Twitter üzerinden görünmez kimliklerin kişiliklerine dair yorumlama ve analizlerde insanın doğasına dair düşünceler dışarıda bırakılamaz. “İnsan doğasına dair araştırmaların yönelimi her zaman kişiliğin incelenmesi yönünde olmuştur” (Park, 2018, s. 107). Bu sebeple sosyal medya uzamında ve Twitter mecrasında insana dair düşünme pratiklerinin temeli modern-insan tasavvuruna denk düşmektedir. Tarihsel olarak Twitter’daki kimlik yapısını incelemek bu sebeple mümkün değildir. Çünkü Twitter insanı, modern insandır.

"Heidegger; modern insan Nietzsche'nin iğrenç "son insanı" haline gelmiştir. Heidegger'e göre bu "son insanların" istekleri ve güdülleri her kâfiyi/yeterliliği "kifayetsizliği/yetersizliğe" dönüştüren derin bir huzursuzluktur" (Zimmerman, 2011, s. 339).

Modern insanın yapısı en çok da sosyal medyada kendini göstermiştir. Heidegger’in sözünü ettiği huzursuzluk, Twitter’da içeriksel anlamda tepkiselliğe denk düşer. Beğenmek veya beğenmemek Twitter için önemli bir olgudur. Beğenmemenin özgürlüğü ise görünmezlik durumu için oldukça anlamlıdır. Tepkisellik, beğenmeme ve kötöleme hatta linç etme dürtüleri Twitter özelinde insanın karakter yapısına dair göstergelerdir. Bu durumların yaşanmasının temelinde de görünmezlik elbisesi Twitter kimliklerini koruyan bir zırhtır. Bu durum çoğunluğun homojenleşmesi durumlarında fiziksel toplumda da gözlemlenebilir. Fakat sosyal medya uzamında bedenin görünmemesi etkili bir faktördür.

2.4. Twitter Uzamı, Kamusal Alan ve Siber Uzam

Başlıkta yer alan kavramlar birbirine eşit değildir fakat birbirleri ile geçişli bir ilişki içerisinde. Özellikle Twitter uzamı kendi gerçekliğini ve mediumunu bir kamusal alan gibi sunmaktadır. Siber uzam ise bilgisayarın veya internetin alanını ifade etmek için kullanılmaktadır. Evren ve Gezegen kavramlarında olduğu gibi. Kavramlar içten dışa doğru kurulabilir. Tıpkı Twitter’da olduğu gibi. Twitter üzerinden sosyal medyanın kendisi geliştikçe ve değiştikçe siber uzamın kapsamını ve sınırlılıklarını değiştirir hale gelmiştir. Bu durum Twitter yapısının bir kamusal alan oluşturması ile bağlantılıdır. Kamusal alan temelde bir toplumsallığı imler. Bu toplumsallık, topluluk veya cemaat gibi yapıları da içerebilir. Bu anlamda dijital çağı toplumsallığına yönelik günümüze atıf yaparak gelecek tahayyülleri üzerinden kavramsal analizler yapan teorisyenler olmuştur.

“Tikel örnekliklerin gözlenerek, post modern kabileler (Maffesoli), aşiretler (Drucker), güdük kabileler (Bauman), duygu cemaatleri (Hebdige), tele cemaatler (Mulgan, sanal cemaat ya da elektronik topluluk (Morley ve Robins), vb. adlar verilen bu oluşumların hepsinde ortak birtakım özellikler mevcuttur. Bu özellikler bütünü geç modern dönemin başat cemaat ideal tipini oluşturacaktır” (Yelken, 1999, s. 201).

Cemaat tiplerinin yanında geleceğin getirdiği dönüşümleri önceden kestirmek veya mevcut durum göz önüne alınarak geliştirilen söylemler var olan toplumsal yapıyı tanımlama ve tespit etmek için gereklidir. Bu tür kavramsal analizlerin gelecekte değişmeyeceğinin bir garantisi yoktur. Fakat içinde bulunduğu zaman çizgisinde geleceğe dair söylemler yanlışlanarak inşa olurlar. Bu paradigma kırılmaları sosyal medyanın ve genelde siber uzamın üzerine geliştirilen söylemler için de geçerlidir. Bu söylemlerin geliştirilebilmesi için ise mekân çok önemlidir. Bu anlamda teknoloji geliştikçe mekânın da değişime uğraması söz konusudur. İnternet teknolojileri ile gelişen siber uzamın sosyal medya uzamını oluşturması uzun bir süre almamıştır. Yaşanan bu gelişmeyle beraber iletişimsel akış artış göstererek sivil topluma kapı aralayan bir kamusal alan oluşmuştur.

Mekânın oluşumu, özelliği, kamusal oluşu en çok sürdürülebilirliği ile mümkündür. Bu haliyle kamusal alan hem bir süreci hem de bir mekânı ihtiva eder. Dolayısıyla süreç kendini iletişim mefhumunda açar. İletişim; anlamlarla, yorumlamalarla, diyalogla, sözlü örüntülerle ve etkileşimle iç içe olduğu sosyal sistemlerin amentüsüdür. Bu noktada da

medya kaçınılmaz olarak devreye girer. Medyanın iletişimin bir sonucu olduğu ve onun bir özelliği olduğu bir iletim sistemi olduğu bilinmektedir. Medya kamusal alanın yarattığı iletişimsel sistemin güce dönüştüğü fabrikadır. Bu durumda da iletişimin yarattığı dalgadan dilin ve kültürün etkilenmemesi mümkün değildir. Kültürün medya ile olan ilişkisi, medyanın kamuya açık bir iletişim aracı olmasından ileri gelir. Ancak kamusal alanın kontrolünde olmayan medya, devlet veya özel sektörün kontrolündedir. Modern toplumlarda yaşanan kontrol edilme durumu medya aracılığıyla gerçekleşir. Medya’da durum buyken sosyal medya daha ileri giderek panoptikon benzeri bir yapıyla toplumu gözetlenme ve kontrol edilme isteğini bile isteye gerçekleştirir hale getirir.

Dijital Big Brother kendi işini sakinlere devretmiştir adeta. Böylelikle verilerin elden çıkarılması zorlamayla değil içten gelen bir ihtiyaç sonucu gerçekleşir. Dijital panoptikonun verimliliği de buradan kaynaklanır. Şeffaflık da enformasyon özgürlüğü adına talep edilmektedir. Her şeyi enformasyon haline gelmesi için dışarıya döndürür. Daha fazla enformasyon ve iletişim günümüzün gayri maddi üretim biçimi içinde üretimin, hızın ve büyümenin artması demektir. Enformasyon, içsellikten yoksunluk nedeniyle bağlamdan bağımsız olarak dolaşıma girebilen olumsuzluktur. Bu şekilde enformasyon dolaşımı istendiği kadar hızlandırılabilir (Han, 2019, s. 18-19).

Sosyal medya ile birlikte kamusal alan ve mahremiyet arasındaki sınırlar giderek silikleşmiş ve akışkan bir hale gelmiştir. Toplumsal değişimde rolü çok büyük olan sosyal medyayla insanın ontolojik olarak kendisi dahi bu akışkanlıkta silikleşmiştir. Bauman’ın adını burada zikretmek faydalı görünmektedir. Akışkan modernite üzerinden yaptığı çözümlemenin eleştirel yönleri olsa da toplumsal yapının kamusal alanla yaşadığı çözülmenin belki de en net ifadesi akışkanlık metaforu ile tanımını bulur. Özne bu akışkanlıkta kamusal alan içinde kaybolmaya başlar. Mahremiyet öznenin özelini muhafaza ederken aynı zamanda toplumsallığını ifşa eder. Kamusal alan ve özel alanın sınır çizgisi mahremiyetin çözülmesi ile özellikle sosyal medyada silikleşir (Kalaman, 2016, s. 92). Akışkanlık bir hareketi ve bir akış yatağını gerektirir. Bu da iletişimsel alışverişin haritalandırılması için büyük bir ağ yapısının resmedilmesini zorunlu kılar. İletişimsel veri bu ağlar arasında hareket eder. Bu manada kamusal alanın ağ toplumuyla ve dolayısıyla siber uzamla bir bağlantısı vardır. Hem potansiyel olarak kamusal alanın işleyişi ağ toplumu yapısı için doğal bir sonuçtur hem de ağlar arası iletişimde kamusal alanın ihtiyaç duyduğu

hız ve mahremiyet alanı teoride sağlanmış olur. Bu idealin Twitter uzamında gerçekleşebileceğine yönelik söylem bu noktada kendini gösterir.

Sosyal medyanın kamusal alanı içermesinin ona büyük bir güç sağladığı düşünülebilir. Bu güç özellikle medya uzamı için kabul edilmiş olan iktidar söyleminin kontrolünde olan güçtür. Fakat bu medya uzamı ve işlevi için geçerlidir. Kontrol mekanizmalarının sürprizlere ne kadar açık olduğu medya ve sosyal medyayı ayıran problemlerden biridir.

Medyanın uzamını dolduran çok fazla aktör ve çok farklı yaklaşım vardır. İnternet alanı ise hiçbir şekilde düzenlenmemiştir ve bu da durumsallığın radikal bir şekilde artmasına neden olur. (...) Medya, güç stratejileri ve eylemleri için kullanılabilir. Ancak aynı zamanda hâkim iktidar düzeni üzerinde zayıflatıcı bir etkiye de sahip olabilirler. Totaliter iktidar bu nedenle medyanın uzamını ele geçirmeye çalışır. Kamuoyu görüşünün oluşumu, medyanın gelişiminden ayrı düşünülemez (Han, 2020, s. 79).

Sosyal medyanın toplumsallığı başına buyruk bir karakterdedir. Kontrol mekanizmaları ise sansürden ibarettir. Toplumsal bilinç dışını yönetmek için ise yine sosyal medyanın içsel dinamiklerine ihtiyaç duyulur. Bu sebeple sosyal medya uzamının demokratik bir yapıya sahip olduğu veya bu potansiyeli barındırdığı düşünülmektedir. Organik gündemlerle birlikte oluşan kamuoyu söylemi sosyal medya uzamı için devasa yapısını harekete geçiren dinamiklerden biridir. Sosyal medyanın gücü de bu noktada açığa çıkar. Bu gündemler yeri geldiğinde dünyanın her yerinde konuşulur ve bilinir hale gelebilir. Güç sosyal medya uzamında ağlar arası iletişimsel hız ile sağlanmaktadır. Fakat madalyonun diğer yüzünde yapay gündemlerin oluşturulabildiği bir yapı vardır. Bu yapı yine yapay toplulukları harekete geçiren ve etkileşim oranlarını doğal olmayan biçimlerde artırma gayreti ile kendini var eder. Bu girişimler çoğu Twitter kullanıcısı tarafından fark edilmektedir fakat fark edilemeyecek senaryolarla bu gerçekleştiğinde sosyal medyanın ihtiva ettiği güç kısmen kontrol altına alınabilir. Kamusal alanın dışında sosyal medyada, daha genelde siber uzamda, daha özelde Twitter'da gücün kaynağı enformasyonel akışta gizlidir.

2.4.1. Kamusal Alan

Kamusal alan en temelde herkese açık bir yapıyı ifade etmektedir. Bu yapı herkesin eleştirel söylemini bir kamusal tartışma ortamına taşıyabilmesinin ödevini yansıtmaktadır.

Habermas (1991, s. 1-52)'a göre, kamusal alan bu tanımlama ile sivil toplum kavramına yaklaşabilir. Fakat kamusal alan aile, devlet, mahremiyet alanı gibi alanlar ile bağlantı kurabilen bir köprü vazifesi görmektedir. Bu sebeple kamusal alan bir ara alandır ve sivil toplumdaki bu işlevi sebebiyle ayrılır. İletişimin ve medyanın insanların fikirlerini açığa çıkarmasında bir araç işlevi görmesi kamusal alanın varlığı sayesinde. Bu durum Habermas'a göre başlı başına bir gücü sembolize eder (Habermas, 1991, s. 36). Kamusal alanın özel alanla ya da mahremiyet alanı ile olan ilişkisi günümüzde farklı bir yapıdadır.

Pre-modern toplumlarda özel alanların işlevi modern döneme gelindiğinde değişmiştir. Özel alan tam manasıyla bir mahremiyete büründüğü zaman kamusal alanın oluşumu ile bağdaşır. Bunun sebeplerini ekonomik anlamda mülkiyetin, aile veya ev yaşantısında ise mahremiyetin oluşumu ile açıklayan Habermas (1989, s. 19) yeni ve özel bir ortam tahayyül eder. Sosyal ilişkilerin yürütülebildiği bir ortamın iletişimsel eylemi ortaya çıkardığını kabul eder.

Yaptırımlarla kuvvetlendirilen, iletişimsel eyleme kılavuzluk eden toplumsal normlar ve bunların kullandığı geçerlilik savları "karşılıklı anlaşmanın öznelarasılığında" değerlendirilebilir. İletişimsel eylem için "eylem yönlendirici kurallar", "toplumsal normlar"dır; "tanımlama düzeyi", "öznelarası bir şekilde paylaşılan sıradan dil"dır; "tanımlama türü", "davranışlar hakkındaki karşılıklı beklentiler"dır. Etkileşimin "kazanılma mekanizmaları", "rol içselleştirimleri"dır. İletişimsel eylemin "işlevi", "kurumların sürdürülmesi"dır. Bu eylem türünün başarılı olup olmadığını anlamak için kullanılan ölçüt, niyetlenen şeyin iletilip iletilmemesinde yatmaktadır. Etkileşimin "ussallaşma" boyutu, "özgürleşim, bireyleşme ve baskıdan kurtulmuş iletişimin yayılması"dır (Dellaloğlu, 1998, s. 177).

İletişimsel eylemin gerçekleşebilmesi ihtiyaç duyulan alan, kamusal alanı bireysellikten ve özgürlükten alır. Fakat bu noktada bireyin özgürlüğünü benimseyebilmesi birey olabilmesiyle bağlantılıdır. Dolayısıyla bir topluluğa üye olma bilinci bireysellik için bir göstergedir. Bourdieu'da *dilsel Habitus* (1991, s. 17) olarak anlamını bulan bu yaklaşımın kamusal alan içindeki öznenin konumunu yansıttığı söylenebilir. Bunun yanında Habermas'ın toplumsal normlara dayalı iletişimsel eylemi için de öznenin gündelik dil ile sağladığı iletişimi örnek gösterilebilir. Bu durumda karşılıklı veya öznelarası etkileşim içinde bir toplumsallık ortaya çıkar. "İletişim kuran kişiler arasında aktarılan her bilgi,

toplumsal göstergeler kaynağı durumuna gelir” (Bourse ve Yücel, 2012, s. 221). Enformasyonun, iletişim etrafında konumlanması toplumsallığın göstergesi olarak görülmesinin yanında, özneler arasındaki bağlantıyı da görünür hale getirir. Özellikle Twitter’da profil ağları için tespit edilen enformasyon hareketleri belirli bir konu etrafında kümelenir. Bu konular da genellikle gündem ağlarını oluşturur. Gündem ağlarındaki konu başlıkları içinde profil ağlarının karakteristiği analiz edilebilir ve bağlantılı olarak profil ağları da kendilerini bu gündemler içerisinde temsil etmektedirler. “Aslında bir toplumda yalnızca iki şey vardır: bir tarafta, genellikle belirli bir toprak üzerinde toplumu oluşturan grup ve diğer tarafta bu grubun temsilleri ve hareketleri” (Fauconnet ve Mauss, 2020, s. 41). Toplumun oluşması için gerekli olan “toprak” sosyal medya uzamında Twitter olarak belirlenmiştir. Bu bakımdan ağ toplumu kavramı Twitter içindeki kamusal alanların keşfi ile birlikte hareket eder.

Ağ toplumunun ve kamusal alanın bağlantısı yeni bir buluş değildir. Özellikle Benkler (2006, s. 272), ağ toplumunu etkili iletişim kurma nosyonundan dolayı kamusal alanın potansiyel faydalarını ortaya çıkardığını savunur. Ona göre ağ toplumunda oluşan kamusal alanda izleyici pasif konumdan aktif bir konuma geçtiğinden ötürü demokratik bir ortam sağlanmış olur. Twitter bu demokratik ortamı bir potansiyel olarak içinde taşıyabilir; ancak kamu gündeminin muhalif söylemlerinin salt çoğunluktan ibaret olması durumunda bu durum demokrasiden çok çoğunluğun tiranlığına dönüşmektedir. Twitter özelinde gündem maddeleri niceliğe göre sıralanır ve bir konunun gündem olması her zaman organik sebeplerden oluşmaz.

Gündem ağlarının neliğine dair açıklamalar ilerleyen bölümlerde yapılacaktır fakat kamusal alanın Twitter’daki yapısının gündem ağları ile açığa çıkabildiği bu araştırmanın söylemlerindendir. Bu sebeple kamusal alanın ifade ettiği potansiyel özgürlük alanı, enformasyon ağları ve profil ağları için Twitter’daki toplumsal yapıyı oluşturmaktadır.

2.4.2. Siber Uzam

Siber sözcüğünün etimolojisine baktığımızda Yunanca *kubernetika* sözcüğü karşımıza çıkmaktadır. Platon, "kubernetika"yı yönlendirme hakimiyeti anlamında kullanmıştır ve 1940'larda Amerikalı matematikçi Norbert Wiener, "ister makinede ister hayvanlar üzerinde olsun, kontrol etme ve iletişim teorisi" anlamına gelen "sibernetik"

kelimesini türetmiştir (BBC, 2016). Özetler siber sözcüğü makinelere daha özelde bilgisayarlara ait olan alanı ifade etmek için kullanılır. Siber sözcüğü bir ön ad olarak kelimelerin başına getirilerek yeni kelimeler türetilmiştir (cybernetics, cyberpunk, cyber space vb.). Bu araştırmada da siber uzam sözcüğü sıkça kullanılmaktadır. Bu sözcükle ifade edilmek istenen sosyal medya uzamının sınırlarını belirlemektir. Çünkü siber uzamın kapsadığı evren sosyal medyayı içermektedir. Siber uzam araştırmanın teknolojik evrenini ifade etmede kullanılmıştır. Castells vd.'ne göre (2004), “Teknoloji, uygulama biçimleri açısından toplumsaldır ve toplumu somutlaştırır”. Bu bakımdan siber uzamın, sosyal medyadaki toplumsal yapıya dair keşif sürecinde etkin bir rol oynadığı söylenebilir.

Teknoloji temelli siber uzamdaki toplumsal yapılar en sarıh şekilde sosyal medya uzamında kendini gösterir. Bu toplumsal yapı içerisinde gündem, enformasyon ve profil ağları arasındaki iletişimsel trafiğin akışını tayin edebilmek için uzamın kendisinden çok ağlara ve enformasyona yönelmek gerekmektedir.

“(…) Bu yeni toplumsal yapıların ortaya çıkışındaki temel değişikliklerden biri, “yer”in öneminin “akışlar”ın önemine göre ikinci planda kalmasıdır. Toplumu giderek şekillendiren enformasyon, imaj ve sermaye akışlarıdır” (Niemandt, 2013, s. 26).

Araştırma boyunca siber uzam kelimesinin kullanılması Twitter uzamı kavramı için belirleyici bir unsur olmasından ileri gelmektedir. En başta ifade edildiği gibi siberin yönlendirme işlevi de vardır. Bu şekilde uzamsal yapıların kendi içerisinde de etkileşimde olduğu fikri ortaya çıkar. Dolayısıyla siber uzam ve sosyal medya uzamı arasındaki ilişkide de bir ağ yapısı mevcuttur. Bu ağ yapısının çözümlenmesi için bilgisayar temelli ölçümler gerekiyorken, sosyal medya ve Twitter uzamı arasındaki ilişkinin çözümlenmesi için sosyal bilimler işlevsel hale gelir. Ayrıca Twitter uzamının anlamlandırılması ve yapısal olarak tahayyülü siber uzam kavramı ile mukayese edilmesinin neticesinde mümkün hale gelir.

2.4.3. Twitter Uzamı

Kamusal alanın ağ toplumunun bir şehir meydanı olduğunu ve bu meydanın adının sosyal medya ağında Twitter olduğunu söylemek ileri bir söylem olmaktan uzaktır. Bu söylemin kendisi özgürlüğü ve demokrasiyi Twitter ortamında varsaymaktadır. Kamusal

alanın alameti farikası olan bu iki kavram bir söylem olarak Twitter için kullanılmaktadır. Fakat bunun aksini iddia eden çok ciddi tartışmalar da vardır. Twitter'ın ihtiva ettiği kamusal alanın demokratik olup olmaması içindeki toplumsallığı görmezden gelmeyi sağlamaz. Bilakis Twitter'ın demokratik olmadığını düşünen bir kullanıcı bunu tweet olarak yine aynı platformda paylaşabilir. Ancak kontrol mekanizmalarının birkaç yöneticinin elinde olması özgürlük imkânını Twitter kullanıcılarından alarak yöneticisine devretmektedir.

Twitter'a yönelik bilimsel incelemelerin araştırmacılar tarafından hangi yöntemler ve fikirlerle ele alındığı önemli bir problemdir. Röportajlar ve anketler gibi yöntemlerle, geçmişte yapılan araştırmalar sosyal medyanın bilimsel kullanımını incelemiştir, ancak az sayıda çalışma, popüler bir mikroblog platformu olan Twitter'ın bilim adamları tarafından kullanımını açıkça araştırmıştır. Twitter'ın çeşitli disiplinlerdeki akademisyenler (Holmberg ve Thelwall, 2014; Nicholas ve Rowlands, 2011) arasındaki popülaritesi ve bireysel akademisyenler ve araştırmacı toplulukları (Gruzd vd, 2011; Holmberg ve Thelwall, 2014) ile bilimsel iletişimin önemi göz önüne alındığında, Twitter'ın nasıl ve neden kullanıldığını ve bunun bilimsel bağlarını anlamak önem arz etmektedir (Quan-Haase, 2015, s.2).

Bu araştırma Twitter'a sosyolojik bir perspektifle yaklaşmayı hedeflemiştir. Bunu yaparken inter-disipliner bir yaklaşımla ilerlerken Twitter'ın bir toplumsallık ihtiva ettiği varsayılmıştır. Özellikle verilerin analiz edilirken hangi yöntemler ışığında araştırıldığı konusu teori art alan olarak kurgulanan bu bölümde açılanmıştır. Twitter uzamı içerisinde bir mekân veya medium düşüncesi fikri hem kamusal alan açısından hem de ağ toplumu kavramı açısından işlevsel bir yaklaşımdır. Dolayısıyla Twitter içinde var olan toplumsal yapının çözümlemesi sürecine bir adım daha yaklaşmış oluruz. Bu açıdan Twitter'da yer alan enformasyon, profil ve gündem ağlarının işleyişlerini kavramsal olarak yorumlamak mümkün hale gelir. Sonuç olarak Twitter uzamı kavramının kendisi sosyolojik bir gözlem sahasının imkânını, bu alanda çalışan araştırmacılara sunar.

2.5. Temellendirilmiş Kuram

Teorik art alan bölümü için araştırmada kullanılacak olan yaklaşımın kavramsal olarak ifadesini bulması önemli görülmektedir. Bu araştırma için temellendirilmiş kuramın araştırma konusu ve veri yapısı göz önüne alındığında oldukça uygun olduğu saptanmıştır.

Fakat bu uygunluğu açıklamak için öncelikle temellendirilmiş kuramın ne olduğu ve hangi yaklaşımları barındırdığı üzerinde durmamız gerekir.

Temellendirilmiş kuram, çeşitli problemlerin bir araya getirilerek oluşturulduğu, bir araştırma için henüz keşfedilmemiş olanın, bir şekilde varlığı bilinen ama araştırma yapılmadan bulunamayacak olan bir metaforu işaret eder. Temellendirilmiş kuram bu metafordan doğmuştur. Tanımlanma eşitleri bir hayli fazladır. Bunda çevirmenlerin temellendirilmiş kuramı yorumlayışının da etkisi vardır. Temellendirilmiş kuramın alternatif isimleri şu şekilde sıralanabilir: Grounded Theory (Charmaz, 2014; Glaser ve Strauss, 1967; Strauss ve Corbin, 1990), Alt Teori (Akturan ve Hatemoğlu, 2008), Kuram Oluşturma (Yıldırım ve şimşek, 2013), Temellendirilmiş Kuram (Gençoğlu, 2014), Gömülü Teori (zden, 2019).

Teorik yaklaşımın bu araştırma ile örtüşen kısmı keşfetme ve gerçek yaşam örüntülerine dayalı olmasından kaynaklanmaktadır. Gerçek yaşam örüntülerini, deneyimleri ve araştırmacının tecrübelerini içine alan temellendirilmiş kuram yaklaşımı, tüm bu verilerin toplanması, kodlanması, analiz edilmesi ve yorumlanması süreçlerinde oluşturulması hedeflenen kuramın yöntemidir.

Temellendirilmiş kuramın başlangıç noktası araştırma sorusudur. Bu soru oluşturulurken mümkün mertebe objektif olunması tavsiye edilir. Bu zamanla değişse de kuram geliştirme başat amaç olduğundan değişim ve araştırmanın gelişimi için boşluk bırakan sorular seçilmelidir.

Bu teorinin ana ekseni çekirdek kategori olarak adlandırılan bir noktadan hareket etmektedir. Çekirdek kategori, araştırmanın ilksel önermelerinde ortaya çıkan daha sonra sınanacak olan kategoridir.

Temellendirilmiş kuram deseni ile çalışmaya başlayacak olan araştırmacı için yönergeler şu şekilde sıralanabilir;

- Temellendirilmiş kuram yeni bir kuram geliştirecekse kullanılmalı.
- Literatür yetersiz olmalı.
- Araştırmacının deneyimlerini açıklayacak bir kuram olmamalı.

- Var olan kuramların yanlışlanabilirliğini ortaya koymak için de kullanılabilir.
- Kuram ve Teori Ayrımı: Kuram amacı işaret eder. Tümevarımsal bir yaklaşımla yorumlayıcı bir kuram geliştirmelidir. Teoride ise kavram ve kategoriler vardır.

Araştırmadan önce belirlenemez.

- Veri Toplama ve Analiz eşzamanlılığı önemlidir (Özden, 2019, s. 285).

Genel olarak temellendirilmiş kuramın iki ayrı yönü vardır. Bu yaklaşımlar klasik temellendirilmiş kuram ve yapılandırmacı temellendirilmiş kuram olarak isimlendirilmiştir. Klasik temellendirilmiş kuram Strauss ve Corbin ile Glaser tarafından geliştirilmiştir. Veri analizi için üç aşama belirlemişlerdir; Açık Kodlama, Eksenel Kodlama ve Seçici (Kuramsal Kodlama). Önemli bir nokta olarak çekirdek kategorinin bu aşamalarda belirlenmesi elzemdir.

Yapılandırmacı temellendirilmiş kuram ise Charmaz (2003; 2006; 2014) tarafından geliştirilmiştir. Araştırmacı-Katılımcı ilişkisi sürece dahil edilir. Yapılandırmacı teori epistemoloji ile bağlantılı bir yaklaşımdır. Klasik temellendirilmiş kuramdan ayrıldığı noktalar; Kuramsal varsayım, kuramsal duyarlılık, odak noktası ve veri analiz süreçleridir. Kuram oluşturmada araştırmacının rolü önemlidir. Yapılandırmacı temellendirilmiş kuramda gerçekliğin öznel olarak yorumlandığı düşüncesi hakimdir. Bu teori tarafsız bir görüşle bilginin üretilmesinin imkânsız olduğunu iddia eder (Özden, 2019, s. 289-290). Dolayısıyla bu araştırmada araştırmacı da Twitter uzamının bir mensubu olarak hareket eder ve gözlemlerde bulunur.

Temellendirilmiş kurama dair temel özellikler kuramsal duyarlılık, doygunluk, örnekleme, veri toplama, veri analizi, kavram ve kategoriler olarak sıralanabilir. Buna göre kuramsal duyarlılık, araştırmacının analitik düşünebilme ve araştırma içindeki tutumunun adıdır (Oktay, 2012). Verilerdeki anlamsal inceliklerin farkında olması gerekir. Kuramsal duyarlılık literatür ile bağlantılı bir süreçtir. Aynı zamanda literatür taramasının yanında araştırmacının tecrübesini de içermektedir. Öznel yaklaşım kuramsal duyarlılık için önemli bir aşamadır. Araştırmacının travmaları dahi araştırmaya dahildir. Analitik süreç de aynı şekilde araştırmaya dahildir. Verilerle olan etkileşim arttıkça araştırmacı kendini geliştirir (Özden, 2019, s. 293).

Yapılandırmacı temellendirilmiş kuramın araştırma kapsamında kuramsal doyum aşaması veri toplama, kodlamalar ve temalandırmalar ile ilgili süreci içermektedir. Doygunluk kavramı bu noktada önemlidir. Şayet araştırmada veriler yeni bir söylemi ortaya çıkaramayacak dolulukta toplandıysa kuramsal doyum yaşanmış olur.

Kuramsal örnekleme aşamasında ise veriler süregelen olarak yeniden ve yeniden toplanma işinin adıdır. Özellikle kategorilendirme aşamasında ayrıntılı açıklamalar ve verilerin temizlenmesi sonucunda diğer bulgularla benzer özellikler taşıyan verilerin çıkarılması durumunda ihtiyaç duyulmaktadır. Bu araştırmada kuramsal örnekleme aşaması verilerin toplanması, kodlanması, doyuma ulaşması, analiz edilmesi ve analizin sonucunda tekrar diğer bulgularla birlikte değerlendirilmesi ve gerekiyorsa veri toplama işine tekrar dönülmesi şeklinde ilerlemektedir. Bu işlem sürekli karşılaştırmalı analiz ve kodlama işlemi olarak adlandırılır. Temellendirilmiş kuramın doğası gereği tümevarımsal bir süreç hakimdir ve bu süreç söylemlerin verilere dayalı bir biçimde olmasını hedefler. Devamlı olarak karşılaştırmalı bir şekilde incelenen veriler (Strauss ve Corbin, 1990, s. 7), bölüntülenir ve en sonunda birbirleri ile karşılaştırılır. Bu araştırma içinde de bu süreç yaşanmıştır. Fakat farklı olarak benzeyen verilerin neden benzediği araştırma içinde açıklanmamış ve veri olmaktan çıkarılmıştır. Kuramsal örnekleme aşamasında benzeyen verilerin neden benzediğine yönelik açıklama yapıldıktan sonra kavramsal gruplandırmalar, kategorilendirme işlemine alınırlar. Kategoriler ise temalandırmalar ile listelenir ve özetlenirler.

Her temellendirilmiş kuram araştırmasının kendine has bir örüntü ağı vardır. Glaser'in(1992) yaklaşımına göre açık, seçici ve kuramsal kodlama olmak üzere üç tip kodlama vardır (s. 22). Yapılandırmacı temellendirilmiş kuramda ise başlangıç kodlaması ve odaklı kodlama vardır (Charmaz, 2006, s. 47). Bu araştırmada kullanılacak olan kodlama paradigması bu şekilde kurulmuştur.

Klasik temellendirilmiş kuramda ilk kodlama ya da açık kodlama mümkün olduğu kadar çok kategorinin oluşmasını hedeflemektedir. Glaser ve Strauss'un (1967, s. 12) teorisi için geliştirdikleri bir kodlama türüdür. Daha sonra eksenel kodlama aşaması gelir. Bu kodlama türü Glaser tarafından seçici kodlama (1978, s. 61), Charmaz tarafından odak kodlama (2014), Strauss tarafından ise eksenel kodlama (1987, s. 32) olarak isimlendirilir. Eksenel kodlama, kodlama işleminin ikinci basamağıdır. Glaser bu aşamayı çekirdek değişkenin/kategorinin arandığı aşama olarak adlandırır (Özden, 2019, s. 300).

Glaser'in seçici kodlama olarak isimlendirdiği aşama ise veri analiz sürecinin ön aşaması olarak vurgulanır. Çekirdek kategori bu aşamada belirlenmekte ve diğer kategorilerle bağlantı kurularak karşılaştırılmaktadır. Charmaz'ın yapılandırmacı temellendirilmiş kuram yaklaşımında ise iki aşamalı bir kodlama süreci vardır. İlki başlangıç kodlaması, ikincisi ise odak kodlama sürecidir. Başlangıç kodlamasında sözcükler, satırlar, bölümler ve olayların içinde yer alan önemli noktalar analitik bir perspektifle kurgulanır ve işlenir. Seçilmiş olan kodlar, odak kodlama aşamasında işlenmeye hazır hale gelir. Odak kodlamada ise başlangıç kodlamasında elde edilen önemli olarak ayrılan kodları eleme ve analitik bir biçimde ele alma işlemidir. Başlangıçta belirlenen kodlar yeniden ele alınır ve araştırmada bir döngüsellik sağlanmış olur. Araştırmacı için kendi konumunu muhasebe etme fırsatını vermesinin yanında odak kodlama işlemi, kodlamalar arasında sürekli mukayeseyi zorunlu tutar (Charmaz, 2006, s. 57-59)

Bu araştırma için kullanılacak veri analizi yöntemi Charmaz'ın yapılandırmacı temellendirilmiş kuram yaklaşımıdır. Bunun sebebi kodlama sürecinin toplanan verilere olan uygunluğu ve yapılandırmacı teorinin klasik teoriye göre daha güncel olmasıdır. Ayrıca yapılandırmacı yaklaşıma göre araştırmacının da bir tür katılımcı olarak araştırmaya dahil olması önemli bir konudur. Kuramsal memo yazımı da temellendirilmiş kuramın önemli bir aşamasıdır. Kuramsal not yazımı (Çelik ve Ekşi, 2018, s. 48) olarak özetlenebilecek bu aşamada araştırmacı kodlama işleminden itibaren fikirlerini ve deneyimlerini notlar halinde bütünleştirir.

Yapılandırmacı temellendirilmiş kuramın bu araştırma için uygunluğunu kanıtlayan bir diğer faktör kuram geliştirmedir. Hali hazırda temellendirilmiş kuram, amaçsal olarak bir kuram geliştirmeyi veya keşfetmeyi hedefler (Creswell, 2015, s. 83). Kuram, olguları açıklamak ve kavramsal bir çerçeve oluşturmak için üretilen bir dizi önermeler bütünüdür (Strauss ve Corbin, 1990). Yapılandırmacı temellendirilmiş kurama göre kuram, incelenen olgunun yorumlanmasıdır. Buna bağlamsal kuram denilmektedir. Charmaz'a göre kuram oluşturma öznel bir süreçtir (Özden, 2019, s. 306). Bu sebeple veriler analiz edilirken kurulan bağlantılar araştırmacının öznel yorumlamaları ile oluşturulur.

2.6. Bu Çalışmada Neden Temellendirilmiş Kuram Kullanılıyor?

Temellendirilmiş kuram, yaklaşım itibarı ile henüz ortaya çıkmamış olanı ortaya çıkarmaktır. Bu sebeple Twitter toplumuna olan yaklaşımlar ve araştırmalar henüz yeni

sayılabileceğinden teorik araştırmalarda sıklıkla kullanılan temellendirilmiş kuram yaklaşımı bu tez çalışmasında yöntem olarak belirlenmiştir.

Genellikle anket ve yüz yüze görüşmeler ile toplanan verilerin araştırılması ile kurgulanan bu yöntemin sosyal medya araştırmalarında kullanılması ile yapısal birtakım değişiklikler görülebilmektedir. Bu değişiklikler Twitter toplumuna mensup olan kişilerin fiziksel toplumun üyeleri olan kişilerden farklı olmasıdır. Özellikle ulaşılabilirlik meselesi Twitter’da farklı bir yön izlemektedir. Twitter toplumunda kişilere/profillere doğrudan soru sorarak derinlemesine görüşme yapmak büyük bir risk taşır. Bu risk yapılan görüşmenin sanal ortamda olmasından dolayı etğin ve normalitenin işlevselliğinin zayıflamasından kaynaklanmaktadır. Örneğin; derinlemesine ve yüz yüze yapılan görüşmede zaman ve mekânın, hal ve hareketlerin, mimiklerin ve hatta konuşma sırasında verilen duraksamaların bile anlam kazandığı söylenilebilir. Dolayısıyla fiziksel temasın veri anlamında oldukça zengin olduğu ve tutarlı bir bilgi alışverişi sağladığı görüşüne ulaşabiliriz. Ancak Twitter’da tek teklerin bilgisine başvurmak onlara soru yöneltmek veya derinlemesine görüşme yapmak oldukça zordur. Bu nedenle Twitter’da sosyolojik perspektif, metaforik bir söylemle fotoğraf makinesi ile alınan görüntüler ile araştırma nesnesi niteliği kazanabilir. Bu durum araştırma nesnesi olarak seçilecek olan kişilerin hâlihazırda var olan tweetlerinde görüşlerini beyan etmiş olmalarından ileri gelir. Kısacası Twitter toplumuna elimizde sorularla girdiğimizde cevapları halihazırda verilmiş olabilir ya da bu sorularla ilgili cevap niteliği taşıyan tweetler atılmış olabilir.

Etik tartışmaların uzağında Twitter’ın gönüllü kamusalılığı bir araştırmacı için hatırı sayılır bir kolaylık sağlamaktadır. Çünkü fotoğraf makinesi örneğinde olduğu gibi bir manzara fotoğrafında objektife habersizce giren insanlar olabilir. Twitter’daki durum da bu şekildedir. Özellikle hashtag kullanımı kamuya açık bir ortamda görüş belirtmek olduğu için gönüllü bir fikir beyanı sayılabilmektedir. Dolayısıyla bir araştırmacı bu beyanı bir veri olarak alıp inceleyebilmektedir. Ayrıca Twitter bu konuda etik ilkelerini ve kullanıcı haklarını açıkça belirtmiştir.

3. ARAŞTIRMA SÜRECİ VE YÖNTEM

Yöntem bir araştırmanın yol haritasıdır. Bu haritanın oluşturulması araştırılan konu hakkında daha sonra araştırma yapacak olan araştırmacılar için bir rehber niteliği taşımaktadır. Dolayısıyla bir yöntem için en önemli husus araştırmanın bütünü için düşünüldüğünde tek tek parçaların bütünüle olan ilişkisinin açıklanmasıdır. Bu sebeple yöntem bölümü içerisinde veri toplama veri analizi gibi aşamaların detaylandırılarak açıklanması gerekmektedir.

Söylem çözümlemesi:

- Söylemin bağlamını incelemek,
- Hangi grupların, iktidar ilişkilerinin ve itafların bulunduğunu çözümlemek,
- Biz ve onlar hakkındaki olumlu ve olumsuz görüşleri ortaya çıkartmak,
- Ön varsayımları ve ima edilenleri açığa çıkartmak,
- Kutuplaştırılmış grup kanaatlerini vurgulayan tüm biçimsel yapıyı incelemek (Durna ve Kubilay, 2010, s. 71'dan akt. Çomu ve Halaiqa, 2018: 55).

Bu bölümde veri toplama aşamasında incelenecek olan verilerin tamamı, araştırmanın evreni ve örnekleme, kullanılacak olan analiz yöntemlerinin ne olduğu ve nasıl çalıştığı açıklanacaktır. Öncelikle araştırmada kullanılacak olan temellendirilmiş kuramın neliği ve bu çalışmada hangi varyasyonunun kullanılacağı belirlenecektir. Daha sonra bu çalışmada neden temellendirilmiş kuramın kullanıldığı açıklanacak sonrasında ise veri toplama uygulamalarına değinilecektir. Veri toplama uygulamaları Twitter Gelişmiş Arama, Twitter API ve R-Studio başlıklarıyla detaylıca açıklanacak ve veri analiz uygulamaları olan Twitter gündem analizi ve Twitter profil analizi başlıklarıyla verinin nasıl analiz edildiği gösterilecektir. Bu aşamaların ardından toplanan verilerin ham hali verilerin kaynakları kodlanarak başlıklandırılmış halde tek tek sunulacaktır.

3.1. Veri Toplama Araçları

Araştırmanın bu safhasında iki tür veri toplama uygulaması kullanılmıştır. İlki Twitter Gelişmiş Arama olarak adlandırılan Twitter'ın kendi uygulama birimi içinde yer alan bölüm, ikincisi ise Twitter API vasıtası ile R-Studio uygulamasıdır.

Veri toplarken dikkat edilen en temel husus verinin işlenebilecek hale getirilerek araştırmanın problemlerinin dışına çıkılmamasıdır. Bu sebeple toplanacak olan verinin rastgele seçilmemesi önemlidir. Bu husus daha sonra incelenecek olan Twitter profil Analizi için hareket noktası olacaktır. Bir sonraki bölümde detaylıca açıklanacak olan bu uygulamalar öncelikle kullanılacak olan tweetin belirlenmesi ve daha sonra bu tweeti atan kişinin profilinin incelenmesi amacına uygun olarak seçilmiştir.

Twitter gelişmiş aramanın önemi istenilen tarihte ve istenilen içerikte atılmış olan tweetleri bulabilmek için efektif bir ara yüz ile kullanıcıların veya araştırmacıların işini çok daha hafifletmektedir. Dolayısıyla belirlenen içerikte ve gündeme dair atılmış olan tweetler arasında seçim yapmak kolaylaşmaktadır. Elbette R ekosistemi içerisinde de bu işlem yapılabilmektedir fakat; işlenecek olan verinin seçilmesi ve eleme işleminin yapılması hususu ara yüzün kullanım kolaylığı Twitter Gelişmiş Arama uygulamasının bu aşamada kullanımının sebebidir.

TGA ile seçilen tweetlerin görsel olarak kullanılması ve ekran görüntülerinin ayıklanması işleminde ise R-Studio programı kullanılmıştır. Toplanan bu tweetler görselleştirildikten sonra isimleri kodlanmış ve oluşturulan görsellerden çıkarılmıştır. Bunun sebebi ise analiz edilecek olan profillerin her ne kadar kamuya açık ve herhangi bir gizlilik ihlali yapılmaksızın görünür bir şekilde varlıklarını sürdürseler de yine de rızalarının alınmaması ve kişilik haklarının gözetilmesi hassasiyeti ile araştırma etiğine riayet edilmesindendir. Bu araştırma süreci boyunca Twitter şirketi ile yapılan yazışmalarda bu etik problem dile getirilmiş ve doğrudan doğruya sorularak bir cevap aranmıştır. Twitter'ın gizlilik ilkesi ve kullanıcıların verilerinin kullanımına herhangi bir ihlal ve hedef gösterme olmadığından en azından bu tip bir araştırmada veri toplamak için seçilen profillerin onayına ihtiyaç duyulmamıştır.

3.1.1. Twitter Advanced Search (Twitter Gelişmiş Arama)

Twitter Advanced Search Twitter tabanlı bir filtreleme aracıdır. Twitter tabanlı olması Twitter kullanıcılarının kolaylıkla istenilen kısıtları uyguladıktan sonra arama yapmak istedikleri tweetlere ve içeriklere ulaşabilmelerini sağlamaktadır.

Twitter genel olarak belirli sayılar ile sınırlı içeriğe ulaşmaya olanak tanır. Örneğin; normalde bir kullanıcının profil sayfasına girildiğinde tarafından atılmış olan son 3500 tweete kadar ulaşılabilir. Fakat gelişmiş arama sayesinde istenilen zaman diliminin filtrelenmesi ile en eski tweetlere dahi ulaşılabilir.

TGA'nın sunduğu filtreleme seçenekleri şunlardır; Kelime ile arama, Etiket/hashtag ile arama, Kullanıcı hesaplarının isimleri ile arama, Filtrelemeler (Yanıtlar ve Bağlantılar, Etkileşim Sayıları (Retweet, beğenme ve yanıt sayıları), Tarih aralığı. Bu araştırmada incelenecek olan Twitter profillerinin seçilmesi önceden belirlenmiş olan hashtagleri kullanarak tweet atmış olan kişilerdir. Özellikle bu tweetleri araştırmak için ilk aşama hashtaglerin belirlenmesi olmuştur. Daha sonra bu hashtagler filtrelemenin ilk aşamasını oluşturmuştur. Seçilmiş olan hashtaglerin gündem olma tarihlerinin belirlenmesinden sonra tarih aralıkları girilmiştir. Tarih aralığı filtrelendikten sonra ise hashtag ile bağlantılı olarak beğeni sayısı kistası da filtreleme işlemine dahil edilmiştir. Örneğin; bazı hashtaglerin sadece gündemde yer alması adına o hashtagi kullanma ve sayısal üstünlük yaratma amacıyla atılan tweetleri elemek adına beğeni sayısının nispeten fazla olması gerekmektedir. Beğeni sayısı en azından anlamsız tweetleri elemek için bir kistas görevi görebilmektedir. Anlamli ve özgün tweetlerin belirlenimi aşaması ise kabaca araştırmacının içerik analizi ve seçici okuma ile değerlendirebildiği bir aşama olarak veri toplama sürecine dahildir.

Tweetleri toplama işi R programlama dili ile de yapılabilir. Fakat TGA'nın sunduğu ara yüz tweetlerin bir aradalığının karmaşıklığını gidererek görsel olarak daha rahat bir okuma avantajı sağlamaktadır. Araştırma için seçilen tweetlerin anlam bütünlüğü sadece Twitter diline hâkim ve tecrübeli bir okuyucunun dikkati ile sağlanabilir. Bunu filtrelemek seçici ve eleyici bir metin analiziyle gerçekleştirilebilir.

3.1.2. Twitter API ve R-Studio

Açılımı, *Application Programming Interfaces* (APIs) olan Uygulama Programlama Ara yüzleri, yazılım geliştirmede kitaplıkların ve çerçevelerin yeniden kullanılmasını sağlar. Temelde API, bileşenleri geliştirenlerle o bileşenleri sağlayanlar arasındaki bir sözleşmedir (Maalej ve Robillard, 2012, s. 1). Bu sözleşme ile birlikte kodlama araçları üzerinden veri madenciliği veya veri kazıma işlemi için gerekli olan bağlantı sağlanmış olur.

Twitter API ise Twitter Developer erişimi ile sınırlı ve kontrollü bir şekilde araştırmacılara sağlanan bir hizmettir. Bu hizmet ile bir uygulama oluşturulur ve hangi amaca hizmet edeceği belirlenir. Bu doğrultuda Twitter API key ve tokenleri otomatik olarak oluşturulur ve bir anahtar halini alır. Anahtarlar yardımıyla veriler kaynağından otomatik olarak, istenilen kriterlere uygun bir şekilde çekilebilir. Uygulama platformunun sınırlılıkları dahilinde bu işleme izin verilir. Dolayısıyla verileri açık kaynak kodlu bir yazılım aracılığıyla temin etmek platformun inisiyatifindedir.

Bu araştırma için veri madenciliği konusunda R programlama uygulaması adına Twitter platformundan veri çekebilmenin anahtarı Twitter API'dir. Twitter Developer Platformu ile Twitter Şirketi araştırmacılar için sanal bir laboratuvar kurarak araştırmacıların API talepleri doğrultusunda onlara olanak sağlamaktadır. Araştırma öncesinde Twitter API iznini almak için gerekli olan uygulama projesi *Invisible Society: A Sociological Research of Twitter Society* ismiyle oluşturulmuştur. Proje kapsamında oluşturulan uygulamanın adı; *Hashtag Analysis for ISS* olarak belirlenmiştir. Bu uygulama ile verilen *API key* ve *API token* yardımıyla R-Studio programından bu uygulamayı entegre ederek Twitter platformuna bağlanmak ve tweet çekmek olanaklı hale gelmiştir.

API'lar Siber Uzamda yer alan herhangi bir platform için de kullanılmaktadır. Bu kullanımlar genellikle verilerin nasıl ve ne şekilde işleneceği ile ilgili değildir. Fakat API kullanılarak tasarlanan bir araştırma projesi için temellendirilmiş yaklaşımlar oluşturulmuştur. Bu yaklaşımlar da araştırma projesinde izlenmesi gerekli görülen adımları işaret etmektedir. Bir API'nın genel olarak açılması Tablo 1.'de gösterilmiştir.

Tablo 1. Araştırma Projesine bakış (Maalej & Robillard, 2012, s. 3)

1.Bilimsel Sınırlandırma- Geliştirme	2. Kodlama ve Örnekleme	3. Güvenilirlik Analizi	4. Analizin Sonuçları
Gömülü Araştırma	Kodlama Kılavuzu	Kodlama Sonuçları	Boyutların Karşılaştırılması
Soruların Listelenmesi	Rastgele Örnekleme	Uyumsuzlukların Analizi	Eş-dizim Analizi
Analitik Yapılanma	Yapısal Bilgilendirme Örneği	Anlamsız Veri Kaynakları	Uzunluk Analizi
Bilgi Türleri	Kodlayıcı Aıştırması	Uyumsuzlukların Giderilmesi	Bilgi Modellemesi
Güvenilirlik Değerlendirmesi	Eş-Kodlama	Verilerin Temizlenmesi	Sonuç

Genel olarak bu araştırmanın ve aynı zamanda temellendirilmiş kuram yaklaşımının benzerlik gösterdiği API araştırmasının yapısı bu şekildedir. Ayrıca API uygulamasının anlam kazanması için bir programlama diline ihtiyacı vardır. Bu araştırmada programlama dili olarak R-Studio programı kullanılacaktır.

R, veri işleme, hesaplama ve grafik görüntüleme için entegre bir yazılım olanakları paketidir. Sahip olduğu diğer şeylerin yanı sıra; etkili bir veri işleme ve depolama tesisi, özellikle matrisler üzerinde hesaplamalar için bir dizi operatör, veri analizi için geniş, tutarlı, entegre ara araçlar koleksiyonu, doğrudan bilgisayarda veya basılı halde veri analizi ve görüntüleme için grafiksel olanaklar, koşullar, döngüler, kullanıcı tanımlı yinelemeli işlevler, giriş ve çıkış olanaklarını içeren iyi geliştirilmiş, basit ve etkili bir programlama dili olarak bilinir.

“R” terimi, diğer veri analiz yazılımlarında sıklıkla olduğu gibi, çok özel ve esnek olmayan araçların toplanmasından ziyade, bu araçları tamamen planlanmış ve tutarlı bir sistem olarak karakterize etmeyi amaçlamaktadır. R, yeni gelişen etkileşimli veri analizi yöntemleri için bir araçtır (Smith ve Venables, 2021, s. 3).

R programlama dilinin oluşması tarihsel bir süreci içermektedir. Teknik olarak atası sayılan S programlama dili 1976’da üretilmiştir. İlksel bir programlama olduğundan ve istatistiksel programlama yapmaya elverişsiz olan bu program 1988 yılında yeniden yazılarak C adını aldı. 1991 yılında ise Ross Ihaka ve R. Gentleman tarafından geliştirilerek 1995 yılında açık yazılım halini almıştır. İlk sürümü 2000 yılında yayınlanmıştır. En güncel hali ise 2012 Mayıs ayında 4.1.0 sürümüdür. Çoklu işletim sistem iş birliği ve temelinde S programlama dilinin desteği ile çok geniş bir kapsama yayılan kullanım alanıyla her seviyeye uygun bir konumdadır. R programlama dili hem geliştirilmeye olanak verir hem de açık kaynak kütüphanesi ile kullanıcılarına büyük kolaylık sağlar (Arslan, İ., 2017, s. 7-8).

Bu araştırma için kullanılmış olan ilk R-paketi “rtweet paketi”dir. “rtweet”, Twitter verilerini toplama görevini yerine getirir (R Project, 2020, s. 3). Bir diğer R-paketi ise “httpuv” paketidir. HTTP isteklerini doğrudan R içinden işlemek için protokol desteği sağlar. Yalnızca httpuv kullanarak eksiksiz web uygulamaları oluşturmayı kolaylaştırmak yerine, öncelikle diğer paketler için bir yapı taşı olarak tasarlanmıştır (R Project, 2021).

Araştırmanın Twitter uygulaması için kullandığı kütüphane “tidyverse” paketidir. Tidyverse, ortak veri temsillerini ve API tasarımını paylaştıklarından uyum içinde çalışan bir paketler kümesidir. tidyverse paketi, tidyverse'den çekirdek paketleri tek bir komutla kurmayı ve yüklemeyi kolaylaştırmak için tasarlanmıştır (Tidyverse, 2021).

Toplanan verileri temizlemek için ise “stopwords” kütüphanesi kullanılmıştır. Metin analizinde kullanım için birden fazla dil desteği olan stopwords, hangi dilde kullanılıyorsa o dilde çokça kullanılan ifadeleri temizler (R Project, 2021).

Araştırmada toplanan verilerin görselleştirilmesi için kullanılan kütüphane “ggplot2”dir. “ggplot2”, *The Grammar of Graphics*'e dayalı, bildiri kaynağı olarak grafikler oluşturmaya yönelik bir sistemdir. “Verileri sağlıyorsunuz, ggplot2'ye

değişkenleri estetiğe nasıl eşleyeceğini, hangi grafiksel ilkelerin kullanılacağını söylüyorsunuz ve o ayrıntılarla ilgileniyor.” (R Project, 2021)

Toplanan verileri kelime bulutu haline getirmek için ise “wordcloud” paketi kullanılmıştır (R-Project, 2018).

Daha öncesinde TGA ile belirlenmiş olan tweetlerin ekran görüntülerinin alınması için R-Studio programı kullanılmıştır. Belirlenen tweetleri yazmış olan kişilerin profillerinden R-Studio programı ile attıkları son 1000 tweet çekilmiştir. Daha sonra bu tweetler oluşturulan klasöre bölüntülenerek sadece ham kelimeler kalana kadar temizlenmektedir. Daha sonra temizlenen veriler kontrol edildikten sonra sıralanarak wordcloud paketi ile kelime bulutu haline getirilmiştir. Bu araştırmada R-Studio programının işlevi verileri toplama, temizleme, listeleme, grafiklendirme ve kelime bulutu haline getirmede kullanılmıştır.

3.2. Veri Analiz Uygulamaları

Araştırmada veri analizi uygulamaları seçilirken veri toplama stratejisi gözetilmiştir. Bu stratejiye göre tek tek kişilere ulaşmak için önce gündemler belirlenmiş ve bunlar ile ilgili tweet atan hesaplar seçilmiştir. Bu sebeple veri analizi uygulamaları iki aşamalı ilerlemektedir. İlki Twitter Gündem Analizi ikincisi ise Twitter Profil Analizi.

Toplanan verilerin yoğun ve nicel anlamda fazla olması onun yorumlanmasını ve filtrelenmesini zorunlu hale getirmiştir. Bu anlamda gündemle ilgili tweetler belirlenirken bu durum göz önünde bulundurulmuştur. Mümkün olduğunca öznel olmalı ve özgün olmalıdır. Bunun sınıranabilirliği ise atılan tweetin daha önce atılıp atılmadığının kontrolü sayesinde olur. Kısaca tweetlerde intihal yapıp yapılmadığı ölçümlenmiş ve ona göre belirlenmiştir.

Veriler toplanırken aynı zamanda analiz edilerek araştırmacı notları için bir bölüm oluşturulması planlanmıştır. Temellendirilmiş kuram yaklaşımında da önemli bir yer tutan araştırmanın bu safhasında veri toplama ve analizi at başı giden bir süreçtir. Fakat veriler toplanırken bilgisayarın ve yazılım dilinin aktif olmasından dolayı, yaratıcı düşünme ve metin oluşturma düzeyi birbirinden ayrılmaktadır. Bu sebeple veriler

toplanırken hızlıca alınan notlar daha sonra analiz kısmında düzenli bir şekilde yazılacaktır.

Araştırma için 4 ayrı gündem başlığı belirlenerek bu gündem başlıkları ile ilgili atılmış 10 tane tweet seçilerek bu tweetleri atan kullanıcıların hesaplarından son attıkları 1000 tweet analiz edilecektir. Bu iki aşamalı analizin ilk aşamasında seçilen gündemler ve o gündemlerin Twitter'daki yansımaları, atılan tweetler arasından seçilen 10 tweet ile analiz edilecek daha sonra ise bu tweetleri atan kullanıcılar belirlenerek attıkları son 1000 tweet içerisinde en çok kullandıkları 100 kelime, kelime bulutu şeklinde görselleştirilecektir. Bu görselleştirmenin neticesinde kelime bulutu analizi yapılacak bu analiz sonucunda veriler kodlanacaktır.

3.2.1. Twitter Gündem Analizi

Veri toplama kısmında ilk aşama, belirlenen gündemlerden toplanan tweetleri hazırlamaktır. Veri analizi yaparken de bu aşamadan başlanacaktır. Gündemler belirlenirken 2 değişken ele alınmıştır. Bunlar; Gerçeklikten Twitter'a, Twitter'dan Gerçekliğe olarak ifade bulmuştur. Ayrıca kendi içlerinde de ikiye ayrılan gündem değişkenleri Genelden Sanala ve Somuttan Soyuta olarak başlıklandırılmışlardır. Bunun sebebi bir olayın/fenomenin/hadisenin nerede meydana geldiği ve etki gücünü hangi mescrada bulduğunun bu mesele için önemli olmasından kaynaklanmasıdır. Bu mukayese ile

Twitter'ın gerçeklik ile olan bağı analiz edilebilecektir.

Veri analizi uygulaması için hazırlanmış olan tweetlerin seçilmesinde kullanılacak 4 gündem şunlardır; Kovid-19, Atatürködedi, Tamam-Devam, Metoo. Bu gündemler Twitter hashtag listesinde belirlenen 20 gündemlik listeye girdiğinden ve üzerine fikir beyan edilecek olan meseleyi çatısı altında toplamayı başarmış etiketler olduğu için seçilmiştir. Ayrıca bu hashtaglerin her biri öncesinde belirlenen gündemlere uyumlu olduğu için analiz için konu olmuşlardır. Bu gündemlerin dağılımı şu şekildedir; “Kovid-19” *Genelden Sanala, Sanaldan Genele* ve “Atatürködedi” *Soyuttan Somuta, Somuttan Soyuta* başlığı altında Gerçeklikten Twitter'a kategorisindedir. Tam tersi şekilde “Tamam-Devam” *Sanaldan Genele, Genelden Sanala* ve “Metoo” *Somuttan Soyuta, Soyuttan Somuta* başlıkları altında *Twitter'dan Gerçekliğe* kategorisi içindedir.

Veri analizi sürecinde ortaya çıkan Twitter Gündem Analizi ölçeklendirmesine uygun olarak tweet görsellerinin altına tweet içeriğinden veriler yerleştirilecektir. Ölçeklendirme şu şekildedir: Profil adı, Hashtag kullanımı, enformasyon kaygısı, kullanılan dil(öznel/nesnel), gündem kullanımı. Her bir tweet bu ölçekteki kıstaslara göre incelenecektir.

3.2.1.1. Gerçeklikten Twitter’a

Bu araştırma için ilk gündem kategorisi olan Gerçeklikten Twitter’a ifadesi, ilk anda fiziksel toplum tarafından tecrübe edilmiş daha sonra ise Twitter’da gündem olarak Twitter toplumu tarafından deneyimlenmiş olan gündemleri ifade etmektedir. Bu kategorinin altında yer alan Genelden Sanala, Sanaldan Genele ve Soyuttan Somuta, Somuttan Soyuta başlıkları da enformasyonun ağlar arası yayılımını ifade etmektedir. Örneğin bu başlık bir hareketi içermektedir. Bu hareket genelden sanala doğru, sanaldan tekrar soyuta doğru bir yolculuktur.

Bir olay gerçek dünyada yaşanmış ve toplum tarafından tanık olunmuş ise bu olay hakkında konuşmak ve fikir oluşturmak adeta toplumsal bir reflektir. Bu refleksin neticesinde medya kavramı kendi formunu bulana kadar birçok aşamadan geçmiştir. Sanal medya, dijital medya veya sosyal medyada da varlık gösteren bu durum enformasyon akışının gözlemlenebilirliği açısından önemli bir durumdur. Bu akışı gözlemek için seçilen başlıklar örneğin tasarımıyla ortaya çıkmıştır. Bu örnekler başlıklandırmaların altında yer alan kısımlarda ayrıntılı olarak işlenecektir.

Genel itibarıyla içerik analizine benzer bir uygulama kullanılarak incelenecek olan tweetler kodlanmak üzere biriktirilmiştir. Bu veri yığını yazılımsal bir temizliğin ardından tekrar filtrelenerek profil analizine hazır hale gelecektir.

Gündem başlıklarının içerisinde hem o gündemin ortaya çıkış sebebi ve ne ifade ettiği daha sonra ise o gündemle ilgili tweet atan kişilerin tweetleri yer alacaktır. Tweetler öncelikle yapısal olarak analiz edilecek gözlem notları aktarıldıktan sonra Twitter Gündem Analizi Ölçeklendirmesine tabi tutularak kodlanacaktır.

3.2.1.1.1. Genelden Sanala, Sanaldan Genele: Kovid-19

Coronavirüs'ün Dünya genelinde yol açtığı pandemi sebebiyle global bir kriz 2020 yılının başından bugüne kadar devam etmektedir. Bu olağanüstü durumun anlaşılması ve toplumsal olarak bu istisna haline alışılması uzun bir zaman almıştır. Dolayısıyla pandeminin başlangıcı olan tarihlerde ortaya çıkan gündemlerin genel olarak Kovid-19 başlığı altında toplandığı görülmektedir.

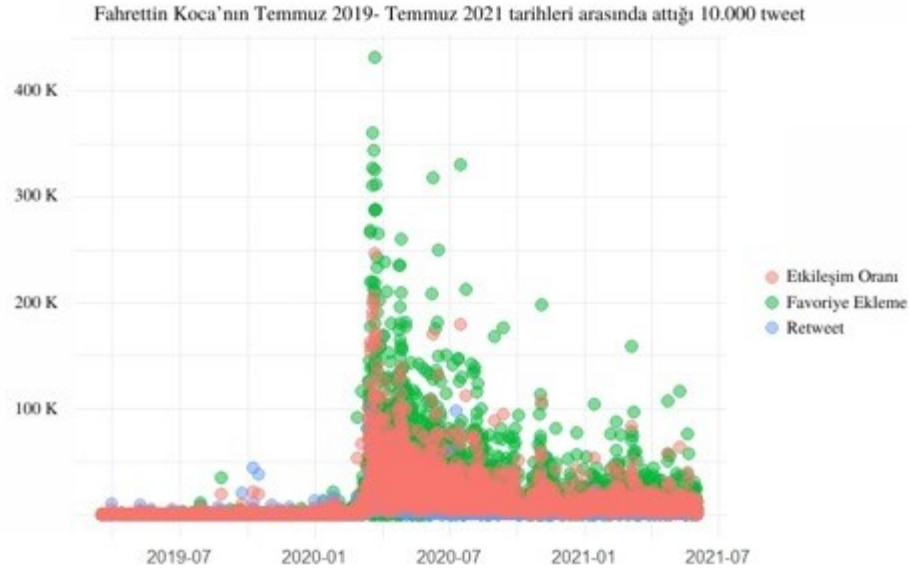
Genel olarak Dünya çapında gündem olmuş olan Coronavirüs, Twitter'da da gündem olmuş ve Twitter genelinde uzun bir süredir en önemli gündem olarak devamlı surette konuşulmaktadır. Bununla birlikte Twitter'da yayılan enformasyon da genele yayılarak geçişli bir yapı oluşmuştur. Dolayısıyla Coronavirüs gerçeklikten Twitter'a girmiş orada yayılmış ve tekrar genele yayılan bir enformasyon trafiğini görünür kılmıştır.

Araştırmanın ölçeği Türkiye ile sınırlı tutulduğundan Türkçe karakter kullanılarak TGA'da "Kovid-19" yazımı kullanılmıştır. Ayrıca bu gündemin içeriğinde yer alan tweetlere ilaveten bir Twitter gündeminin ne denli önemli olduğu Sağlık Bakanı Fahrettin Koca'nın Twitter hesabının incelenmesi örnekleme üzerinden açıklanacaktır. Bunun sebebi Sağlık ile ilgili bir krizin ülke gündeminde en kritik konumda olmasından dolayı Coronavirüs ile ilgili enformasyon kaynağının görünür bir merkezi olarak Fahrettin Koca'nın Twitter hesabının ön plana çıkmış olmasıdır.

Kovid-19 kelimesi kullanılarak atılan tweetler arasında seçim yaparken, tweetin Türkiye'de ilk vakanın görüldüğü 15 Mart 2020 tarihinden sonraki bir aylık sürecin içerisinde atılmış olmasına ve öznel yorum içermesine dikkat edilmiştir.

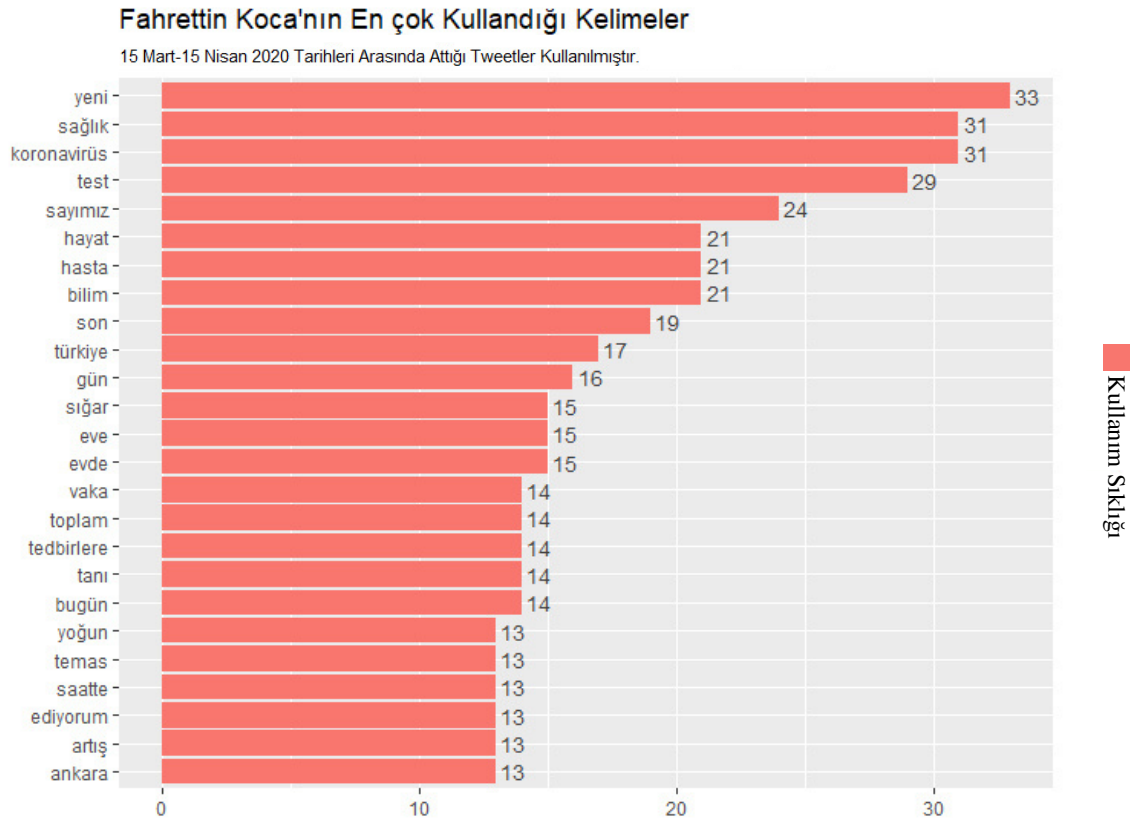
Fahrettin Koca'nın Twitter Profili

Türkiye'de koronavirüs pandemisinin ilk günlerinde enformasyon kaynağı olarak dönemin Sağlık Bakanı'nın Twitter hesabı ön plana çıkmıştır. Bu Twitter hesabı, hesaptan yapılan paylaşımlar ve etkileşim oranları bu gündemin öncesindeki etkileşim sayılarına oranla oldukça önem kazanmıştır. Bu durum Twitter gündem ağı içerisinde geçici bir merkez ağ olarak bu Twitter hesabının önem kazanmasına sebep olmuştur. Geçici merkez olarak gündem ağı içerisinde birçok alt gündem bu hesaptan yapılan paylaşımlarla oluşmuş veya oluşturulmuştur.



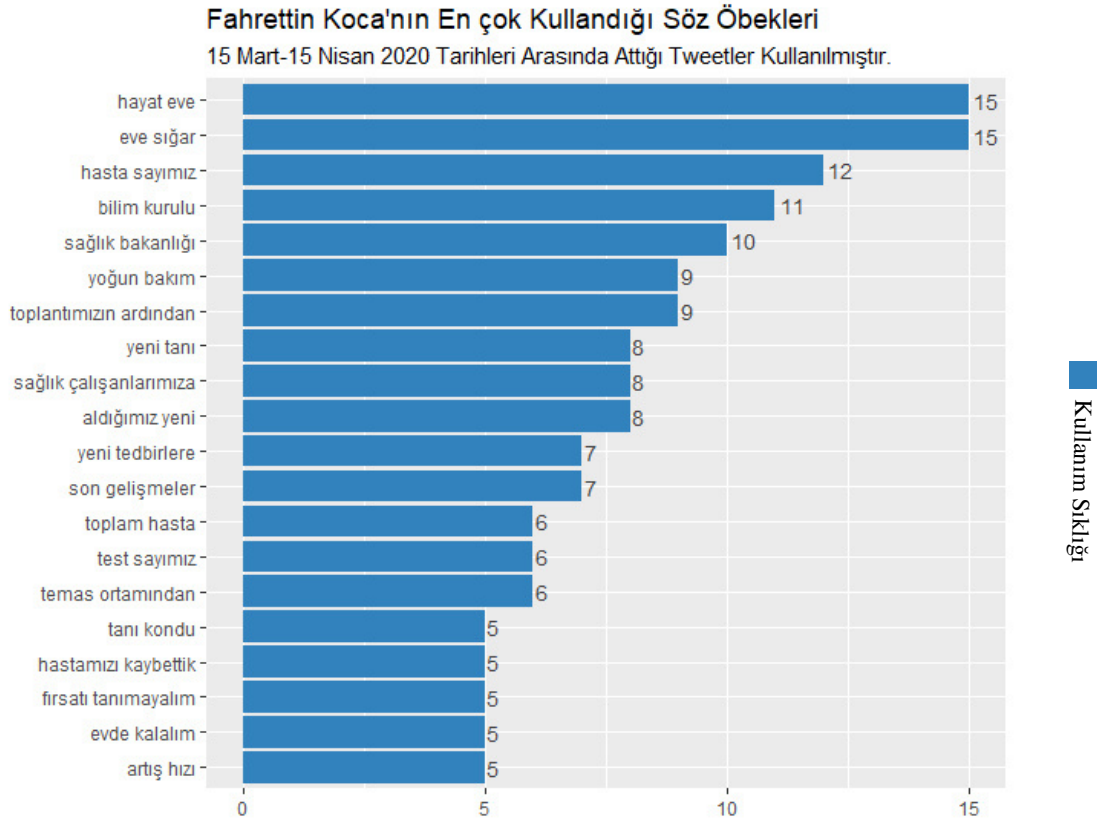
Şekil 1.Fahrettin Koca'nın Temmuz 2019- Temmuz 2021 tarihleri arasında attığı 10.000 tweetin etkileşim grafiği

Tablo 2’de görüldüğü üzere pandeminin başlangıç tarihi ile etkileşim oranlarında çok büyük bir artış gözlemlenmektedir. Özellikle Retweet artışı etkileşim oranını yukarı çekmektedir. Bunun sebebi koronavirüs ve pandemi ile ilgili duyuruların yayılmasının bir görev bilinciyle yapılmasıdır. Koronavirüs pandemisinin ortaya çıkmaya başladığı zamanlarda çok büyük oranda bir etkileşim olmasına rağmen zaman geçtikçe bu oranın (pandemi öncesine göre hala çok yüksek olmasına rağmen) geriye çekildiği gözlemlenmiştir. Gündemin sıradanlaşması ya da normalleşmesi fiziksel dünya ölçeğinde olduğu gibi Twitter’da da gözlemlenebilmektedir.



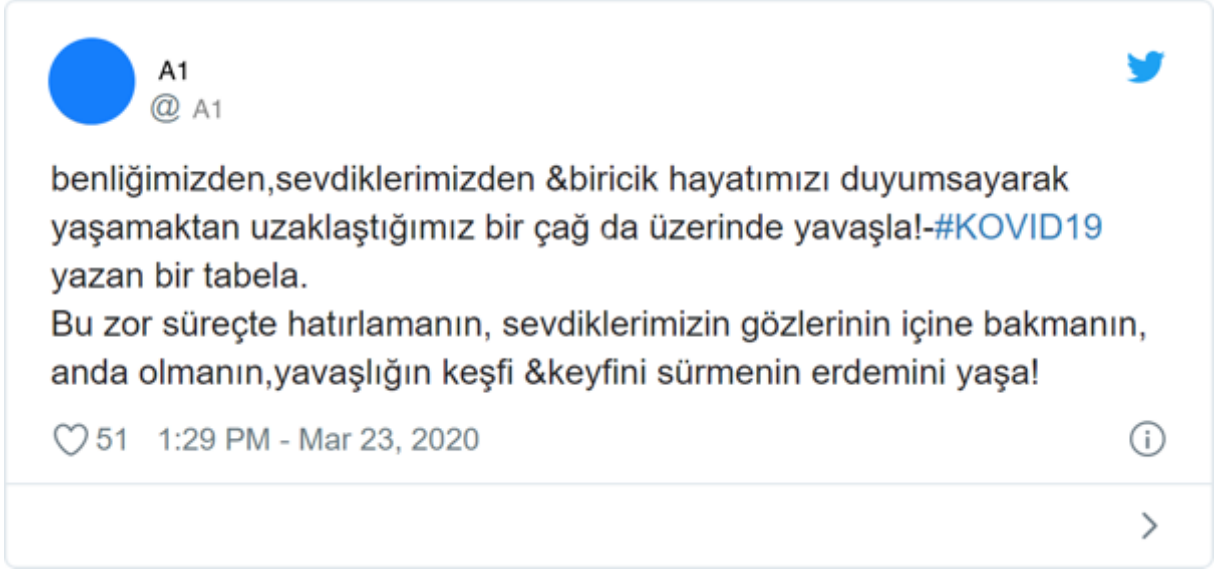
Şekil 2. Fahrettin Koca'nın 15 Mart-15 Nisan 2020 tarihleri arasında attığı tweetlerde en sık kullandığı kelimeler

Tablo 3'te Bakan Koca'nın 15 Mart-15 Nisan 2020 tarihleri arasında attığı tweetlerde en çok kullandığı kelimelere bakılacak olursa pandeminin etkisinin tweet içeriklerine yansıdığı görülmektedir. Toplumu bilgilendirmek üzere atılan tweetlerin içeriğinde enformasyon kaygısını işaret eden kelimeler kullanım sıklığından anlaşılabilmektedir. Örneğin “yeni” kelimesinin en sık kullanılan kelime olması bir yeniliğin inşa edilmesine ve “sayımız” kelimesinin de bu listeye girmesiyle birlikte bilgilendirme içerikli tweetlerin çokça paylaşıldığına işaret etmektedir.



Şekil 3. Fahrettin Koca'nın 15 Mart-15 Nisan 2020 tarihleri arasında attığı tweetlerde en sık kullandığı söz öbekleri

Tablo 4'te Bakan Koca'nın 15 Mart-15 Nisan 2020 tarihleri arasında attığı tweetlerin içerisinden en çok kullandığı söz öbekleri yer almaktadır. Bu tabloda “hayat eve sığar” sloganının listenin zirvesinde yer aldığı görülmektedir. Toplumsal bilinci arttırmaya yönelik yapılan tweet paylaşımlarının ne kadar yoğun olduğu diğer söz öbeklerinden anlaşılabilmektedir. Buna ek olarak “son gelişmeler” ve “hasta sayımız” gibi kelimelerden son derece genel bir dilin kullanıldığı herhangi bir özelliğin olmadığı da görülmektedir. Bir gündem kaynağı ya da yayılması ve bu konuya yönelik olarak bilinç düzeyinin artırılması hedefi ile bu Twitter profili kendini bir Twitter Gündem Ağı merkezine dönüştürmüştür.



Şekil 4. A1 Tweeti

Kovid-19 gündemi içerisinde tespit edilmiş olan tweetlerden ilki A1 profiline aittir. Tweet, pandemi gündemi içerisinde yeni bir bilgi sağlama endişesi taşımamaktadır. Fakat tweeti atan kişinin Türkiye genelinde yaşanan zor duruma karşı neler düşündüğü görülebilmektedir.

Kullanıcı adından ve profil adından anlaşıldığı kadarıyla A1 kullanıcısının yarı-anonim kimlik olduğu tespit edilmiştir. Tweetin içeriğinde öznel bir dil kullanılmış. Tweet içeriği incelendiğinde olabildiğince dikkat çekici hale getirmeye çalışılmış, bu da hashtag ağı içerisindeki iletişim kanallarının önemsendiği anlamına gelebilir. Sonuç olarak bu tweeti, hashtag gündemi tweeti olarak nitelendirebiliriz.

Twitter Gündem Analizi Ölçeklendirmesi:

Profil Tipi: Yarı-Anonim Kimlik.

Hashtag Kullanımı: Gündem içi bildirim.

Enformasyon Kaygısı: Enformasyon kaygısı taşımamakta.

Dil Kullanımı: Öznel dil kullanımı.

Gündem Kullanımı: Hashtag gündemi.



Şekil 5. A2 Tweeti

A2 kullanıcısının attığı tweet incelendiğinde kişisel gündem tweeti olduğu görülebilmektedir. Kullanıcı adından ve profil adından dolayı bu hesabın bir anonim kimlik olduğu görülebilmektedir. Ayrıca bir spor kulübünü desteklediğini seçtiği imgeden ve kullanıcı adına yaptığı eklerden tespit edilebilmektedir. Kovid-19 hashtagini kullanarak genel manada Twitter toplumuna bildirimde bulunduğu görülmektedir. Uyarıcı bir dil kullanılarak bu hashtagi takip eden kişilere yönelik olarak dikkatli olma çağrısında bulunulmuştur. Kendi kitlesi de tweete dahil ederek “dostlar” ifadesini kullanarak bu tweetin dikkat çekme endişesi taşıdığı görülebilmektedir.

Twitter Gündem Analizi Ölçeklendirmesi:

Profil Tipi: Anonim Kimlik.

Hashtag Kullanımı: Gündem içi bildirim.

Enformasyon Kaygısı: Toplumsal uyarı bildirimi.

Dil Kullanımı: Öznel dil kullanımı.

Gündem Kullanımı: Hashtag kullanımlı kişisel gündem tweeti.



Şekil 6. A3 Tweeti

A3 kullanıcısının tweeti incelendiğinde hashtag gündemi tweeti olduğunu görebilmekteyiz. Kullanıcı adından, profil adından dolayı bu hesabın bir anonim kimlik olduğu görülmektedir. Kovid-19 hashtaginin önemi vurgulanarak çarpıtılmış/ doğru olmayan bilgilerin verildiğini belirtmektedir. Öznel bir dil kullanımı görülmektedir. Yalan bilgi paylaşımının takipçi kazanma isteği ile ilgili olduğunu öne sürmektedir.

Twitter Gündem Analizi Ölçeklendirmesi:

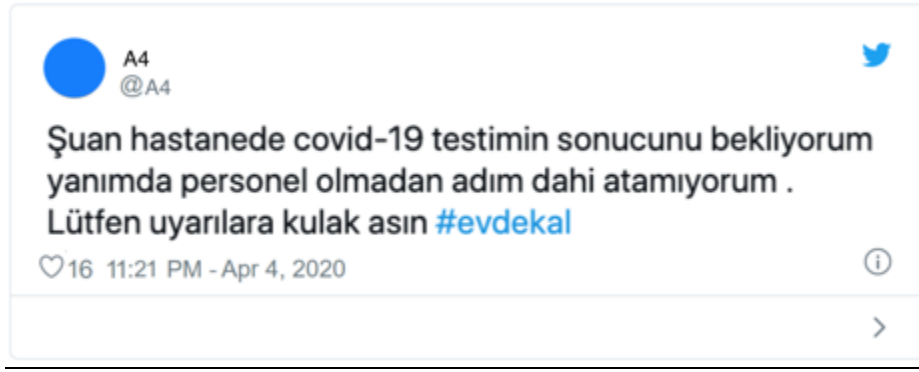
Profil Tipi: Anonim Kimlik.

Hashtag Kullanımı: Gündem içi bildirim.

Enformasyon Kaygısı: Endişe bildirimi.

Dil Kullanımı: Öznel dil kullanımı.

Gündem Kullanımı: Hashtag Gündemi



Şekil 7. A4 Tweeti

A4 profili için tweet incelendiğinde gündeme dair uyarı bildirimi tweeti olduğu tespit edilmiştir. Öznel bir dil kullanılarak kişisel gündemi, kullanılan “covid-19” kelimesi ile bu gündeme erişen herkese duyurma endişesi görülmektedir. Durumunun ciddiyetinin ve öneminin herkes tarafından bilinmesi endişesi taşımaktadır. Uyarı maksatlı enformasyon yayılımının ciddiye alınması adına kendi beyanıyla destek vererek yayılmasını sağlamaya çalışmaktadır. Gündeme ilaveten farklı bir hashtag kullanarak daha fazla etkileşim almaya ve görünürlüğü arttırmaya çalışmaktadır. A4 kullanıcısının anonim bir hesap olduğu, kullanıcı adı ve profil adı gerçek bir kişiyi ifade etmediği söylenebilmektedir.

Twitter Gündem Analizi Ölçeklendirmesi:

Profil Tipi: Anonim Kimlik.

Hashtag Kullanımı: İlave Hashtag kullanımı

Enformasyon Kaygısı: Toplumsal uyarı bildirimi.

Dil Kullanımı: Öznel dil kullanımı.

Gündem Kullanımı: Etkileşim amaçlı Hashtag gündemi tweeti.



A5
@A5

Kovid19 hastalarının nasıl siteril izolasyonlu ekipmanlarla tedavi edildiğini eğer böyle yapılmazsa virüsün daha çok kişiye bulaşacağını hiç duymamışlar mı acaba

♡ 6:04 PM - Apr 13, 2020



Şekil 8. A5 Tweeti

A5 profilinde gerçek bir ismin dönüştürülerek kullanıldığını, kullanıcı adında ise gerçek bir isim kullanmadığı görülebilmektedir. Dolayısıyla A5 profili anonim kimlik olarak nitelendirilebilir. Kovid-19 gündemi hakkında kendi yorumunu daha önce atılan bir tweete cevap verme yoluyla beyan ettiğini görüyoruz. Kovid-19 ile mücadelenin olumlu olduğunu ve bu mücadeleyi eleştirenlerin yanıldığını ifade etmektedir. Öznel bir dil kullanarak kendi kitlesi içinden konuştuğu çıkarımına varabiliyoruz. Bunun kanıtı olarak; “hiç duymamışlar mı” ifadesinin ötekini yani eleştirel yaklaşımda bulunan ötekileri temsil ettiği gösterilebilir.

Twitter Gündem Analizi Ölçeklendirmesi:

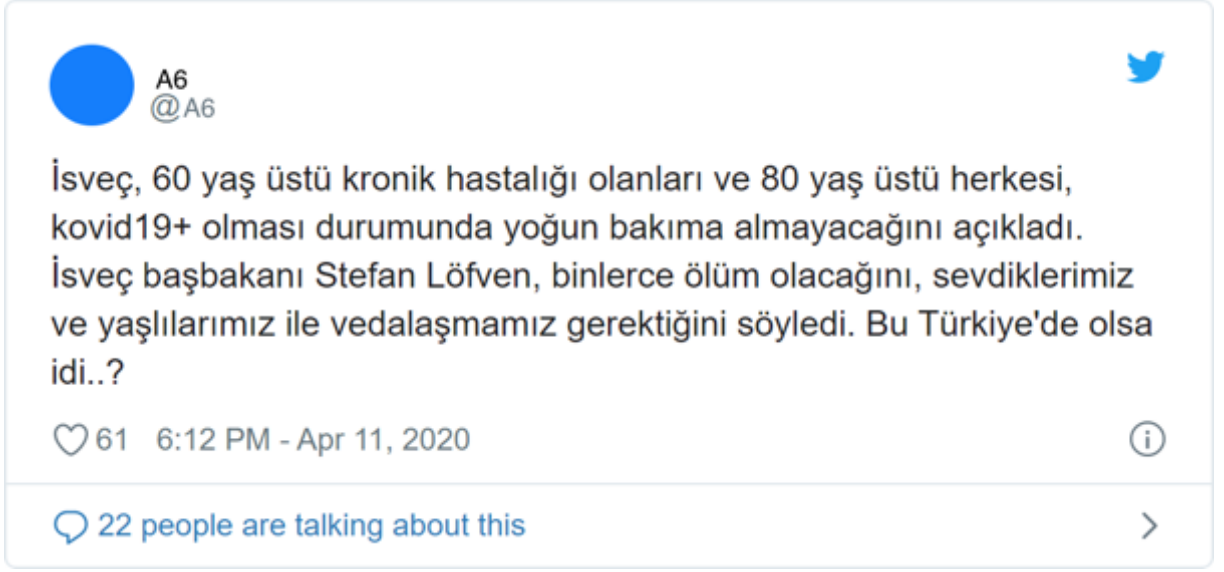
Profil Tipi: Anonim Kimlik.

Hashtag Kullanımı: Hashtag kullanımı yok.

Enformasyon Kaygısı: Eleştiri bildirimi.

Dil Kullanımı: Öznel dil kullanımı.

Gündem Kullanımı: Eleştirel gündem tweeti.



Şekil 9. A6 Tweeti

A6 profilinin kullanıcı adı ve profilindeki adının gerçek bir isim olduğu ve bu hesabın nonim bir hesap olduğu görülmüştür. Hashtag kullanılmadan atılan ve enformasyonu yayma kaygısı ile oluşturulmuş bir tweet olduğu öne sürülebilir. Her ne kadar bir enformasyon içerse de öznel bir yorumlama ile mukayeseli bir çıkarsamanın tweet olarak paylaşıldığı söylenebilir. Enformasyon kaygılı gündem tweeti olarak bu tweet nitelendirilebilir.

Twitter Gündem Analizi Ölçeklendirmesi:

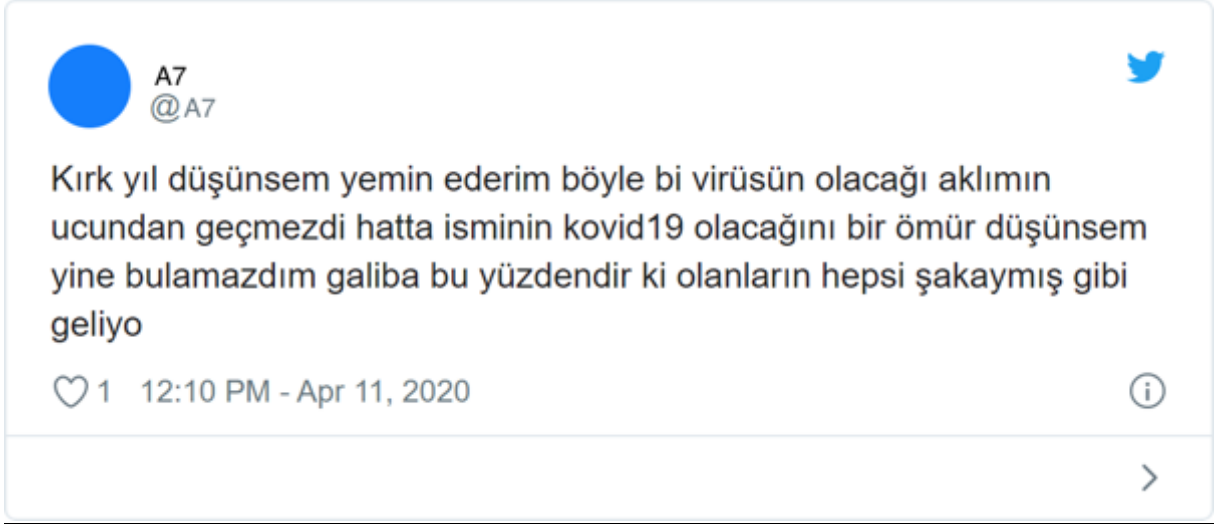
Profil Tipi: Nonim Kimlik.

Hashtag Kullanımı: Hashtag kullanımı yok.

Enformasyon Kaygısı: Enformasyon yayılımı.

Dil Kullanımı: Eleştirel ve Öznel dil kullanımı.

Gündem Kullanımı: Enformasyon kaygılı eleştirel gündem tweeti.



Şekil 10. A7 Tweeti

A7 profili için kullanıcı adı ve profil adı gerçek bir ismi işaret etmekte fakat soyadının olmaması bu hesabı yarı-anonim bir hesap yapmaktadır. Öznel ve gündelik bir dil kullanımı görülmektedir. Tamamen şahsi olan beyanı herhangi bir etkileşim amacı veya gündeme dair bir enformasyon taşımamaktadır. Fakat yine de kovid-19 gündeminin içerisinde yer aldığı görülmektedir. Kovid-19 pandemisinin kendisi üzerinde yarattığı etkiden bahseden bir tweet olarak nitelendirilebilir. Bu tweet için gündem içi öznel yorum tweeti diyebiliriz.

Twitter Gündem Analizi Ölçeklendirmesi:

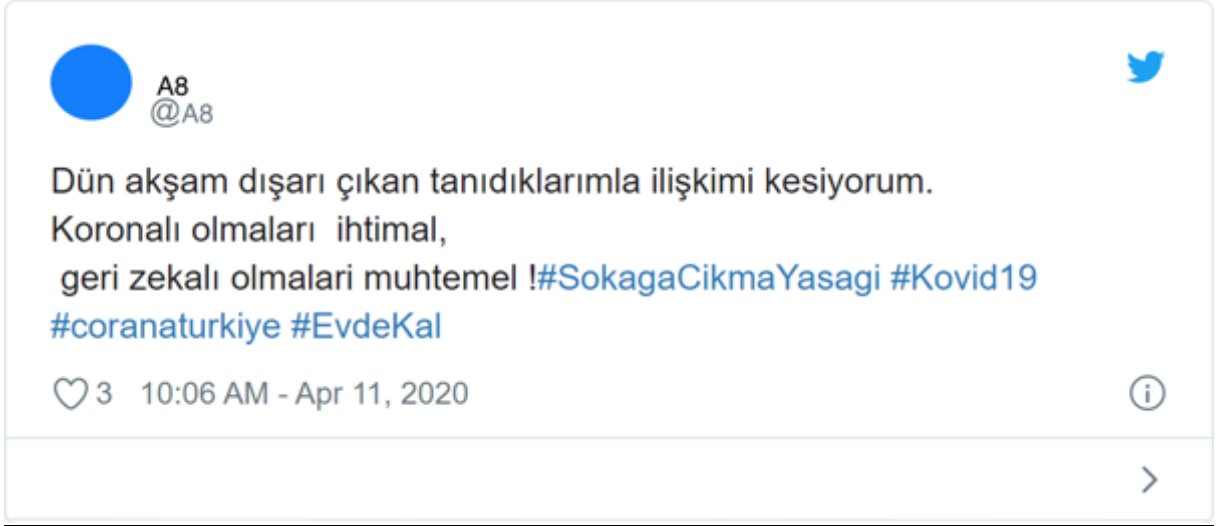
Profil Tipi: Yarı-Anonim Kimlik.

Hashtag Kullanımı: Hashtag kullanımı yok.

Enformasyon Kaygısı: Enformasyon kaygısı yok.

Dil Kullanımı: Öznel ve gündelik dil kullanımı.

Gündem Kullanımı: Anahtar sözcük kullanımlı gündem tweeti.



Şekil 11. A8 Tweeti

Kullanıcı adından ve profil adından A8 kullanıcısının bir anonim kimlik olduğunu görüyoruz. Gündemdeki farklı hashtagleri kullanması attığı tweetin daha fazla görünmesini ve etkileşim almasını hedeflediğini söyleyebiliriz. Tamamen öznel bir dil kullanılmış, şahsi fikirler ortaya koyularak eleştirel bir dil kullanılmıştır. Pandemi sebebiyle sokağa çıkma kısıtlamasının ihlal edilmesinden dolayı bir tepki ortaya koyulduğu görülmektedir. Bu tepkinin bir algı olarak oluşmasını ve yayılmasını hedeflediğini söyleyebiliriz.

Twitter Gündem Analizi Ölçeklendirmesi:

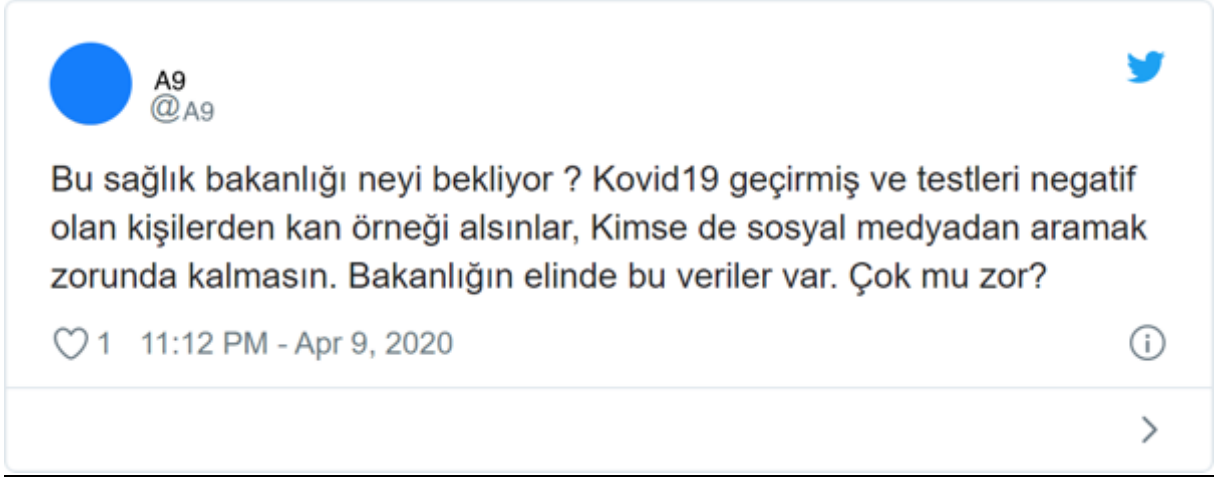
Profil Tipi: Anonim Kimlik.

Hashtag Kullanımı: İlave hashtag kullanımı.

Enformasyon Kaygısı: Enformasyon kaygısı yok.

Dil Kullanımı: Öznel ve genelleyici bir dil kullanımı.

Gündem Kullanımı: Hashtag gündemi tweeti.



Şekil 12. A9 Tweeti

Kullanıcı adından ve profil adından dolayı A9 kullanıcısının bir anonim kimlik olduğu görölmektedir. Hashtag kullanmamasından dolayı tweetinin muhatabının kendi kitlesi olduğu ve ayrıca tweetin içeriğinden bir diğerk muhatabının Sağlık Bakanlığı kurumu olduğu anlaşılmaktadır. Tamamen şahsi ve öznel çıkarımların ve yorumların aktarıldığı bir tweet olarak değerkendirilebilecek olan bu tweetin sahibi olan kullanıcı “kovid19” konu etiketini kullanarak bu gündem ile ilgili bir fikrini beyan etmektedir. Kendi inandığı doğruyu muhataplarına eleştirel bir üslupla sunmaktadır. Eleştirel yaklaşımla birlikte kovid19 gündeminde ortaya çıkan kişisel teorilerin de bu tweetin içeriğinde yer aldığı görölebilmektedir.

Twitter Gündem Analizi Ölçeklendirmesi:

Profil Tipi: Anonim Kimlik.

Hashtag Kullanımı: Hashtag kullanımı yok.

Enformasyon Kaygısı: Şahsi enformasyonu yayma.

Dil Kullanımı: Öznel ve eleştirel dil kullanımı.

Gündem Kullanımı: Anahtar sözcük kullanımlı gündem tweeti.

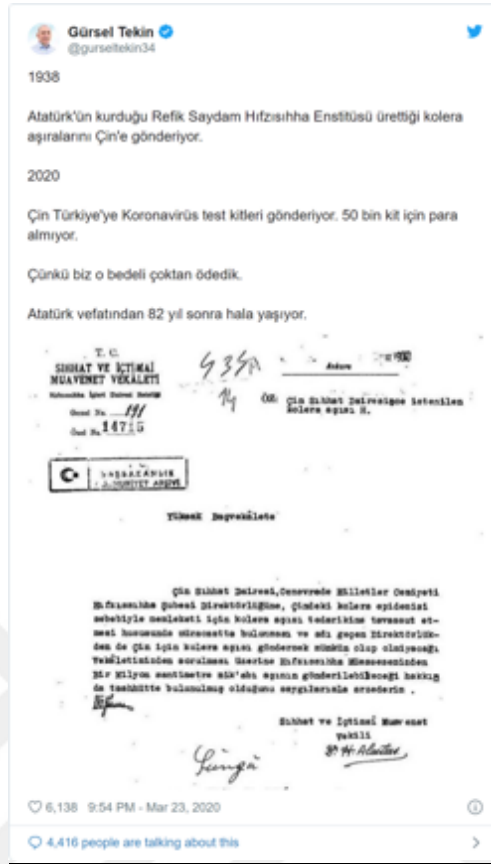
3.2.1.1.2. Soyuttan Somuta, Somuttan Soyuta: Atatürködedi

Gündem analizi için veri toplama aşamasının bu kısmında 23 Mart 2020 tarihinde yaşanan bir olayın Twitter’da gündem olması incelenecektir. Bu gündemin seçilmesinin temel nedeni gerçek bir post-truth örneği olmasının yanı sıra bir soyutluktan yani tamamen sosyal medyada üretilmiş bir bilginin somuta yani gerçek gündemi etkilemesi ve gerçek gündemde yer almasından sonra da tekrar Twitter’da gündem olması nedeniyledir.

Bir sonraki kısımda incelenecek olan gündemin kaynağı olan tweet görselinde yer alan resmi bir belge ile sunulan aslında çarpıtılmış bir bilgi olduğu sonradan anlaşılan, anlaşıldıktan sonra tekrar gündem olan bir hashtag; #Atatürködedi. Bu hashtag 23 Mart 2020 tarihinde koronavirüs pandemisinin Türkiye’de ciddi bir hal aldığı günlerde Çin’den Türkiye’ye yollanacak olan test kitlerinden para almayarak, Cumhuriyet’in ilk yıllarında o dönemin Cumhurbaşkanı olan Mustafa Kemal’in Çin’e kolera aşısı yolladığını ve bu sebeple Çin’in bu test kitlerinin ücretinin öncesinde ödendiğini ifade ederek ücretsiz olarak gönderdiği ileri sürülerek “Atatürk ödedi” etiketiyle Twitter’da yayılmıştır. Bu bilginin yayılma hızı öylesine etkili olmuştur ki kısa sürece bu konu ile ilgili birçok tweet atılmıştır. Bu bilginin doğruluğundan emin olmak için teyit etmek isteyenler doğru olmadığını gördüklerinde de bunu ifade eden tweetler atmışlardır. Neticesinde bu konu gerçekten gündem olarak Sağlık Bakanı Fahrettin Koca’ya basın toplantısında muhabirler tarafından sorulmuş ve bu bilginin doğru olmadığı cevabını almışlardır. Böylesi bir enformasyonun bu kadar hızlı yayılması ve inandırıcılığının olup olmadığı düşünülmeden gerçekmiş gibi paylaşılması, bu hashtag ile paylaşım yapanların bazılarının bu iddiaya inandıkları bazılarının reddettiği bazılarının duygulandıkları ve bazılarının da yanlışlansa dahi doğru olarak kabul ettiği gerçeği, gündem analizi için bir örnek olabileceğini göstermektedir.

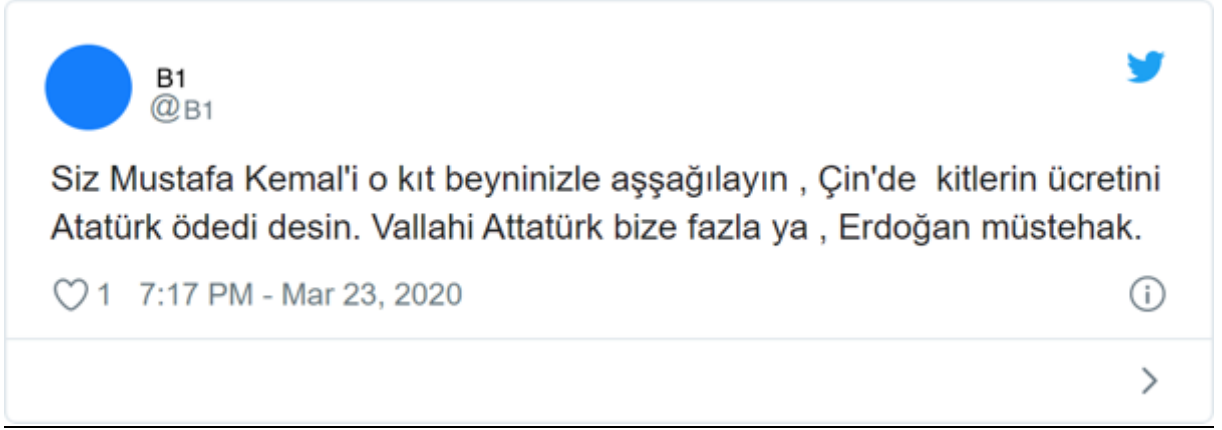
Araştırmanın bu bölümünde #Atatürködedi hashtagi ile tweet atan, TGA ile belirlenmiş 9 kullanıcının tweetleri analiz edilecek ve daha sonra bu kullanıcılar Twitter profil analizinde incelenmek üzere kullanıcı isimleri kodlanarak toplanacaktır.

Gündemin Kaynağı



Şekil 13. Gündemin Kaynağı Olan Tweet

Haberin kaynağı olarak seçilen tweetin kullanıcısı Türkiye’de politik bir figür olduğundan ve tanınmış bir kişi olduğundan dolayı profil analizine dahil edilmemiştir. Bu sebeple bilgilerinin gizlenmesine ve attığı tweetin Twitter kullanımına yönelik yorumlamalarının yapılmasına bu araştırma için gerek görülmemiştir. Tweet yapısal olarak incelendiğinde, bir kaynağı görsel olarak eklemesi ve tarihsel bilgilendirmelerle gündem olacak olan enformasyonu desteklemeye yönelik olduğu görülmektedir. Kendi takipçi kitlesi ve Atatürk sevgisi ile kendini tanımlayan Twitter kullanıcılarının hedeflendiği bu tweet özelinde söylenebilir. Politik bir figürün Twitter hesabından atılan bir tweetin tüm takipçileri tarafından teyit edilmesi hayli zor bir durumdur. Bu durumu zorlaştıran şey politik figürlerin Twitter’da takipçi sayılarının yüksek olmasından kaynaklanmaktadır. Dolayısıyla bu tweeti gören kullanıcılar doğruluğu kesin olmayan bu bilgiyi yayarak Atatürk’e olan sevgilerini ifade etmişler ve sonucunda “Atatürködedi” etiketi gündem olmuştur.



Şekil 14. B1 Tweeti

Kullanıcı adından ve profil adından dolayı B1 kullanıcısının bir yarı-anonim kimlik olduğu tespit edilmiştir. Profilin yanlış enformasyona inandığı görülmektedir. Tweet içeriğinde hakaret ve argo kullanımları kullanıcının öznel bir dil kullandığını göstermektedir. Şahsi fikir bildirimine yönelik ifadeler göze çarpmaktadır. Bu ifadelerin politik görüş bildirdiği ve mevcut Türkiye hükümetini eleştirdiği (“Erdoğan müstehak” ifadesi) anlaşılabılır. Anahtar sözcüklerin kullanımı ile gündem içi bir tweet olsa da hashtag ağları içerisinde yer alma düşüncesinde olmadığı söylenebilir.

Twitter Gündem Analizi Ölçeklendirmesi:

Profil Tipi: Yarı Anonim Kimlik.

Hashtag Kullanımı: Hashtag kullanımı yok.

Enformasyon Kaygısı: Yanlış enformasyon yayılımı.

Dil Kullanımı: Eleştirel, öznel dil kullanımı.

Gündem Kullanımı: Anahtar sözcük kullanımı ile eleştirel gündem tweeti.



Şekil 15. B2 Tweeti

Kullanıcı adından ve profil adından dolayı B2 kullanıcısının bir nonim kimlik olduğu görülmektedir. Bu tweetin içeriğinde yanlış enfomasyona inanılmadığı öznel yorumlamalarla ifade edilmiştir. Özel yorumlama ve kullanılan gündelik dil gündeme dair eleştiri ve şahsi bir çıkarımla düşüncenin beyan edilmesi söz konusudur. Çıkarımın tamamen kullanıcının şahsi düşüncesi olduğu ve hashtag kullanılmadan ifade edilmesi kendi takipçilerine yönelik bir tweet olduğunu göstermektedir.

Twitter Gündem Analizi Ölçeklendirmesi:

Profil Tipi: Nonim Kimlik.

Hashtag Kullanımı: Hashtag kullanımı yok.

Enfomasyon Kaygısı: Yanlış enfomasyon yayılımı bildirimi.

Dil Kullanımı: Öznel ve gündelik dil.

Gündem Kullanımı: Anahtar sözcük kullanımlı eleştirel gündem tweeti.



Şekil 16. B3 Tweeti

Profil adından ve kullanıcı adından dolayı B3 kullanıcısının nonim kimlik olduğu söylenebilir. Tweetin içeriğinden yola çıkıldığında kullanıcının yayılan bu enfomasyona inanmadığı söyleminden anlaşılmaktadır. Kendi takipçi kitlesinden ziyade gündem ile ilgili tweet atan insanlara yönelik bir söylem kullanılmıştır. Twitter platformun dinamikleri ile Facebook platformunun mukayese edildiği tweetin içeriğine bakıldığında görülebilmektedir. Ayrıca mukayese edilen platformun kullanıcıları üzerinden negatif bir söylemin oluşturulduğu görülmektedir.

Twitter Gündem Analizi Ölçeklendirmesi:

Profil Tipi: Nonim Kimlik.

Hashtag Kullanımı: Hashtag kullanımı yok.

Enfomasyon Kaygısı: Yanlış enfomasyon yayılımı bildirimi.

Dil Kullanımı: Eleştirel-öznel dil kullanımı.

Gündem Kullanımı: Anahtar sözcük kullanımlı eleştirel gündem tweeti.



Şekil 17. B4 Tweeti

B4 kullanıcısının, kullanıcı adı ve profil adı incelendiğinde, yarı-anonim kimlik olarak nitelendirebileceği saptanmaktadır. Tweetin içeriğine bakıldığında yanlış enformasyonun doğru kabul edildiği görülmektedir. Bu durumun ölçümleneceği nokta olumlayıcı bir üslup ile Atatürk kimliğine vurgu yapılmasıdır. Kullanılan dil çoğulcu bir “biz” dili olduğundan tweetin öznel bir perspektifle yazıldığı anlaşılmaktadır. Hashtag kullanımında ise enformasyonun yayılmasının ve bu hashtagi kullanarak kendi fikir beyanının gündem içerisinde görünmesini sağlamanın bu tweet özelinde amaçlandığı söylenebilir.

Twitter Gündem Analizi Ölçeklendirmesi:

Profil Tipi: Yarı-Anonim Kimlik.

Hashtag Kullanımı: Gündem içi Hashtag kullanımı.

Enformasyon Kaygısı: Enformasyon yayılımı.

Dil Kullanımı: Öznel dil kullanımı.

Gündem Kullanımı: Etkileşim amaçlı hashtag gündemi tweeti.



Şekil 18. B5 Tweeti

B5 kullanıcısının kullanıcı adından ve profil adından dolayı anonim kimlik olduğu belirlenmiştir. Tweet içeriğine bakıldığında fikir belirtilen gündem ile ilgili enformasyonun doğru olduğu ve doğruluğunun politik sebeplerden dolayı yanlışlandığı belirtilmektedir. Sosyal medyada oluşturulmuş bir enformasyon sosyal medya dışında yanlışlansa dahi yayılmaya ve doğru kabul edilmeye devam etmesi bu Tweet için önemli bir durumdur. Politik düşüncenin fikir beyanı üzerindeki etkisi de B5 profili için önemli bir bulgudur.

Twitter Gündem Analizi Ölçeklendirmesi:

Profil Tipi: Anonim Kimlik.

Hashtag Kullanımı: Hashtag kullanılmamıştır.

Enformasyon Kaygısı: Yanlış enformasyonun doğru olduğuna dair fikir beyanı.

Dil Kullanımı: Gündelik ve öznel dil kullanımı.

Gündem Kullanımı: Anahtar sözcük kullanımlı eleştirel gündem tweeti.



Şekil 19. B6 Tweeti

B6 kullanıcısının kullanıcı adı ve profil adının yarı-anonim kimlik olarak nitelendirilebileceği belirlenmiştir. Tweet içeriğine bakıldığında araştırmada ele alınan gündeme yönelik yanlış enformasyonun, yanlış olduğuna dair fikir beyanında bulunulduğu görülmektedir. Bu gündem üzerinden yayılan yanlış enformasyonun B6 profili için belirli bir grup tarafından oluşturulduğu ima edilmektedir (“yalanınız yine ortaya çıktı”).

Twitter Gündem Analizi Ölçeklendirmesi:

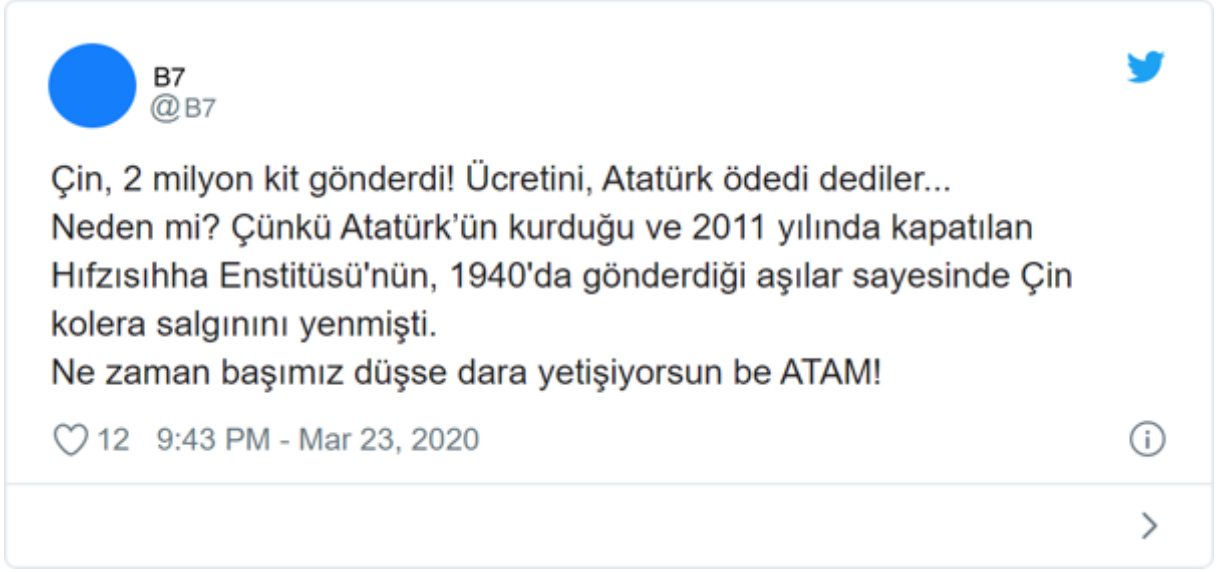
Profil Tipi: Yarı-Anonim Kimlik.

Hashtag Kullanımı: Hashtag kullanılmamıştır.

Enformasyon Kaygısı: Yanlış enformasyonun yayılımı bildirimi.

Dil Kullanımı: Öznel, gündelik ve eleştirel dil kullanımı.

Gündem Kullanımı: Anahtar sözcük kullanımlı eleştirel gündem tweeti.



Şekil 20. B7 Tweeti

B7 profilinin kullanıcı adı ve profil adından dolayı nonim bir kimlik olduğu belirlenmiştir. Tweet incelendiğinde bu araştırma için belirlenen #Atatürkodedi gündemi hakkında bir içerik özetinin ardından şahsi bir fikir beyanı görülmektedir. Yanlış enformasyonun yayılımı ve bu enformasyonun içeriğinin nasıl oluştuğuna dair önemli bulguların saptanabildiği bu Tweet oldukça önemlidir. Dolayısıyla yanlış bilgilendirmenin teyit gerektirmeksizin tarihi referanslarla oluşturulabilmesinin mümkün olduğu ve oluşturulan bu tweetin kullanıcısının kendi takipçi kitlesine bu enformasyonu duyurma kaygısı tespit edilebilmiştir.

Twitter Gündem Analizi Ölçeklendirmesi:

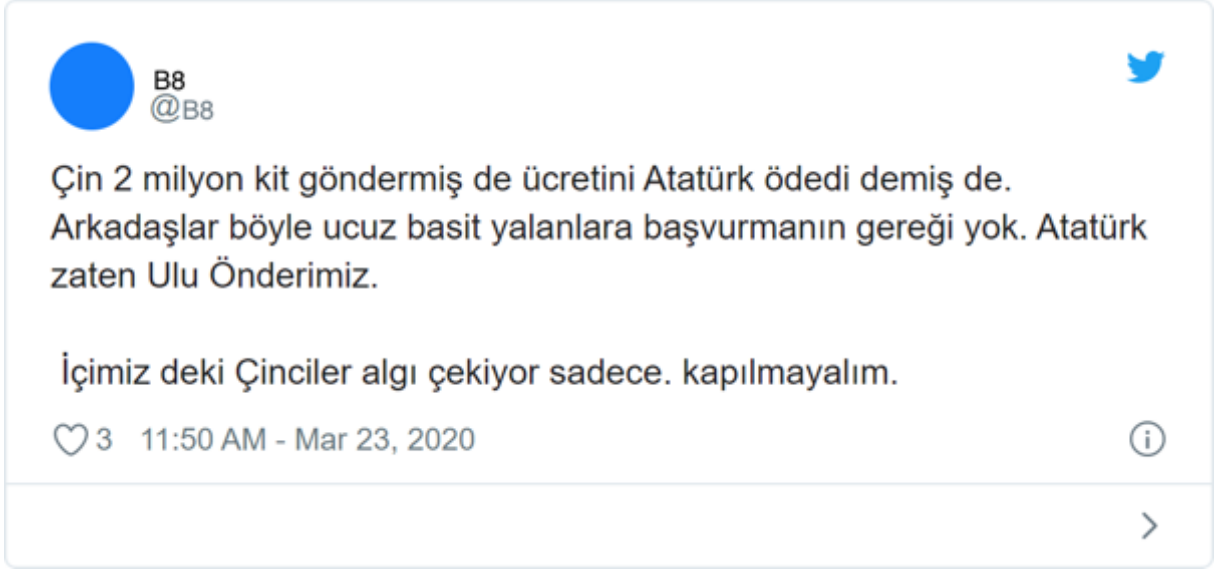
Profil Tipi: Nonim Kimlik.

Hashtag Kullanımı: Hashtag kullanımı yok.

Enformasyon Kaygısı: Tarihi referanslar kullanarak yanlış enformasyonu doğrulama ve yayma.

Dil Kullanımı: Öznel dil kullanımı.

Gündem Kullanımı: Anahtar sözcük kullanımlı etkileşim amaçlı gündem tweeti.



Şekil 21. B8 tweeti

B8 kullanıcısının kullanıcı adından ve profil adından dolayı anonim kimlik olarak nitelendirilebileceği belirlenmiştir. Çoğul dil kullanarak şahsi fikir beyanının görüldüğü bu tweette bahse konu olan gündemin ve bu enformasyonun yayılımının yanlış olduğu vurgulanmaktadır. Yanlış enformasyon yayılımını engellemek için bir bildirim niyeti taşıdığı B8 kullanıcısının tweetine bakıldığında görülmektedir.

Twitter Gündem Analizi Ölçeklendirmesi:

Profil Tipi: Anonim Kimlik.

Hashtag Kullanımı: Hashtag kullanımı yok.

Enformasyon Kaygısı: Yanlış enformasyonun yayılımı bildirimi.

Dil Kullanımı: Öznel, gündelik ve eleştirel dil kullanımı.

Gündem Kullanımı: Anahtar sözcük kullanımlı eleştirel gündem tweeti.



Şekil 22. B9 Tweeti

B9 kullanıcısının kullanıcı adı ve profil adına bakıldığında nonim kimlik olduğu belirlenmiştir. Tweet içeriği incelendiğinde bahse konu olan gündemin doğru olarak benimsendiği görülmektedir. İlave hashtag kullanımıyla ise yayılan bu enformasyonun gündem olmasına destek olma ve bu tweetin hashtag başlığı altında listelenerek etkileşim alması niyeti taşıdığı anlaşılmaktadır. Çoğul dil kullanımı ise B8 kullanıcısının kendi gibi düşünenlere yönelik bir fikir beyanında bulunduğunu göstermektedir.

Twitter Gündem Analizi Ölçeklendirmesi:

Profil Tipi: Nonim Kimlik.

Hashtag Kullanımı: İlave Hashtag kullanımı.

Enformasyon Kaygısı: Yanlış enformasyon yayılımı.

Dil Kullanımı: Öznel ve gündelik dil kullanımı.

Gündem Kullanımı: Hashtag kullanımlı gündem desteği tweeti.

3.3.1.2. Twitter'dan Gerçekliğe

Gündem analizi için ikinci aşama olan bu kısımda Twitter'da gerçekleşen bir olayın fiziksel gerçekliğe temas ettiği Twitter'da ortaya çıkan gündemler seçilecektir. Bu gündemler geçmişte Twitter platformu içerisinde ortaya çıkan ve yayılan bu sayede gündem olup gerçekliğe yani fiziksel dünyaya etki ederek orada da bir gündem teşkil etmiş olaylar arasından seçilecektir.

Gerçeklik kavramı bu tezde, fiziksel dünyada olup biten hadiselerin toplumsal etkilenimini ifade etmektedir. Böylelikle Twitter'daki gerçeklik başka bir anlam boyutuna aktarılmaktadır. Twitter gerçekliğinin fiziksel dünyadaki gerçeklikten ayrıldığı nokta görünürlük ve takip edilebilirlik gibi kavramlar ile açığa çıkmaktadır. Deneyimlenebilecek bir gerçeklik tahlili Twitter'da bambaşka yollarla gözlemlenebilirken, fiziksel dünyadaki gerçekliğin kabulü apayrı bir yöntemle tespit edilebilmektedir. Twitter gerçeklik üretimi için oldukça elverişli bir sahaya sahiptir. Gerçeklik esasında duyular ve deneyler ile sabitleşirken, Twitter'da inşa edilen gerçeklikler genel yargıların kabulüne dayanmaktadır. Örneğin; yalan haber üretiminin Twitter'da yaygın olmasının sebeplerinden biri onu gören, paylaşan ve etkileşim veren Twitter kullanıcılarının çoğunlukta olmasıdır. Bu Twitter'daki kirli enformasyon yığınının açıklanabilir bir yorumudur. Fiziksel dünyadaki gerçekliklerin somutluk ihtiyacı ve geçerliliğinin kanıtlanması için gerekli olan aşamaların daha sıkı ve eller tutulur somutluklara olan ihtiyaçtan ileri gelmesinden kaynaklanır.

Seçilecek olan gündem maddeleri için iki tür ayrım gözetilecektir. Bu ayrım bir süreci içermektedir. Bu süreç ise özellikle genele yayılmış bir hadisenin sanal dünyada yayılarak bir gündem haline gelmesi ve yine genele sirayet etmesi durumudur. İkinci tür ayrımda ise bu sürecin tam tersi surette gerçekleşmiş bir gündem örneği seçilmiştir. Özetle ilk aşamada “Genelden Sanala, Sanaldan Genele” doğru bir hareketi içeren “Tamam-Devam” etiketi ile oluşmuş olan gündem ele alınacaktır. İkinci aşamada ise “Somuttan Soyuta, Soyuttan Somuta” doğru bir gidişat gözlemlenmiş olup gündem etiketi olarak “MeToo” etiketi kullanılarak atılmış olan tweetler incelenecektir.

3.3.1.2.1. Sanaldan Genele, Genelden Sanala: Tamam-Devam

Genel kavramı ile kullanılan anlam, evrensele yani dünyanın fiziksel olarak her bir alanına tekabül eder. Sanal terimi ise bu dünyanın temelinde yani genel olana dahil olarak oluşturulan bir dünya-ötesi alanı ifade eder. Genel olandan sanal olana geçiş elbette belirli araçların aracılığı ile gerçekleşir. Bu durum imkân faktörüdür. İmkân yalnızca sanal olanın kapısına götürür. Sanal dünyada var olmak için ise genel olarak dünya içinde var olmanın şartlarından farklı özellikler ve yükümlülükler gereklidir. Dijital mekân/uzam, sanal kültür adaptasyonu, dijital dil, hiper-metin gibi faktörler sanal olanın içerisinde var olmanın gereklilikleridir. Gündem analizi başlıklarından olan genelden-sanala/sanaldan-genele kullanımı gündemin bu yolculuğunu tasvir etmektedir. Dolayısıyla bu bölümde ele alınacak olan gündem önce genelde yani fiziksel dünyanın sınırları içinde oluşmuşu daha sonra sanal dünyaya geçiş yaparak gündem olmuş, ardından tekrar fiziksel dünyada bir vaka haline gelmiştir.

Bahsedilen duruma örnek olarak verilen gündem, #Tamam-#Devam Hashtagleri ile paylaşılan tweetlerdir. Bu gündemler öncelikle 8 Mayıs 2018'de yaptığı konuşmada Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın "Şayet bir gün milletimiz 'tamam' derse ancak o zaman biz kenara çekiliriz"⁹ sözlerinin ardından Twitter'da oluşturulmuş ve kısa sürede Türkiye'de gündem olmuştur. Bu durum daha sonra Twitter'da #Tamam hashtag ağı içindeki muhalefet söyleminin ardından #Devam hashtagi ile mevcut iktidarı destekleyen gruplar arasında adeta bir "Gündem Savaşı"na dönüşmüştür. Bu savaş, sayısal olarak en çok tweetin atıldığı hashtag ağının kazandığı bir düzlemde gerçekleşmektedir. Gündem savaşı Twitter'da yayılıp gündem olduktan sonra fiziksel dünyada ana akım medya servisleri tarafından da haber niteliği taşımaya başladı. Özellikle televizyonlarda bu gündeme yer verilmesi bu araştırmanın gündem analizi başlıklandırmalarından "genelden-sanala/sanaldan-genele" sürecinin son aşaması olan sanaldan-genele ifadesinin açıklamasıdır¹⁰.

Gündem analizi başlıklandırmaları için belirlenen 10 kişi ile sınırlandırılmış veri seti iki ayrı hashtag ele alındığından dolayı 5'er tweetle sınırlandırılmıştır. 9 Mayıs 2019

⁹ <https://www.bbc.com/turkce/haberler-turkiye-44049243> Erişim Tarihi: 01.02.2021

¹⁰ Twitter'da #Tamam ve #Devam hashtagleri arasında gündem savaşı yaşanırken Tv'de yayınlanan haber programlarında bu konu işlenmeye başladıktan sonra Halk Tv'de skor tabelasına benzeyen bir Tamam-Devam skoru ekrana yerleştirilmiş, canlı olarak yayınlanmıştır. Erişim Tarihi: 01.02.2022 <https://televizyongazetesi.com/video/tamam-etiketi-devami-ezdi-gecti-turkiye-nereye-8-mayis-2018-2-bolum>.

tarihinde söylemin gerçekleştiği akşam ve sonraki gün boyunca atılan bütün tweetler incelenmiş ve bu yolla veriler elde edilmiştir. #Tamam ve #Devam hashtaglerinin ayrıca ele alınması iki ayrı grubun hashtag ağları içinde karmaşıklığa yol açmaması içindir. Bu gündem ayrıca sosyal medya ve ana akım medyanın mukayesesi açısından önemli olduğundan birçok araştırmaya ve haber içeriğine de konu olmuştur. Fakat genelde niceliksel mukayese üzerinden politik bir söylem inşa etme amacı taşıyan haber yazıları bu gündem ile ilgili çok sayıda içeriğin oluşmasına yol açmıştır. Bu gündemi konu edinen bilimsel temelli çalışmalar da mevcuttur.¹¹

İlerleyen bölümde #DEVAM hashtagi kullanılarak paylaşılmış tweetler gündem analizine tabi tutulacaktır. Böylelikle #TAMAM hashtagine yönelik gündem analizine zemin hazırlanacaktır. Ayrıca #TAMAM hashtagine yönelik açıklama kısmında yer verilen örnek tweet gündem analizi için oldukça önemlidir. Bu tweetin konu edilmesi #TAMAM hashtaginin ağ yapısı içerisindeki düğüm noktalarını (Dijk, 2018, s. 72) belirleme amacı taşımaktadır.

Hashtaglerin ifade ettikleri anlam örüntüleri aynı adı taşıyan başlıkların altında açıklanacaktır. Bununla birlikte gündemin içerik olarak temsil ettiği yapı belirginleşecektir.

Devam

#Devam hashtagi bir karşı gündemdir. #Tamam hashtagine karşı bir reaksiyon verme amacıyla oluşturulmuş ve #Devam hashtagi ağında bu minvalde paylaşımlar yapılmıştır. #Devam hashtaginin temeli basitçe eleştirilen duruma karşı destek vermeye dayanır. Dolayısıyla #Tamam hashtaginin ağ yapısı içinde yer alan kullanıcıların genel olarak muhalif oldukları #Devam hashtaginin ağ yapısı içinde yer alan kullanıcıların da genel olarak mevcut düzeni destekleyici görüşte oldukları varsayılmaktadır. Ayrıca bu ağlar içerisinde ne muhalif ne de destekleyici söylemi yayma amacı taşımayan kullanıcılar da vardır. Fakat ağ yapıları içinde Hashtaglerin genel yapısı bu şekilde görünmektedir.

¹¹ Gümüştü, E. & Murat, N. (2019). ‘Tamam’ ve ‘Devam’ Etiketleriyle Atılan Tweetler ile Cumhuriyet ve Millet İttifakı Grupları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. Bilişim Teknolojileri Dergisi, 12 (4), 287-298. DOI: 10.17671/gazibtd.453272

Twitter Türkiye’de gündem olan bu hashtagin yine gündem olan farklı hashtagle olan bağlantısı, gündem ağları içinde tepkisel veya fikir bildirimi amacıyla atılan tweetlerle sağlanmaktadır. Ağ toplumu kavramıyla düşünüldüğünde iki gündem ağının kesişim noktası yani düğüm noktası tespit edilmiştir. Bu düğüm noktasının bir tarafını #Tamam hashtagini diğer tarafını #Devam hashtagi oluşturmaktadır. İlerleyen bölümde #Devam hashtag ağı içinde paylaşım yapan 5 farklı kullanıcının attığı özgünlüğü test edilmiş, etkileşim oranları belirlenmiş, profil analizleri yapılmış tweetler gündem analizi ölçeklendirmesine tabi tutularak analiz edilecektir.





Şekil 23. C1 Tweeti

C1 kullanıcısının kullanıcı adı ve profil adına bakıldığında nonim kimlik olarak nitelendirilebileceği belirlenmiştir. Tweet içeriğine bakıldığında hashtag kullanımı ile gündemin yayılımına destek olma amacı taşıdığı ve şahsi fikir beyanının politik görüş çerçevesinde sunulduğu görülmektedir. Eleştirel ve öznel bir dil kullanımı, tweetin içeriğinde işaret ve ima edilen konulardan tespit edilebilmektedir.

Twitter Gündem Analizi Ölçeklendirmesi:

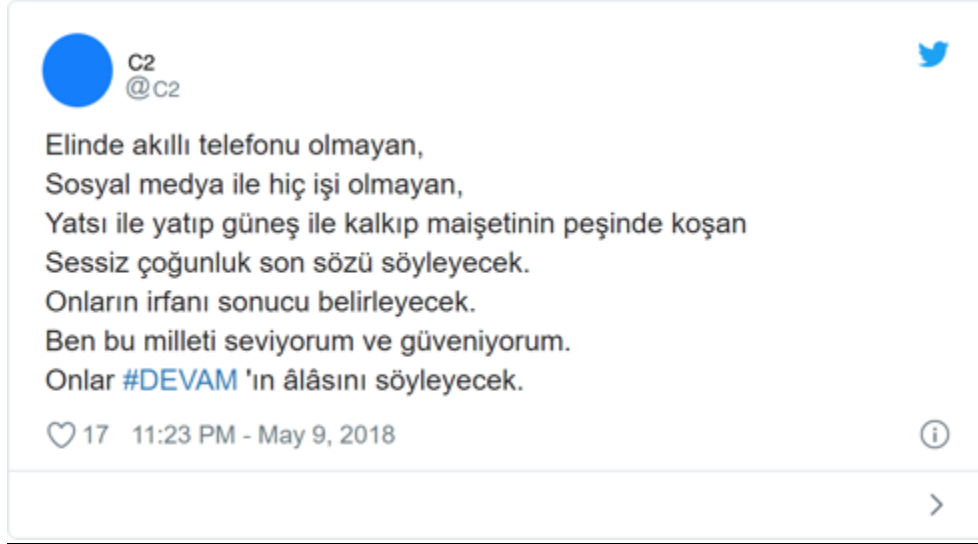
Profil Tipi: Nonim Kimlik.

Hashtag Kullanımı: Gündem içi bildirim.

Enformasyon Kaygısı: Şahsi enformasyonu yayma

Dil Kullanımı: Eleştirel dil kullanımı

Gündem Kullanımı: Politik söyleme dayalı gündem tweeti.



Şekil 24. C2 Tweeti

C2 profilinin kullanıcı adı ve profil adına bakıldığında nonim kimlik olarak sınıflandırılabilceği tespit edilmiştir. Şahsi fikrin politik söylemle birlikte ifade edildiği tweetin içeriği incelendiğinde hashtag kullanılarak etkileşimin hedeflendiği ve tweet içerisinde hashtag kullanımı ile ifade edilen gündemin yayılımına destek verildiği görülmektedir. İfade biçimi ve kullanılan dil ele alındığında tweetin hitap ettiği topluluğun tasvir edildiği ve C2 profilinin bu tweetin etkileşim vereceği kitleyi olumladığı çıkarımı yapılabilir.

Twitter Gündem Analizi Ölçeklendirmesi:

Profil Tipi: Nonim Kimlik.

Hashtag Kullanımı: Gündem içi bildirim.

Enformasyon Kaygısı: Enformasyon kaygısı yok.

Dil Kullanımı: Betimleyici dil kullanımı.

Gündem Kullanımı: Hashtag kullanımlı gündem desteği tweeti.



Şekil 25. C3 Tweeti

C3 kullanıcısının kullanıcı adı ve profil adına bakıldığında nonim kimlik olduğu belirlenmiştir. Ele alınan tweetin içeriği incelendiğinde hashtag kullanımı ile gündeme destek verme amacı görülebilmektedir. Bu destek aynı zamanda gündemin içeriğine dair bir görüş veya fikir bildirimi yapılmaksızın paylaşım yapılmasından anlaşılabılır. Kullanılan gündelik dil ve emoji kullanımı öznel bir Twitter kullanımını işaret etmektedir. Hashtagin “devam” kelimesinin anlamına yönelik bir kullanım ile gündemin dışında bir kullanım olduğu varsayılabilir. Fakat tweet içeriğindeki “siyasetçi” kelimesi “devam” hashtaginin içinde bulunduğu anlam ağının siyaset ile olan ilgisi, bu tweetin #DEVAM hashtagi ile ilgili gündemi işaret ettiği savını güçlenmektedir.

Twitter Gündem Analizi Ölçeklendirmesi:

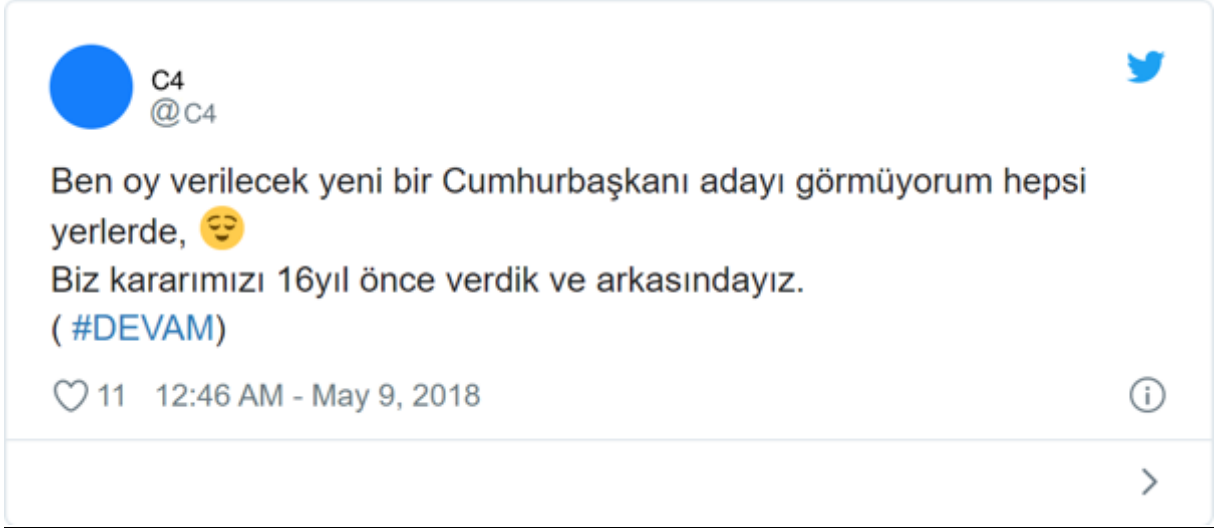
Profil Tipi: Nonim Kimlik.

Hashtag Kullanımı: Gündem içi bildirim.

Enformasyon Kaygısı: Enformasyon kaygısı yok.

Dil Kullanımı: Öznel ve gündelik dil kullanımı.

Gündem Kullanımı: Hashtag kullanımlı gündem desteği tweeti.



Şekil 26. C4 Tweeti

C4 kullanıcısının kullanıcı adı ve profil adı incelendiğinde nonim kimlik olarak nitelendirilebileceği tespit edilmiştir. Tweetin içeriği analiz edildiğinde hashtagin parantez içinde vurgulanması ve gündem olan #DEVAM hashtagi üzerinde şahsi görüşün beyan edilmesi bu gündem üzerinden yayılan enformasyon ağı içerisinde bu tweet üzerinden verilen destek göze çarpmaktadır. C4 kullanıcısının tweet içerisinde öznel bir dil kullandığı görülmektedir.

Twitter Gündem Analizi Ölçeklendirmesi:

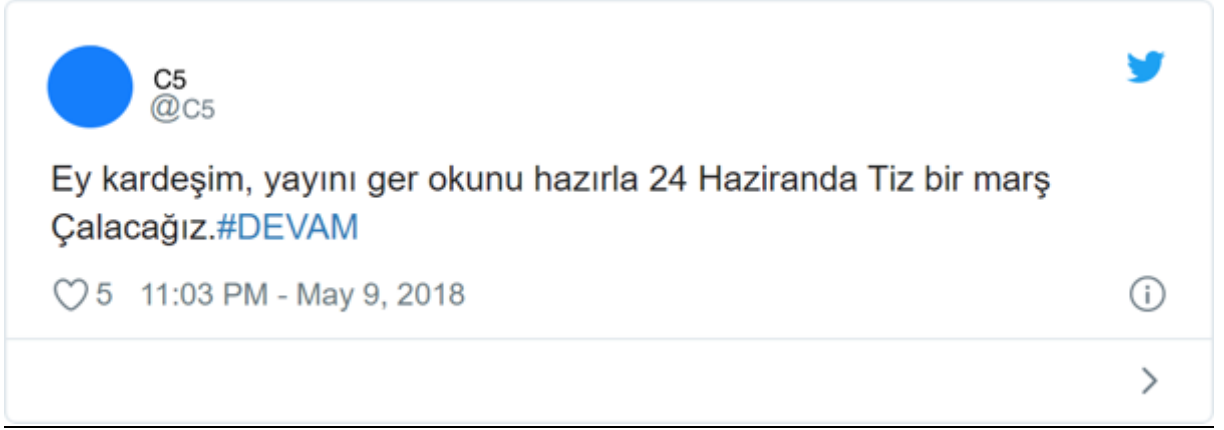
Profil Tipi: Nonim Kimlik.

Hashtag Kullanımı: Gündem içi bildirim.

Enformasyon Kaygısı: Enformasyon kaygısı yok.

Dil Kullanımı: Öznel ve gündelik dil kullanımı.

Gündem Kullanımı: Hashtag kullanımlı gündem desteği tweeti.



Şekil 27. C5 Tweeti

C5 profilinin kullanıcı adı ve profil adı incelendiğinde nonim kimlik olarak nitelendirebileceği görülmüştür. Atılan tweet incelendiğinde gündem içi tweet bildirimi amacı taşıyan bir tweet olduğu açıktır. Ayrıca sloganik ifadeler (“Ey”, “çalacağız”) #DEVAM hashtaginin politik yönünü ifade etmektedir. Çoğul, sloganik ve öznel bir dil kullanımı tweetin içeriği incelendiğinde görülebilir.

Tweetin içeriğinde #DEVAM hashtaginin ve ifade ettiği gündemin anlamına yönelik bir enformasyon kaygısına ve gündeme dair şahsi yoruma rastlanmamıştır. Dolayısıyla bu tweetin #DEVAM hashtaginin sayıca çoğalmasına yönelik, sadece hashtagin yayılımına destek vermek amacı taşıdığı söylenebilir.

Twitter Gündem Analizi Ölçeklendirmesi:

Profil Tipi: Nonim Kimlik.

Hashtag Kullanımı: Gündem içi tweet bildirimi.

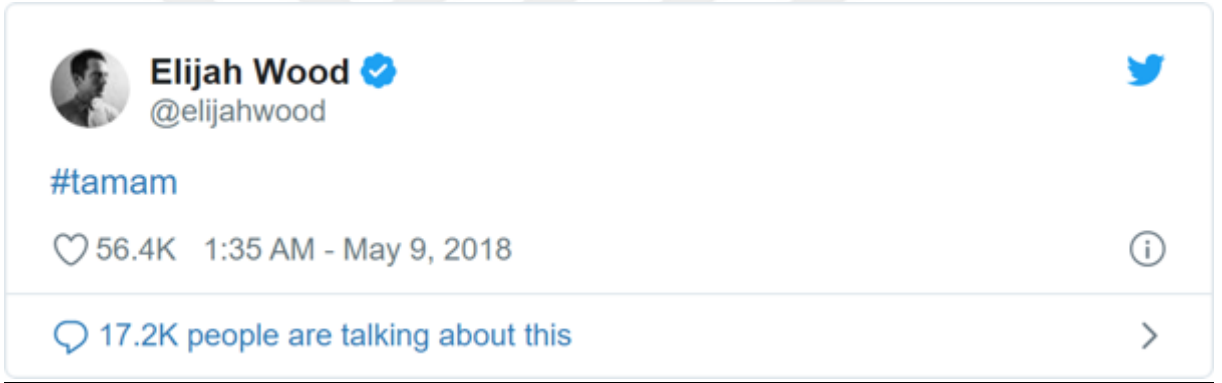
Enformasyon Kaygısı: Enformasyon kaygısı yok.

Dil Kullanımı: Genelleyici, öznel ve sloganik dil kullanımı.

Gündem Kullanımı: Hashtag kullanımlı gündem desteği tweeti.

Tamam

#TAMAM hashtagi fiziksel dünyada gündem olan politik bir söyleme reaksiyon verme amacıyla ortaya çıkmıştır. Dolayısıyla bu hashtag eleştirel bir söylemi işaret eden tweetler için bir anahtar vazifesi görmektedir. Bunun sonucunda aynı eleştirel söylemi kabul eden kullanıcıların bir ağ toplumu yapısı göstermiş olduğu gözlemlenebilmiştir. Ağlar arası enformasyon geçişi ve gündem yayılımı etkin Twitter kullanıcıları tarafından da desteklenmiş, ağ genişlemiştir. Aslında bu gündem Türkiye özelinde ve Türkiye'nin politik bir meselesini içermektedir. Fakat örnek tweetten görüldüğü üzere bir Hollywood aktörü olan Elijah Wood'un bu hashtage destek verdiği görülmektedir. Bununla birlikte yerel ölçekte oluşmuş bir hashtag ağı küresel ölçeğe uzanarak yapısal bir genişleme göstermiştir. Bu ağ içerisinde paylaşım yapan kullanıcılar arasında oluşan toplumsal yapı Twitter Toplumu olarak ifade edilebilecek bu yapıyı ortaya çıkarmıştır.



Şekil 28. #Tamam Hashtagi Kullanılarak Atılmış Örnek Tweet

Türkiye ölçeğinde paylaşım yapan muhalif olarak genelleştirilebilecek olan Twitter kullanıcıları #Tamam hashtagi ağında tepkilerini, söylemlerini, fikirlerini ve enformasyon üretimlerini gerçekleştirmiştir. Bu hashtag kullanılarak atılmış olan tweetler arasından birbirinden bağımsız, özgünlüğü test edilmiş, etkileşim oranları incelenmiş ve profil analizleri yapılmış olan 5 kullanıcının attığı tweetler Gündem Analizi ölçeklendirmesine tabi tutulacaktır.



Şekil 29. C6 Tweeti

C6 profilinin kullanıcı adı ve profil adına bakıldığında yarı-anonim kimlik olarak adlandırılabilceği tespit edilmiştir. Tweetin içeriğine bakıldığında didaktik bir söylem oluşturularak #tamam hashtagi ile gündemin ilerlemesine destek verme amacının olduğu söylenebilmektedir. Şahsi fikir bildirimi bu didaktik dil ile birleştiğinde gündemin içerisinde bir enformasyon yayılımının da söz konusu olabileceği önemli bir noktadır. Enformasyon yayılımı #tamam hashtagi ile kurulan ağlar arasında gözlemlenebilir bir düğüm noktası olarak bu tweetin içeriğinden çıkarsanabilmektedir.

Twitter Gündem Analizi Ölçeklendirmesi:

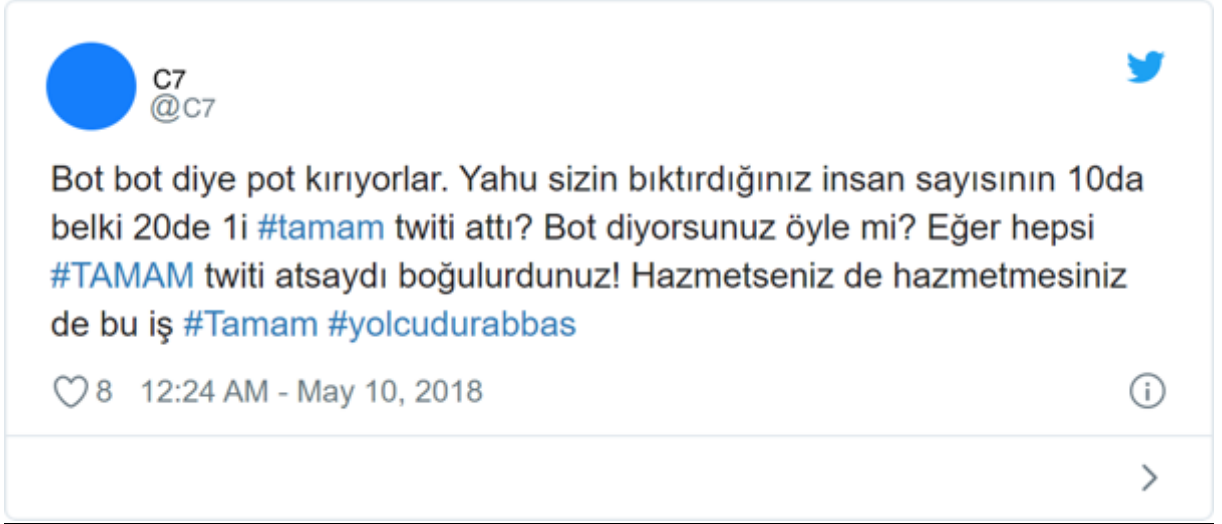
Profil Tipi: Yarı-Anonim Kimlik.

Hashtag Kullanımı: Gündem içi bildirim.

Enformasyon Kaygısı: Tanımlayıcı fikir bildirimli enformasyon üretimi.

Dil Kullanımı: Didaktik dil kullanımı.

Gündem Kullanımı: Hashtag kullanımlı gündem desteği tweeti.



Şekil 30. C7 Tweeti

C7 profili için kullanıcı adı ve profil adı incelendiğinde nonim kimlik olarak nitelendirilebileceği görülmektedir. Tweet içeriği analiz edildiğinde gündelik ve eleştirel bir dil kullanıldığı tespit edilmiştir. C7 profilinin paylaşımında ilave hashtag kullanımlarının #TAMAM hashtaginin ağı içerisindeki yayılımın gözetildiği ve bu ağın genişlemesinin amaçlandığı söylenebilmektedir. Hashtag müdafaası olarak nitelendirilebilecek olan tweet politik söylemi ilave hashtag olan “#yolcudurabbas” ifadesi ile belirtmektedir. Tweetin içeriğinde ayrıca şahsi fikir beyanı ve enformasyon kaygılı açıklayıcı gündem kullanımı da önemli göstergelerdir.

Twitter Gündem Analizi Ölçeklendirmesi:

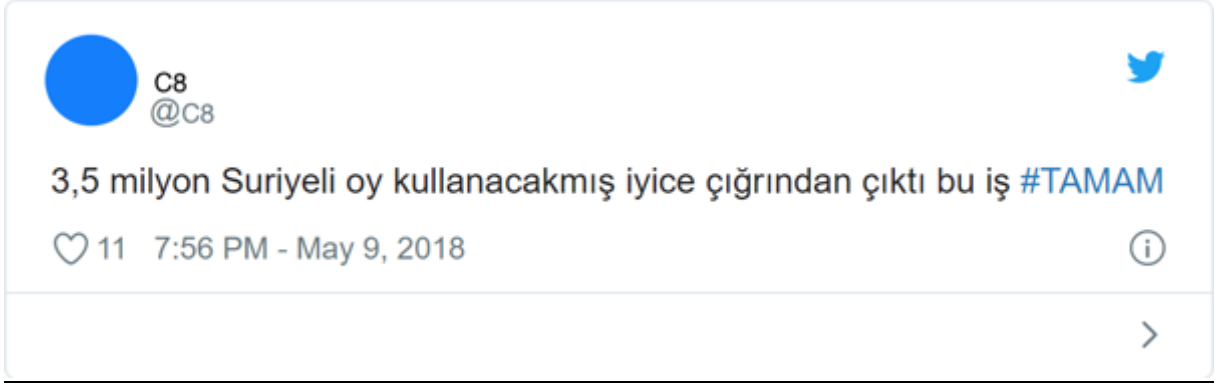
Profil Tipi: Nonim Kimlik.

Hashtag Kullanımı: İlave Hashtag kullanımı.

Enformasyon Kaygısı: Açıklayıcı enformasyon kaygısı.

Dil Kullanımı: Öznel, Gündelik ve Eleştirel dil kullanımı.

Gündem Kullanımı: Hashtag kullanımlı, politik söylem içeren gündem desteği tweeti.



Şekil 31. C8 Tweeti

C8 profilinin kullanıcı adı ve profil adı incelendiğinde yarı-anonim kimlik olduğu belirlenmiştir. Tweet içeriği incelendiğinde #TAMAM hashtag ağı içerisinde yayılması amaçlanan enformasyon kaygısı tespit edilmiştir. Şahsi yorum bildirimli bu tweetin hedeflediği grup için etkileşim endişesi taşıdığı gözlemlenebilir. Bu durum, teyit edilmemiş bir bilginin #TAMAM hashtaginin ağı içerisinde diğer kullanıcılar tarafından paylaşılmasını ve gündem içerisinde yayılmasını kolaylaştırmak için tweetin kısa tutulmasından anlaşılabılır. Eleştirel gündemler arası kurulan bağlantıyla, “mülteci sorunu” başlığıyla özetlenebilecek gündem ile #TAMAM hashtagini birleştirerek tweete yönelik etkileşimin güçlendirilmesinin amaçlandığı söylenebilir.

Twitter Gündem Analizi Ölçeklendirmesi:

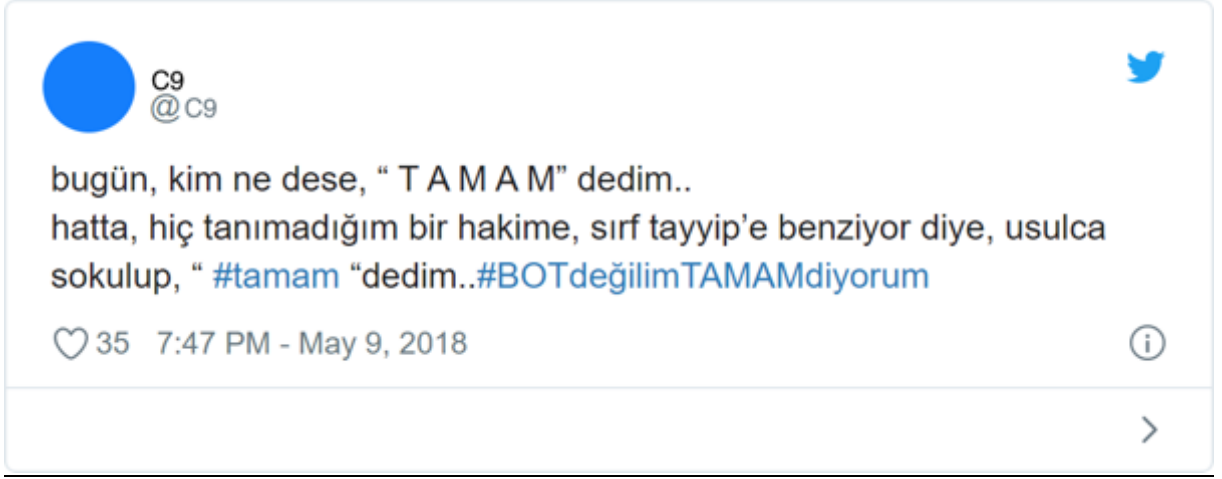
Profil Tipi: Yarı-Anonim Kimlik.

Hashtag Kullanımı: Gündem içi bildirim.

Enformasyon Kaygısı: Yanlış enformasyon yayılımı.

Dil Kullanımı: Öznel dil kullanımı.

Gündem Kullanımı: Hashtag kullanımlı, etkileşim amaçlı gündem desteği tweeti.



Şekil 32. C9 Tweeti

C9 profili için kullanıcı adı ve profil adı incelendiğinde nonim kimlik olduğu belirlenmiştir. Tweet içeriği analiz edildiğinde özne ve mizahi bir dil kullanımının yanında ilave hashtag kullanımları da tespit edilmiştir. #TAMAM hashtaginin temsil ettiği gündeme yönelik mizahi bir tutumun kullanıldığı tweette eleştiri odaklı bir içerik oluşturulduğu gözlemlenmektedir. Biçimsel olarak incelendiğinde C9 profilinin paylaştığı tweetin “T A M A M” ifadesiyle harf ve boşluk kullanarak oluşturulan söylemi içermesi #TAMAM hashtag ağının iletişim kanallarını hedeflediği söylenebilir. #BOTdeğilimTAMAMdiyorum ilave hashtagi ile desteklenen tweetin hashtag yayılımına odaklandığı açıktır.

Twitter Gündem Analizi Ölçeklendirmesi:

Profil Tipi: Nonim Kimlik.

Hashtag Kullanımı: İlave Hashtag kullanımı.

Enformasyon Kaygısı: Enformasyon kaygısı yok.

Dil Kullanımı: Öznel ve Mizahi dil kullanımı.

Gündem Kullanımı: Hashtag kullanımlı, etkileşim amaçlı gündem desteği tweeti.



Şekil 33. C10 Tweeti

C10 profilinin kullanıcı adı ve profil adı incelendiğinde nonim kimlik olduğu belirlenmiştir. Tweet içeriği analiz edildiğinde öznel ve gündelik bir dil kullanımı tespit edilmiştir. Eleştirel ve yargılayıcı bir tutuma sahip olan tweetten, hashtag üzerinden oluşturulan politik söylem “öteki” üzerinden kurulmaktadır. Öteki kavramının kullanılmasının sebebi, tweetteki “biz” ifadesinin bir ötekiyi çağırması ve bu ötekiyi doğrudan hedef alarak eleştirmesi olarak açıklanabilir. Dolayısıyla C10 profilinin #TAMAM hashtagine destek verdiği ve kendini bu gündem içerisinde oluşan politik söylem içerisinde konumlandığı gözlemlenebilir. #TAMAM hashtagi ile oluşan ağ yapısının genişlemesi amacını taşıyan bu tweet içerisinde ayrıca “dev*am” ifadesinin şifreli bir formda kullanılması #DEVAM hashtagi ile oluşturulmuş karşıt gündemde yer almamaya özen gösterilmesini belirtmektedir.

Twitter Gündem Analizi Ölçeklendirmesi:

Profil Tipi: Nonim Kimlik.

Hashtag Kullanımı: Gündem içi bildirim.

Enformasyon Kaygısı: Enformasyon kaygısı yok.

Dil Kullanımı: Öznel, Gündelik ve Eleştirel dil kullanımı.

Gündem Kullanımı: Hashtag kullanımlı, eleştirel, gündem desteği tweeti.

3.3.1.2.2. Somuttan Soyuta, Soyuttan Somuta: #Metoo

“Me too” hareketi, Twitter’da 17 Ekim 2017 tarihinde Şekil 1’de görülen tweetin kullanıcısı tarafından başlatılmış, zamanla dünyadaki kadın hakları aktivistleri ve kadın hareketleri tarafından destek görmeye ve büyümeye başlamıştır. Bu hareketin ilksel köklerine bakılacak olursa 2006 tarihinde yine bir internet mecrası olan MySpace’te yer alan bir tabir olarak popülerleşmiştir. Dolayısıyla kadın hakları ve cinsiyet eşitsizliği, taciz, tecavüz gibi mefhumların kamuoyunda dikkat çekme ve farkındalık oluşturma amacıyla yayılması *MeToo* hareketinin yapısını oluşturmaktadır. Kısaca MeToo: “Farkındalık oluşturduğumuz bu kötü durum benim de başıma geldi” demektir. Böylelikle bu kötü durumlara maruz kalmış kadınlar sayıca artış göstererek bu hareketin içinde birleşmişlerdir. Aynı zamanda MeToo bir “Anahtar Gündem” haline gelerek, özellikle Twitter’da bu türden içeriklerde “MeToo” ifadesinin paylaşımına eklenmesi bu hareketin her bir durum paylaşımı sonrası yeniden gündem olmasına olanak tanımaktadır.



Şekil 34. Metoo hareketinin Sosyal Medya'daki ilk söylemi

Bu çalışmada örnek olay olarak bir intihar vakası ele alınmıştır. Twitter’da 11.12.2020’de @LeylaSalinger kullanıcı adıyla atılan tweet sonrasında #Metoo hashtagi ile bir “sosyal medya linç” meydana gelmiştir. Bu tweet İ. Çolak adlı kişinin bir kadını taciz ettiğine yönelik bir iddia içermektedir. Bunun üzerine bahse konu olan kişi intihar etmiştir. Yaşanan bu olay özellikle sosyal medyada meydana gelen bir olayın, gerçek hayattaki yansımalarının oldukça kuvvetli olmasına yol açmıştır. Bu araştırma için de Sanal Dünya’da gerçekleşip Fiziksel Dünya’ya temas eden bir duruma örnek teşkil etmesinden dolayı oldukça önemlidir. Bu bölümde intihar vakasının yaşandığı tarihte atılan “MeToo” hashtaginin kullanıldığı tweetler analiz edilecektir.



Şekil 35. D1 Tweeti

D1 profilinin kullanıcı adı ve profil adı incelendiğinde yarı-anonim kimlik olarak nitelendirilebileceği tespit edilmiştir. Tweet içeriği analiz edildiğinde kullanıcı, tecrübesi temelinde bir örnek olay üzerinden #MeToo hashtag gündeminin üst gündemi olan “Kadın Hakları” konusuna dair fikir bildiriminde bulunduğu görülmektedir. Sloganik ifadelerle desteklenen tweet, kullanıcısının paylaşım yaparken hedeflediği kitlenin ağırları içinde bir enformasyon yayılımını hedeflemektedir. Kelime seçimlerine bakıldığında ben-öteki yaklaşımı ile eleştirel söylemin yayılması amacı kendini göstermektedir. Söylemde fark edilen sloganik ifade sokak protestolarında karşılaşılabilecek bir durumu anımsatmaktadır. Gündem-üstü-gündem paylaşımly yapı bu tweet özelinde belirlenmiştir.

Twitter Gündem Analizi Ölçeklendirmesi:

Profil Tipi: Yarı-Anonim Kimlik.

Hashtag Kullanımı: Gündem içi tweet bildirimi.

Enformasyon Kaygısı: Örnek olay destekli, fikir bildirimli enformasyon üretimi.

Dil Kullanımı: Sloganik dil kullanımı.

Gündem Kullanımı: Hashtag kullanımlı, protesto söylemi içeren, gündem-üstü-gündem tweeti.



Şekil 36. D2 Tweeti

D2 profilinin kullanıcı adı ve profil adı incelendiğinde yarı-anonim kimlik olarak isimlendirilebileceği tespit edilmiştir. Tweetin içeriği analiz edildiğinde öznel bir dil kullanıldığı ve bir grup adına fikir bildirimi yapıldığı görülmektedir. Gündem içi #MeToo hashtagi ile desteklense de bu tweette gündem-üstü-gündem üzerine bir enformasyon yayılımı söz konusudur. Bu durum gündemin konusu olan durum ile ilgili enformasyon üretiminin amaçlandığını da göstermektedir. D2 profilinin paylaştığı tweet ile mensubu olduğu toplumsal ağın içerisinde yayılmasını hedeflese de hashtag kullanarak tüm ağlar arası iletişim kanallarını etkilemeyi hedeflemektedir.

Twitter Gündem Analizi Ölçeklendirmesi:

Profil Tipi: Yarı-Anonim Kimlik.

Hashtag Kullanımı: Gündem içi bildirim.

Enformasyon Kaygısı: Enformasyon üretimi odaklı tepkisel fikir bildirimi.

Dil Kullanımı: Öznel ve eleştirel dil kullanımı.

Gündem Kullanımı: Hashtag kullanımlı, politik söylem içeren gündem-üstü-gündem tweeti.



Şekil 37. D3 Tweeti

D3 profilinin kullanıcı adı ve profil adı incelendiğinde anonim kimlik olduğu tespit edilmiştir. Tweet içeriği analiz edildiğinde özne bir dil kullanıldığı ve eleştirel tepki söylemine dayalı fikir bildirimi tweeti olduğu tespit edilmiştir. D3 kullanıcısının hashtag kullanımında #MeToo hashtag ağı içerisinde gerçekleşen protestoya destek vermeyi amaçladığı belirlenebilmektedir. Bağlantılı olarak bu tweet hashtag gündemi ile alakalı ve bu gündem ile ilgili D3 profilinin şahsi fikir beyanını içermektedir. Tweetin içeriğinde hitap edilen kitle #MeToo hashtag ağının mensuplarıdır ve tweet bu grup için bir enformasyon üretimi kaygısı taşımaktadır.

Twitter Gündem Analizi Ölçeklendirmesi:

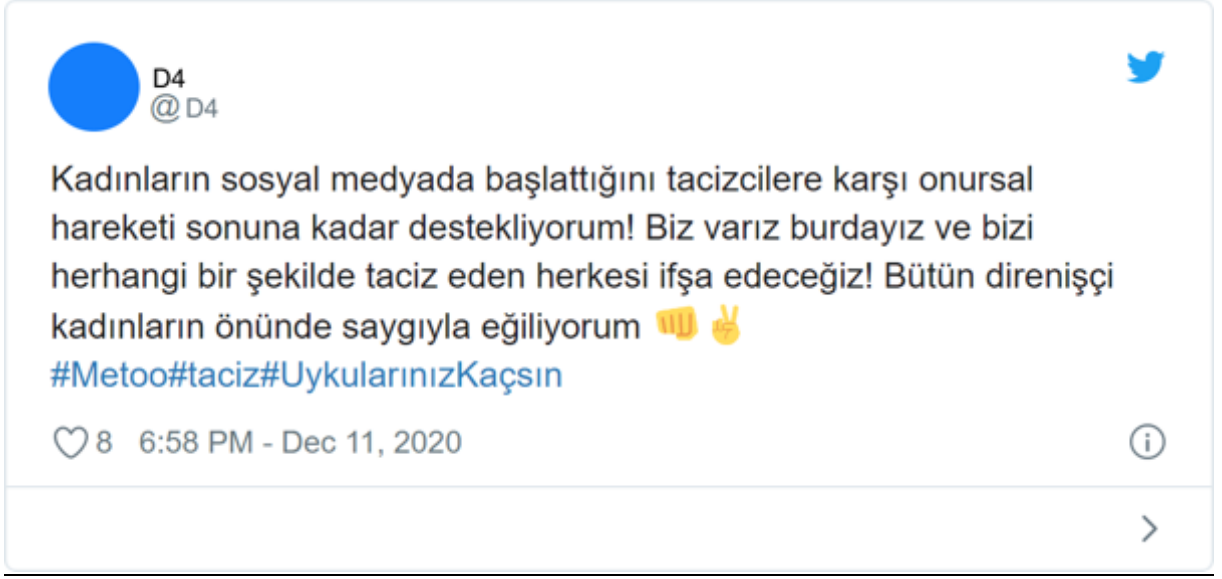
Profil Tipi: Anonim Kimlik.

Hashtag Kullanımı: Gündem içi bildirim.

Enformasyon Kaygısı: Endişe bildirimli enformasyon kaygısı.

Dil Kullanımı: Özne ve sloganik dil kullanımı.

Gündem Kullanımı: Hashtag kullanımlı gündem desteği tweeti.



Şekil 38. D4 Tweeti

D4 profilinin kullanıcı adı ve profil adı incelendiğinde nonim kimlik olduğu tespit edilmiştir. Tweet içeriği analiz edildiğinde öznel ve sloganik bir dil kullanımı tespit edilmiştir. Şahsi fikir bildiriminin yanında D4 kullanıcısının paylaştığı tweet #MeToo hashtag ağı içerisindeki iletişim kanalına hitap etmektedir. Ayrıca kullanılan “biz” ifadesi hitap ettiği grubun içinden kolektif bir hareketi işaret edebilir. Bu kolektif hareket #MeToo hashtag ağı içerisinde gösterilen politik tutumu da beraberinde getirmektedir. İlave hashtagler #UykularınızKaçsın ve #taciz ifadeleri #MeToo gündem ağında paylaşılan intihar vakası gündemini güçlendirme işlevi taşımaktadır.

Twitter Gündem Analizi Ölçeklendirmesi:

Profil Tipi: Nonim Kimlik.

Hashtag Kullanımı: İlave Hashtag kullanımı.

Enformasyon Kaygısı: Enformasyon kaygısı yok.

Dil Kullanımı: Öznel ve Sloganik dil kullanımı.

Gündem Kullanımı: Hashtag kullanımlı, politik söyleme dayalı gündem desteği tweeti.



Şekil 39. D5 Tweeti

D5 kullanıcısının kullanıcı adı ve profil adı incelendiğinde nonim kimlik olduğu saptanmıştır. Tweet içeriği analiz edildiğinde, D5 kullanıcısının örnek olay üzerinden tecrübe aktarımıyla #MeToo hashtag ağını kullandığı tespit edilmiştir. Tweette öznel ve eleştirel bir dil kullanılarak #MeToo hashtaginin ağı içerisinde paylaşılan içeriklere destek verildiği görülmektedir. Şahsi fikir beyanının ötesinde tecrübe aktarımı ve örnek olay üzerinden paylaşımının kişisel tecrübe kaynaklı enformasyon üretimini açığa çıkarmaktadır.

Twitter Gündem Analizi Ölçeklendirmesi:

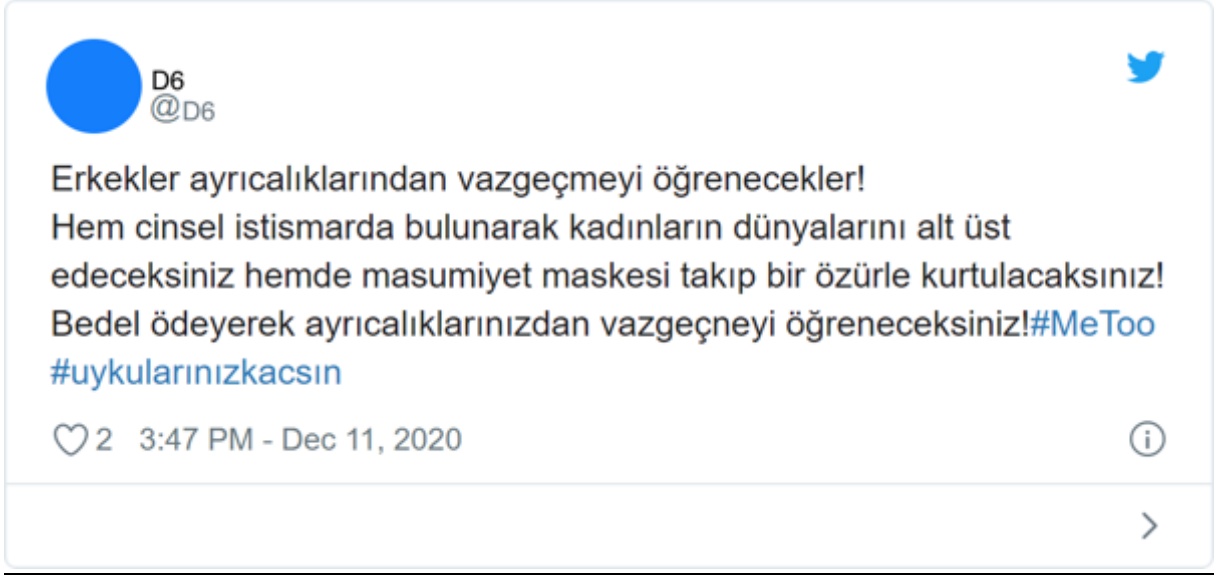
Profil Tipi: Nonim Kimlik.

Hashtag Kullanımı: Gündem içi bildirim.

Enformasyon Kaygısı: Kişisel tecrübe kaynaklı enformasyon üretimi.

Dil Kullanımı: Öznel ve Eleştirel dil kullanımı.

Gündem Kullanımı: Hashtag kullanımlı gündem tweeti.



Şekil 40. D6 Tweeti

D6 kullanıcısının kullanıcı adı ve profil adı incelendiğinde nonim kimlik olduğu tespit edilmiştir. Tweet içeriği analiz edildiğinde öznел, eleştirel ve sloganik bir dil kullanımı tespit edilmiştir. Ayrıca sloganik ifadelerle birlikte hashtag kullanımıyla bu tweetin #MeToo hashtag ağı içerisinde gündeme destek verdiği görülmektedir. İlave hashtag kullanımı olarak #uykularınızkaçsın ifadesinin yer alması #MeToo hashtag gündemini güçlendirme amacı taşımaktadır.

Twitter Gündem Analizi Ölçeklendirmesi:

Profil Tipi: Nonim Kimlik.

Hashtag Kullanımı: İlave Hashtag kullanımı.

Enformasyon Kaygısı: Enformasyon kaygısı yok.

Dil Kullanımı: Öznел, Eleştirel ve Sloganik dil kullanımı.

Gündem Kullanımı: Hashtag kullanımlı gündem desteği tweeti.



Şekil 41. D7 Tweeti

D7 kullanıcısının kullanıcı adı ve profil adı incelendiğinde nonim kimlik olarak nitelendirilebileceği anlaşılmıştır. Tweetin içeriğine bakıldığında eleştirel ve yargılayıcı bir dil kullanımının yanında, şahsi fikir bildirimi ile #Metoo hashtag gündeminin ağı içerisinde bir enformasyon üretiminin amaçlandığı tespit edilmiştir. İlave hashtag kullanımının görüldüğü tweette #yanınızdayız ifadesinin #MeToo gündemine destek verme amacı taşıdığı görülebilir. D7 kullanıcısının kendisini konumlandığı grup adına fikir beyan etmesi #MeToo hashtag ağındaki toplumsal yapıyı fark edilebilir kılmaktadır.

Twitter Gündem Analizi Ölçeklendirmesi:

Profil Tipi: Nonim Kimlik.

Hashtag Kullanımı: İlave Hashtag kullanımı.

Enformasyon Kaygısı: Hashtag ağı içi enformasyon üretimi.

Dil Kullanımı: Öznel ve Eleştirel dil kullanımı.

Gündem Kullanımı: Hashtag kullanımlı, eleştirel gündem tweeti.



Şekil 42. D8 Tweeti

D8 kullanıcısının kullanıcı adı ve profil adı incelendiğinde anonim kimlik olarak nitelendirilebileceği tespit edilmiştir. Tweetin içeriği analiz edildiğinde öznel ve eleştirel bir dil kullanımının yanında #İşveAş ilave Hashtagini kullanılarak gündem-içi-gündem oluşturma amacı tespit edilmiştir. Ayrıca #MeToo hashtagine ilave olarak “#uykularınızkaçsın” hashtaginın eklenmesi D8 kullanıcısının paylaştığı tweetle hem gündem yayılımına destek olmayı hem de şahsi fikir beyanını hedeflediği söylenebilir. Gündemi oluşturan intihar vakasını başka bir gündemin konusu olan intihar vakası ile kıyaslayan D8 kullanıcısı #İşveAş hashtagi ile açıkladığı olayın daha önemli olduğunu vurgulamaktadır. Bu mukayese ile D8 kullanıcısının ele aldığı örnek vakayı bir enformasyon olarak paylaştığını düşünmek olasıdır.

Twitter Gündem Analizi Ölçeklendirmesi:

Profil Tipi: Anonim Kimlik.

Hashtag Kullanımı: İlave Hashtag kullanımı.

Enformasyon Kaygısı: Enformasyon yayılımı.

Dil Kullanımı: Öznel ve Eleştirel dil kullanımı

Gündem Kullanımı: Hashtag kullanımlı gündem-içi-gündem oluşturma tweeti.



Şekil 43. D9 Tweeti

D9 kullanıcısının kullanıcı adı ve profil adı incelendiğinde yarı-anonim kimlik olarak nitelendirilebileceği belirlenmiştir. Tweetin içeriği analiz edildiğinde öznel bir dil kullanıldığı aynı zamanda yargılayıcı şahsi fikir beyanı tespit edilmiştir. #MeToo hashtaginin ağı kullanılarak şahsi fikir beyanı üzerinden gündem hashtagine destek verildiği görülmüştür.

Twitter Gündem Analizi Ölçeklendirmesi:

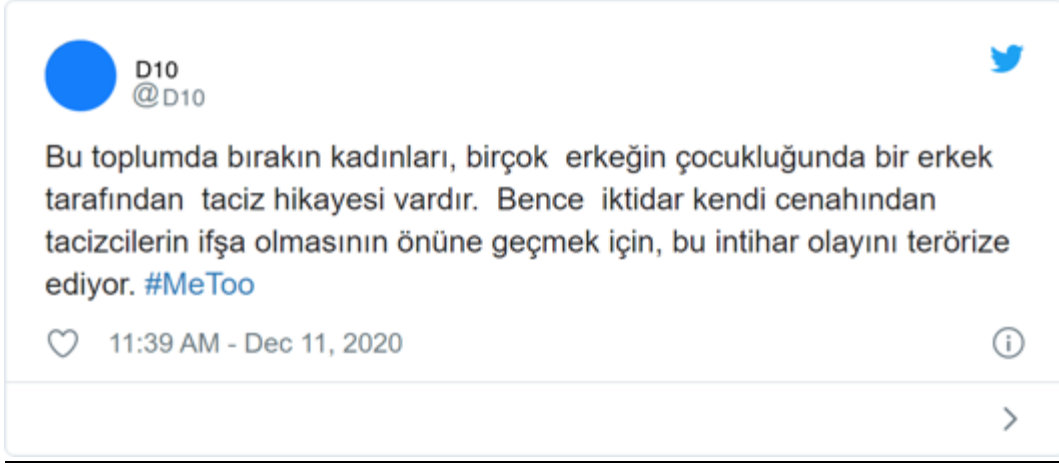
Profil Tipi: Yarı-Anonim Kimlik.

Hashtag Kullanımı: Gündem içi bildirim.

Enformasyon Kaygısı: Enformasyon kaygısı yok.

Dil Kullanımı: Öznel dil kullanımı.

Gündem Kullanımı: Hashtag kullanımlı gündem desteği tweeti.



Şekil 44. D10 Tweeti

D10 kullanıcısının kullanıcı adı ve profil adı incelendiğinde anonim kimlik olarak değerlendirilmiştir. Tweet içeriği analiz edildiğinde D10 kullanıcısı tanımlayıcı ve açıklayıcı bir üslup kullanılarak şahsi fikir bildiriminde bulunmaktadır. Ayrıca eleştirel bir dil kullanarak hashtag gündemi üzerinden enformasyon yayma kaygısı taşımaktadır. Buna ek olarak gündemi belirleyen intihar olayının üzerine fikir bildirirken farklı bir yorumla eleştiri getirirken enformasyon üretimini amaçladığı söylenebilir. Bunun sebebi gündem içi tweet bildiren tweetlerde gerçekleşen fikir bildirimlerinde genellikle enformasyon üretimi yaygın olarak görülmektedir. D10 kullanıcısının tweetinde göze çarpan politik söyleme dayalı eleştirel ifadeler gündem yayılımı için o fikri paylaşan diğer kullanıcıların oluşturduğu ağları hedeflemektedir. Bu durum hashtag kullanımı ile gündemin tamamı hedeflense de enformasyon kaygısı bahsi geçen ağları harekete geçirme konusunu destekler niteliktedir.

Twitter Gündem Analizi Ölçeklendirmesi:

Profil Tipi: Anonim Kimlik.

Hashtag Kullanımı: Gündem içi tweet bildirimi.

Enformasyon Kaygısı: Eleştiri bildirimli enformasyon üretimi.

Dil Kullanımı: Eleştirel ve öznel dil kullanımı.

Gündem Kullanımı: Hashtag kullanımlı, politik söylem içeren gündem-üstü-gündem tweeti.

3.2.2. Twitter Profil Analizi

Twitter profilleri sosyal medya toplumunda kişilerin kişiliklerini ve varlıkları inşa edebildikleri bir mekandır. Bu mekanlar o profili kullananın kendi istek ve tercihleri ile şekillenmiştir. Bu profiller ziyaretçilerine kendisi ile ilgili bilgiler sağlar. Ziyaretçiler bu bilgileri ve göstergeleri kullanarak bir çıkarım yaparlar ve o profil hakkında bir fikir edinirler.

Araştırmada Profil Analizi bölümüne gelene kadarki süreç Twitter toplumunun incelenmesi için oluşturulmuş lineer bir yöntemin oluşmasını sağlar. Belirlenmiş olan süreç birbirini tamamlayarak ilerler. İlksel problem olan Twitter toplumunun sosyolojisi için gündem analizi ve o gündemlerin belirlenmesi incelenecek ve analiz edilecek Twitter profillerine ulaşmak için planlanmış bir stratejinin ürünüdür. Bu strateji Twitter profillerinin görünürlüğü için önemlidir. Bu görünürlük halihazırda var olan bir görünmezliği içinde barındırır. Çünkü fiziksel toplumun aksine Twitter toplumunun fiziksel bir bedeni yoktur. Tek tekler toplanarak bir bütün oluşturmaz. Bu bütün rakamsal olarak kâğıt üstünde yer alan istatistiklerden ibarettir. Twitter toplumu varlığını bildiğimiz fakat gözle göremediğimiz ve elle tutamadığımız bir yapıdadır. Bu yapının çözülmesi araştırmaların katılımcılarının da görünür olması ile mümkün hale gelir.

Çünkü Twitter sosyolojisi yapmak amacıyla bir araştırma yapan kişi inceleyeceği profillerin aynı zamanda bir ziyaretçisi ve hatta takipçisi olmalıdır. Belli başlı dinamiklere hâkim olmalı ve değişkenleri saptamada göstergeleri okumada deneyim sahibi olmalıdır. Twitter araştırmacısı da Twitter toplumunun bir üyesi olmak zorundadır.

Twitter profili analizinde, araştırma bulgusu olarak yararlı olacak göstergeler veriler toplanırken belirlenmiştir. Bu göstergeler aynı zamanda tweetlerin belirlenme aşaması olan gündem analizini de değiştirebilmektedir. Örneğin gündem analizinde yararlı bulunmuş bir tweet, o tweeti atan kişinin 100 takipçiden ve 1000 tweetten az bir profile sahip olması araştırma için örnek olamayacağı anlamına gelmektedir.

Profil analizi için veri toplarken R-Studio programında “get_timeline” komutu ile en son atılan 1000 tweet veri olarak çekilmektedir. Daha sonra çekilen tweetler sadece metne dönüştürülerek gereksiz ifadelerden temizlenmiştir. Temizlenen veri daha sonra tek tek kelimelere ayrılarak en çok kullanılan kelimeden en az kullanılan kelimeye göre sıralanmıştır. Sıralanan kelimelerin içinden Türkçede sık kullanılan ama anlamlı olmayan

kelimeleri otomatik olarak ayıklayan “stopwords” kütüphanesinin Türkçe dil paketi kullanılmıştır. Bu paketin kapsamı çok geniş olmadığından ilk 200 kelime okunarak anlamlı olmayan kelimeler manuel olarak temizlenmiştir. Seçilen kelimelerin 100-130 kelime sınırında olması uygulama hedefi olan kelime bulutu oluşturmada daha verimli sonuç almak için elzemdir. Bu sebeple temizlenen verilerden ilk 100 kelimeyi ayrı bir sütuna alıp tekrar gözden geçirilmesi için hazır hale getirilmesi gerekmektedir. Gözden geçirildikten sonra “ggplot2” kütüphanesinin “wordcloud” paketi ile temizlenen veri dosyası kelime bulutu haline getirilmiş olur.

Kelime bulutu uygulamasının bu araştırma için önemi nicel verilerin nitel bir anlam kazanarak yorumlamaya daha elverişli hale getirilmesidir. Kelime bulutunun en önemli özelliği araştırmacının ilk bakışta oluşturduğu veya çağrıştırdığı fikrin yorumlanmaya ve analize imkân vermesidir. Ara yüz olarak son derece işlevsel ve anlaşılabilir olmasının yanında en çok kullanılan kelimedenden en az kullanılan kelimeye göre kelimelerinin büyüklüğünün ve küçüklüğünün belirli olması kelime bulutuna bir karakter vermektedir. Bu karakter ilk bakışta tweetlerinin çekildiği profil hakkında bize tutarlı bilgiler verebilmektedir. Bu nedenle kelime bulutu görünürlük problemi için anlamlı bir gösterge sağlaması açısından bu araştırma için önemlidir. Ayrıca kelime bulutlarının şekil itibarıyla aynı olmaması çekilen verilerin sıralamasının değişkenlik göstermesi ile alakalıdır. Eğer çekilen verinin en çok kullanılan kelime sayısının 100 olarak belirlenmesi komutundan sonra liste 130 kelimedenden fazla ise tüm liste tekrar gözden geçirilir ve anlamlı olmayan kelimeler listeden çıkartılır. Veri sadeleştirme işleminin gerekliliğinin sebebi ilk 100 listesinin 100 kelimedenden fazla olma ihtimalidir. Bunun sebebi ise birden farklı kelimenin aynı sayıda kullanılmasında kaynaklanır.

Veri doygunluğu veya yukarda da bahsi geçen veri toplama aşamasında anlamlı veriye ulaşamadığında veri kaynağının elenmesi durumu kelime bulutu aşamasından sonra da gerçekleştirilmiştir. Örneğin; tüm kriterleri sağlayan bir profil incelendikten veri temizliği yapıldıktan ve kelime bulutu haline getirildikten sonra bir başka kelime bulutu ile aşağı yukarı benzer bir profil çizebilir. Bu durumda ikisinden biri elenir. Bunun nedeni profil analizi için seçilen kelime bulutlarının birbirinden farklı bulgulara araştırmacıyı götürmesi ve yeni keşifler için sağlıklı bir zemin hazırlanması içindir.

Araştırmanın bu bölümünde gündem analizi ile seçilen Twitter profillerinin tweetlerinden en çok kullandıkları kelimeler seçilerek kelime bulutuna dönüştürülmüştür.

Şekil 45. A1 Kelime Bulutu

A1 profili için ortaya çıkan kelime bulutuna bakıldığında sıklıkla “Teşekkür ve merhaba” kelimelerinin kullanıldığı görülmektedir. Bu durum profilin başka kullanıcılarla etkileşim halinde olduğunu göstermektedir. “İyi geceler”, “Hayırlı cumalar”, “hepimize” gibi ifadelerin sıklıkla kullanılması da bu profilin “Avatar profil” olarak değerlendirilebileceğinin göstergesidir. A1 profili, kendini fiziksel varlığı ile aynı şekilde tanımlamakta ve etkileşim içinde olduğu kullanıcılara yönelik olarak tweetler paylaşmaktadır. Ayrıca çok sık kullanılmamasına rağmen politik söylemi işaret edebilecek olan kelimeler de görülmektedir (“rterdogan” gibi).

“Diliyorum”, “selam” gibi kelimelerin sık kullanımı da gündelik bir dil kullanımına şahsi gündemin paylaşıldığı bir topluluğa işaret edebilmektedir. Sonuç olarak bu profil n “Avatar profil” nitelendirmesi yapılabilir.



Şekil 46. A2 Kelime Bulutu

Kelime bulutunda en sık kullanılan ifade olan “alikoistifa” ardından “fenerbahçe”, “şampiyonluk” ve “hakem” gibi kelimelerin kullanılması bu profilin futbol gündemi ile ilgili tweetleri sıklıkla paylaştığını göstermektedir. En sık kullanılan ifadenin içinde yer alan “istifa” kelimesinden bu kullanıcının taraftarı olduğu spor kulübünün gündemine yönelik tweetler attığı anlaşılmaktadır. Dolayısıyla bu durum profil için en genelde “gündem profili” nitelendirmesinin yapılabileceğini göstermektedir.

Ayrıca A2 profilinde “hayırlı”, “hocam”, “kardeşim” gibi ifadelerin gündelik dil kullanımına işaret ettiği görülmektedir. Kullanıcının Türkiye özelinde bir futbol takımının taraftarı olduğu ve futbol gündemine yönelik tweetler attığı söylenebilir. Kelime bulutunun geneli itibarıyla yoğun olarak Taraftar profili kategorisinin özellikleri tespit edildiğinden A2 profili bu kategoride değerlendirilmiştir.



Şekil 47. A3 Kelime Bulutu

A3 profilinden oluşturulmuş kelime bulutuna bakıldığında “oğlak”, “ikizler”, “boğa”, “yay” gibi kelimelerin sıklıkla kullanıldığı görülmektedir. Burç adlandırmalarının çokça kullanılması bu profilin tweetlerinin burç yorumları ile ilgili olduğunu A3 profilinin de bu minvalde paylaşımlar yaptığını göstermektedir. Her ne kadar burçlarla ilgili paylaşımlar yapılsa da profil analizine dahil edilmesi A3 profilinden gündem ile ilgili paylaşımların da yapıldığını kanıtlamaktadır. Bu tarz bir içerik üreticisinin tek yönlü paylaşımlar yapması öngörülebilir. Fakat şahsi görüşlerin de paylaşılması A3 kullanıcısı için kişisel gündem profili adlandırmasının kullanılmasına olanak sağlamaktadır. Dolayısıyla spesifik bir alan içinde içerik üretme ve paylaşım yapma amacıyla kullanıldığı tespit edilen bu profilden gündem ile ilgili şahsi fikir bildiren tweetler atılması A3 profilinin İçerik profili olarak adlandırılmasına olanak vermektedir.



Şekil 48. A4 Kelime Bulutu

A4 profilinin kelime bulutuna bakıldığında “güzel” ve “gün” kelimelerinin merkezde yer aldığı görülmektedir. Bu kelimelerin sıkça kullanılması A4 profili için genellikle şahsi gündem belirten içeriklerin paylaşıldığı izlenimini oluşturmaktadır. “Biliyorum”, “bilmiyorum”, “mutluyum” ve “içimde” gibi kelimelerin de öznel bir dil kullanımına işaret ettiği söylenebilir. Kelime bulutu içinde göze çarpan argo kelime kullanımı da bu durumu destekler niteliktedir. Kelime bulutu geneli için öznel bir Twitter kullanımı A4 profili için geçerlidir. Ayrıca “bıraktım”, “yedim” gibi kişisel durum bildiren kelime kullanımları şahsi gündem kullanımı için önemli göstergelerdir. Dolayısıyla bu profildeki gözlemlenen durumlardan ötürü A4 profili “Avatar Profil” olarak kategorize edilebilir.



Şekil 53. A9 Kelime Bulutu

A9 profili için oluşturulan kelime bulutuna bakıldığında “akp”, “oy”, “gün”, “hdp” gibi kelimelerin en sık kullanılan kategoride olduğu görülmektedir. Bağlantılı olarak “iktidar”, “mhp”, “devlet”, “chp”, “zam” gibi kelimeler A9 profili için politik profil sınıflandırması içinde değerlendirilebileceğini göstermektedir.

Politik profil tanımlamasının yanında “galiba”, “bizde”, “olmuş”, “bence”, “istiyorum” gibi kelimeler A9 profilinde şahsi fikir bildirimlerinin sıkça yapıldığını da göstermektedir. Politik profil içerisinde şahsi fikir bildirimi içeren tweet paylaşımlarının yapılması ayrıca Avatar profil sınıflandırmasını da beraberinde getirmektedir.

Sıklıkla kullanılan kelime öbeklerine ve kelime bulutunun geneline bakıldığında A9 profili için Politik profil tanımlaması uygun olarak belirlenmiştir.



B3 profilinden alınan tweetlerle oluşturulan kelime bulutuna bakıldığında kelime kullanım sıklıklarının neredeyse eşit bir dağılımda olduğu görülmektedir. Bu durum genellikle yapılan paylaşımların odağının parçalı olduğunu böylelikle kullanıcının kişisel gündemine ve şahsi fikir bildirimlerini yönelik tweetler attığını göstermektedir. Bu tarz bir kullanıcının Avatar profil içerisinde konumlaya uygun olduğu çıkarımı yapılabilir.

Kelime kümeleri incelendiğinde “türkiye”, “chp”, “devlet”, “ataturk”, “başkan”, “haber”, “fetö”, “belediye”, “terör” gibi sık kullanılan kelimelerin politik profil olarak adlandırılan kümeye dahil olduğu görülebilmektedir. Ayrıca “hocam”, “gelmiş”, “demiş” gibi şahsi fikir bildiren kelime gruplarının kullanımı Avatar profil tanımlamasının içinde yer alabileceğinin göstergesidir. Argo ifadeler sık kullanılmasa da kelime bulutunda yer alması bu kanıyı güçlendirmektedir. B3 profili için kelime bulutunun geneline bakıldığında Politik profil kategorisinin özelliklerini yansıtan kelime kümelerinin daha yoğun olduğu görülmektedir. Bu sebeple B3 profili için politik profil kategorisi uygun görülmüştür.



Şekil 58. B5 Kelime Bulutu

B5 profilinin kelime bulutu incelemesi yapıldığında “güzel”, “insanlar”, “bugün”, “akp” gibi kelimelerin ön planda olduğu görülmektedir. Bu kelimelerin oluşturduğu kümenin kategorize edilebilmesi için başka kelime örüntüleriyle bağlantılandırılması gerekmektedir. Bu kelimeler de “trol”, “chp”, “istanbul”, “başkan”, “halk”, “parti”, “atatürk”, “cumhurbaşkanı” gibi aynı kümede olduğunda kategorilendirilebilecek kullanımlardır. Bu iki küme B5 profilinin sıklıkla politik söylem içeren paylaşımlar yaptığını göstermektedir. Aynı zamanda “diyor”, “olmalı”, “edin”, “galiba”, “olabilir” gibi kelime kullanımlarının B5 profilinde şahsi fikir bildirimi içeren tweetler atıldığını göstermektedir. Bu durumda Politik profil kategorilendirmesi B5 profili için önerilebilir.



Şekil 67. C5 Kelime Bulutu

C5 profilinin kelime bulutuna bakıldığında “allah”, “istanbul”, “ak”, “büyük”, “güzel”, “değildir” gibi kelimelerin ön planda olduğu görünmektedir. Bu kelimelerin ifade ettiği anlam belirli bir kümeye oturmadiğından kelime bulutundaki diğer kelimelere bakılmalıdır. Merkez kelimelerle bağlantılı olarak “parti”, “chp”, “akp”, “pkk”, “rterdogan” gibi politik gündeme dair fikir bildiren kelimelerin sık kullanılması C5 profili için Politik profil kategorisini düşündürmektedir. Aynı zamanda “geldi”, “ediyorum”, “ediyoruz”, “cumhurbaşkanımız” gibi şahsi fikir ve görüş bildiren kelimelerin sık paylaşılması Avatar profili kategorisini de ortaya çıkarmaktadır. Fakat kelime bulutunun geneline bakıldığında her ne kadar şahsi görüş bildirimini ifade eden kelimeler sık kullanılsa da yoğun olarak politik gündem ile ilgili paylaşımlar yapıldığı göze çarpmaktadır. Sonuç olarak C5 profili Politik Profil kategorisi içinde değerlendirilmiştir.



Şekil 68. C6 Kelime Bulutu

C6 profili için oluşturulan kelime bulutu incelendiğinde kelime sıklıklarının birbirine yakın olduğu gözlemlenmektedir. Bu durumda kelime kullanım sıklıkları odak gündem ve içerik paylaşımlarında çok yönlü bir yapıyı işaret etmektedir. Kelime bulutu merkezinde yer alan “kadın”, “gün”, “güzel”, “zaman” kelimeleri ön plana çıkmaktadır. Fakat birbirinden bağımsız ve dahil olabilecekleri ortak bir küme bulunmadığından kelime bulutunun daha ayrıntılı incelenmesi gerekmektedir. C6 profilinin kelime bulutunun genelinde “polis”, “intihar”, “serbest”, “ceza”, “sınav” gibi kelime kullanımlarının ayrı ayrı gündem başlıkları ile ilgili paylaşımlar olabileceği görülmüştür. Fakat “hocam”, “istiyorum”, “dedi”, “canım”, “allahım”, “bak” gibi şahsi fikir bildiren ve kişisel gündemi konu edinen içerik paylaşımlarının kelime bulutunun genelinde daha yoğun olduğu tespit edilmiştir. Sonuç olarak C6 profiline Avatar profil kategorisi içerisinde yer verilmiştir.



Şekil 72. C10 Kelime Bulutu

C10 profili için oluşturulan kelime bulutu incelendiğinde “büyük”, “türkiye”, “galatasaray”, “yeni”, “izmir” gibi kelimelerin ön planda olduğu görülmektedir. Bu kelimelerin toplandığı kümede anlamlı bir ilişki tespit edilemeyeceğinden diğer kelimelerin de incelenmesi gerekmektedir. Kelime bulutunda “teşekkürler”, “ediyorum”, “herkese”, “sayımız”, “olabilir” gibi kelimelerin sıklıkla kullanılması şahsi fikir bildirimi içeren tweetler paylaşan bir profili işaret etmektedir. Ayrıca “maç”, “ceza”, “cumhuriyet”, “dünya”, “fenerbahçe” gibi kelimelerin sıklıkla kullanılması parça parça Twitter gündemlerine yönelik paylaşımların da yapıldığını göstermektedir. Gündeme dair içerik paylaşımlarında tek bir odak gündemin bulunmayışı ve kelime bulutu genelinde birbirinden bağımsız gündem başlıklarıyla ilgili kelime kullanımları sebebiyle C10 profilinin Gündem profili kategorisi içinde yer alabileceği sonucuna varılmıştır.



D5 profili için oluşturulan kelime bulutuna bakıldığında kelime kullanım sıklıklarının birbirine yakın olduğu görülmektedir. Bu durum paylaşılan içeriklerin dağınık bir örüntü içinde olduğunun göstergesidir. Ayrıca merkezde yer alan “teşekkür”, “ederim” kelimeleri D5 profilinin şahsi fikir bildirimi yaptığı ve kişisel gündemine dair tweetleri sıkça paylaştığını göstermektedir. Bağlantılı olarak “güzel”, “size”, “canım”, “versin”, “gel”, “bence” gibi kelime kullanımları bu savı destekler niteliktedir. Ayrıca “kadın hakları” gündem odağına yönelik kelime kullanımlarının (“kadın”, “suç”, “katil”, “adil”, “gazeteci”, “ölüm”, “avukat”) yapıldığı görülmektedir. Gündem odağı olarak tek bir gündemin ağırlıklı olarak kelime bulutunda yer alması D5 profili için Gündem profilini akla getirirse de yoğun olarak kullanılan şahsi fikir ve görüş bildiren kelimelerin olduğu paylaşımlar hesaba katıldığında D5 profilinin Avatar profil kategorisine daha uygun olduğu tespit edilmiştir.



Şekil 78. D6 Kelime Bulutu

D6 profili için oluşturulan kelime bulutu incelendiğinde “kadın”, “kadınlar”, “karşı”, “adalet”, “erkek”, “istanbul” “kadınların” gibi kelime kullanımların ön planda olduğu görülmektedir. Aynı zamanda “politiktir”, “şiddet”, “cinayetleri”, “feminist”, “istanbulsözleşmesi”, mücadelesi”, “cinsiyetçi”, gözaltına” gibi kelimelerin de sıklıkla kullanıldığı belirlenmiştir. BU kelimeler ortak bir kümede yer alabilecek olan kelimelerdir. Bu ortak küme odak gündem olan “kadın hakları” gündemi ile ilgili söylemleri içine almaktadır. Ayrıca “vazgeçmiyoruz”, “dayanışması”, “istiyoruz” gibi kelime kullanımlarının protesto temelli paylaşımların da D6 profilinde sıkça yapıldığı anlaşılmaktadır. Sonuç olarak D6 profili için Protesto profil kategorisi uygun görünmektedir.



Şekil 79. D7 Kelime Bulutu

D7 profili için oluşturulan kelime bulutu incelendiğinde “kadın”, “diyarbakır”, “hakları”, “kadınların”, “kadınlar” gibi kelimelerin ön plana çıktığı görülmektedir. Bu durum gündem odağı olarak “kadın hakları” meselesinin oluşturduğu Twitter gündemlerine yönelik sıklıkla paylaşım yapıldığını göstermektedir. Ayrıca “şiddet”, “mücadele”, “ediyoruz”, “meslektaşlarımız”, “teşekkürler” gibi şahsi fikir ve görüş bildiren kelime kullanımlarının da bir enformasyon ağı içerisinde odak gündeme dair içeriklerin paylaşıldığı anlaşılmaktadır. Hukuksal terimlerin kullanılması (“ceza”, “baro”, “duruşma”, “avukat”, “nafaka”, “suç”, “adli”) D7 profilinin odak gündem ile alakalı hukuksal bir mücadele içinde olduğunu ve belirli bir ağ yapısı içinde paylaşımlar yaptığını göstermektedir. Bu hukuksal mücadeleye dair bilgilendirme tweetlerinin paylaşıldığı D7 profilinin “kadın hakları” odak gündeminin ağı içerisinde enformasyon üretiminde ve yayılımında etkin bir rol aldığı söylenebilir. Sonuç olarak D7 profili en temelde Enformasyon profili kategorisinde değerlendirilebilir.



Şekil 81. D9 Kelime Bulutu

D9 profili için oluşturulan kelime bulutu incelendiğinde kelime sıklıklarının birbiriyle yakın büyüklükte olduğu görülmektedir. Bu gibi durumlarda tweet paylaşım odağının parçalı olduğu düşünülerek bu profilin sıklıkla kişisel gündemine dair paylaşımlar yaptığı varsayılmaktadır. Ayrıca “bence”, “filan”, “evet”, “olacak” gibi şahsi fikir bildiren ifadelerin yoğunlukta olduğu kelime grubu da kişisel gündem savını desteklemektedir.

D9 profilinde çok çeşitli gündemleri ifade eden bir kelime grubu da tespit edilmiştir; “covid”, “euro”, “dolar”, “Çin”, “dünya”, “eğitim”, “çocuk”, “ataturk” gibi kelimeler gündem başlığı olarak birbiri ile doğrudan bağlantılı olmasa da her biri bir başka gündemi ifade etmektedir. Dolayısıyla bu profilde her ne kadar kişisel gündem paylaşımları tespit edilse de genel gündeme yönelik şahsi fikir bildirimi yayılımının yoğun olduğu gözetildiğinde D9 profili Gündem Profili olarak sınıflandırılmıştır.

4. BULGULAR

Araştırmanın bu bölümünde analiz edilmiş olan verilerin nasıl işlemlere tabi tutulduğu ve oluşturulan ölçeklendirmelerin nasıl elde edildiği aktarılacaktır. Nicel araştırma modellerinden temellendirilmiş kuram deseninin kullanıldığı bu çalışmada elde edilmiş olan bulgular temalandırılmış ve kategorilendirilmiş verilerin açıklamaları birlikte sunulmaktadır. Twitter Gündem Analizi'nin ve Twitter Profil Analizi'nin verileri ayrı bölümlerde ele alınmıştır. Neticede elde edilen teori ve ulaşılan kuramsal çerçeve sıralı olarak açıklanmıştır. Araştırma verilerinin incelenmesinin sonucunda Twitter Gündem Analizi için 5, Twitter profil Analizi için 1 adet tema oluşmuştur. Twitter Gündem Analizi için tespit edilen 5 tema içinde toplam 44 kategori, Twitter Profil Analizi için ise tespit edilen 1 tema içinde toplam 7 kategori yer almaktadır. Bütünlüklü bir şematik model için Twitter Gündem Analizi ve Twitter Profil Analizi'nin bulguları birleştirilmiştir.

Bölüm içerisinde “Yöntem” bölümünde işlenen analiz yöntemleri sırasıyla işlenecek ve elde edilen kodlamalar serimlenecektir. Öncelikle gündem analizinde elde edilmiş olan temalar ve kategoriler ele alınacaktır. Bu başlıklar temalar olarak belirlenmiştir. Örneğin: tweet incelenirken, içeriğe yönelik anlamsal farklılıklar veya benzerlikler tespit edilmiştir. Böylelikle kodlama aşaması kategori ve temalandırma aşaması ile yürütülmüştür. Kategoriler belirlendikten sonra tekrar tweet incelemesine dönmüş ve eldeki kategorilerle yapılan kodlama işlemi tekrarlanmıştır. Bu işlem kodlamaların sağlıklı ve işlevsel hale getirilmesi için yapılan bir veri temizliğidir. Dolayısıyla çekirdek kategori tüm bu işlemlerin ardından ortaya çıkmaktadır. Çekirdek kategori aynı zamanda Twitter Gündem Ağı olarak isimlendirilen kavramın temelini oluşmasına yardımcı olmaktadır. Tüm kategorilerin, temaların ve çekirdek kategorinin yer aldığı ilişki ağı şeması bu bulgular neticesinde oluşturulmuştur.

4.1. Twitter Gündem Analizine Dair Kategoriler ve Temalar

Twitter Gündem Analizi Twitter’da var olan toplumsal yapıyı gözlemlemek ve Twitter Profil Analizi için veri toplamak amacıyla uygulanan bir araçtır. Bu analiz sonucunda belirlenmiş 4 gündem başlığı altında 38 adet tweet incelenmiştir. İncelenen tweetler Twitter Gündem Analizi ölçeklendirmesi ile kodlanmış ve kategorilere ayrılmıştır. Twitter Gündem Analizi ölçeklendirmesi, tespit edilmiş olan kategorilerin sınıflandırılması amacıyla oluşturulan temaların bir ürünüdür. Bu temalar sırasıyla: Profil Tipi, Dil Kullanımı, Hashtag Kullanımı, Enformasyon Kaygısı, Gündem Kullanımı.

Ayrıca bu temalar içerisinde yer alan kategoriler sırasıyla: Anonim Kimlik, Nonim Kimlik, Yarı-Anonim Kimlik, Sloganik, Öznel, Didaktik, Mizahi, Eleştirel, Gündelik, Genelleyici, Betimleyici, Gündem içi bildirim, İlave Hashtag kullanımı, Hashtag kullanılmamıştır, Enformasyon kaygısı yok, Enformasyon yayılımı, Endişe bildirimi, Toplumsal uyarı bildirimi, Eleştiri bildirimi, Şahsi enformasyonu yayma, Yanlış enformasyon yayılımı, Yanlış enformasyonun yayılımı bildirimi, Yanlış enformasyonun doğru olduğuna dair fikir beyanı, Tarihi referans kullanarak yanlış enformasyonu doğrulama ve yayma, Örnek olay destekli fikir bildirimli enformasyon üretimi, Tanımlayıcı fikir bildirimli enformasyon üretimi, Enformasyon üretimi odaklı tepkisel fikir bildirimi, Açıklayıcı enformasyon kaygısı, Hashtag gündemi tweeti, Etkileşim amaçlı hashtag gündemi tweeti, Eleştirel gündem tweeti, Enformasyon kaygılı eleştirel gündem tweeti, Anahtar sözcük kullanımlı gündem tweeti, Hashtag kullanımlı gündem desteği tweeti, Hashtag kullanımlı politik söylem içeren gündem-üstü-gündem tweeti, Protesto söylemi içeren gündem tweeti, Hashtag kullanımlı gündem-içi-gündem oluşturma tweeti, Hashtag kullanımlı kişisel gündem tweeti, Politik söyleme dayalı gündem tweeti.

Tüm bu kategori ve temaların nasıl değişkenleri ifade ettiği ve neden oluşturuldukları ayrıntılı bir şekilde örneklendirilerek sunulacaktır.

4.1.1. Tema 1: Profil Tipi

Profil tipleri, Twitter Gündem Analizi için yapılan tweet incelemelerinde elde edilen bir temadır. Bu analiz içinde atılan tweetlerin içeriği, profil tiplerinin kategorilendirilmesinin ardından farklı bir perspektifle incelenebilmektedir. Örneğin D1 profilinin tweetinde hangi özelliklere sahip olduğu bilinmeyen bir profilden paylaşım yapıldığının bilinmemesi durumunda kodlama işlemi için gerekli bağlantıların kurulması zordur. Bu zorluk gündem analizi söz konusu olduğunda geçerlidir. Çünkü tweet içerisinde kullanılan dilin, enformasyon kaygısı içinde olup olmadığının veya kullandığı hashtag gündem ağının içinde gündeme nasıl ve ne derecede destek olduğunun anlaşılabilmesi için ilk aşamadır.

Profil tipi kavramı için ele alınması gerek bir başka nokta Twitter gündemlerinde oluşan “bot” trafiğidir. Botlar Twitter uzamı içerisinde oluşturulmuş gerçek bir kimlik temsili olmayan sanal varlıklar olarak tanımlandırılabilir. Bu varlıkların oluşturulma sebeplerinin başında gündem trend listesi içine girebilecek suni gündemler yaratmak veya var olan bir gündeme destek vermek amacı yer almaktadır. Nicelik bakımından etkileşim oranı ne kadar yüksekse bir tweet o kadar ciddiye alınır, aynı şey gündem için de geçerlidir. Botların işlevi içi boş kalabalıklar yaratarak dikkati amaçlanmış olan şeye (etkileşim, gündem desteği, profil takibi vs.) çekmektir. Dolayısıyla profil tipleri sınıflandırmasının temel sebeplerinden biri de yapılacak olan analizler için veri teşkil edecek profillerin bot olup olmadığını ayırt etmeyi sağlamasıdır.

Twitter uzamının kalabalık olması nedeniyle profil tiplerinin listesi bir hayli uzayabilir. Fakat bu araştırmada elde edilen veriler ışığında üç tip profil tipi tespit edilmiştir: Anonim, Nonim, Yarı-Anonim kimlikler. Bu kategoriler ilerleyen bölümlerde açıklanacaktır.

4.1.1.1. Nonim Kimlik

Nonim kimlik, fiziksel dünyada insanların dış görünüşlerinden isim ve soy isimlerine kadar kimliklerini belirten özelliklerini sanal dünyaya taşıdıkları ve sosyal medyadaki varlıklarını bu şekilde oluşturdukları bir kimlik biçimidir. Bu araştırmada incelemeye alınan Twitter profillerinin profil fotoğrafları, kullanıcı adları ve profil

adlarına etik sebeplerden ötürü yer verilmemiştir. Bu sebeple araştırmacı elde ettiği bu verileri analiz ederek yalnızca sonuçlarına yer vermiştir. Ayrıca bir Twitter profilinde yer alan profil fotoğrafı, kullanıcı adı ve profili her ne kadar gerçeği yansıtıyorsa dahi sahte veya başka bir kişinin bilgilerini kullanıyor olabilir. Fakat bu durum araştırma için veri oluşturma sınırlılıklarına dahil edilmemiştir. Dolayısıyla gerçek bir kimliğe işaret eden her profil Nonim kimlik olarak kategorize edilmiştir.

Nonim kimlikler Twitter mecrası içinde gerek üsluplarında gerekse yapılan paylaşımların içeriklerinde anonim kimlikler veya yarı-anonim kimlikler kadar özgür değişimlerdir. Bu Twitter kullanımlarında ve söylemlerinde rahatlıkla görülebilmektedir. Çünkü Twitter’da gerçekleştirilen eylemlerin fiziksel dünya içinde bir karşılığı vardır. Bu sebeple Twitter Gündem Analizi için elde edilen tweet verilerinde, tweeti paylaşan kişinin Twitter profilinin hangi tür içine girdiğinin bilinmesi veri analizi için önemli bir değişken olarak kabul edilmelidir.

4.1.1.2. Anonim Kimlik

Anonim kimlik Twitter gündem analizi içinde tweet incelemelerinde ortaya çıkmış olan bir kategoridir. Anonim kimlik ifadesi sosyal medya üzerine yapılmış olan birçok çalışmada¹² rastlanılan bir kategori biçimidir. Yanı sıra Türkçe yazınında edebi eserler meydana getiren ve süreli yayınlarda, köşe yazılarında fikir bildiren yazarların isimlerini gizleyerek farkı bir isim kullanarak yazılar yayınladıkları bilinmektedir¹³. Bu durumun gerekçeleri tabii ki sosyal medyadaki boyutuyla tamamen örtüşmemektedir. Bağlantılı olduğu yönler elbette, görünmeden görebilmek, takip edilemezlik ve fikir bildirimi konusundaki özgürlüğün tehlikeli durumlara sebep olma ihtimalinden kaçınma gibi gerekçelerdir. Twitter uzamı içerisinde Anonim kimliklerin oluşturduğu alan oldukça geniştir.¹⁴ Fakat gerçek bir kimliği temsil etmeyen her Twitter hesabı da Anonim

¹² Bkz. Karapınar, Alperen. (2019). Twitter Toplumu ve Anonim Kimlikler: “Ağ Toplumu” Kavramı Üzerinden Sosyolojik Bir Analiz. *IX. Ulusal Sosyoloji Kongresi Toplum 4.0 Bildiriler Kitabı*, 519-530. Ayrıca Bkz. Binark, M., & Kılıçbay, B. (2005). İnternet, Toplum, Kültür. Ankara: Epos Yayınları. Ayrıca Bkz. Uçar, Anıl K. (2021). Pandemi Sürecinde Twitter ve Nefret Söylemi. *International Journal of Social and Humanities Sciences (IJSHS)*, 5(2), 53-64.

¹³ Bkz. Keskin, Ahmet. (2021). Adbilim Odağında Lakaplar ve Lakaplarla Karşılaştırılan Başlıca Terim ve Kavramlar, *Avrasya Terim Dergisi*, 9 (2), 54- 62

¹⁴ Bu çalışmada incelenen 38 kullanıcı arasında kaçının Anonim Kimlik kategorisi içinde yer aldığını ayrıntılı olarak incelemek için bkz.

kimlik değildir. Çünkü markaları veya kurumları temsil eden Twitter hesapları her ne kadar bir kişiyi temsil etmiyorsa da Anonim olarak değerlendirilemezler.

Profil tipleri teması içinde tespit edilen Anonim kimlik kategorisi içinde değerlendirilmiş olan kullanıcıların paylaşımlarında genellikle öznel, gündelik ve eleştirel bir dil kullanımı görülmüştür. Bu durum gündem analizi açısından önemli bir değişkendir. Çünkü kullanılan gündem ağları içerisinde yapılan paylaşımlar genellikle gündemi ön plana çıkarma ve etkileşim oranını arttırmaya odaklandığından dolayı profil kimlikleri geri planda kalmaktadır. Bu da fiziksel dünyada “kalabalıklar içinde kaybolma” fenomeni ile benzeşim gösterir. Anonim kimlik kullanan bir Twitter kullanıcısı takipçi sayısına bakılmaksızın ürettiği içeriklerle değerlendirilmelidir. Bunun sebebi Twitter uzamı içerisinde bir temsiliyet kaygısı taşımamasından ileri gelmektedir.

4.1.1.3. Yarı-Anonim Kimlik

Twitter gündem analizinde elde edilen tweet incelemelerinde tespit edilen profil tiplerinden olan Yarı-anonim kimlikler tıpkı Anonim kimlikler gibi gerçek kimlikleri ve Twitter kimlikleri arasına bir mesafe koymuşlardır. Bu mesafe yarı-anonim kimliklerde daha kısadır çünkü gerçek kimliklerine dair ipuçlarına profillerinde rastlamak mümkündür. En temelde sanal mecralar için kullanılan “netizen”¹⁵ kavramına en uygun Twitter profili yarıanonim kimliklerdir. Yarı-anonim kimlikli Twitter profilleri yeni bir kimliktir fakat fiziksel kimliğini de içinde barındırmaktır. Bu karmaşık yapı temelde Twitter incelemeleri için çözülmesi gereken bir problemdir. Bu problem, Twitter kimlikleri özelinde fiziksel dünyanın varlık sahasında konumlanan insanın bu sanal mecrada hem kendini hem de kendinde taşıdığı potansiyelini açığa vurduğu bir kimliği oluşturmasıdır.

Bu araştırma içerisinde profil tipleri temasının önemli bir değişkeni olarak varsayılan yarı-anonim kimlik kategorisi gerek paylaşım yaptığı tweet içeriklerinde gerekse kullandığı gündem ağları içerisinde konumlandığı rolde esnek bir yapıdadır. Bu

¹⁵ Bkz. Syahputra, Iswandi ve Hanny, Hafiar. (2019). Activities of Netizens on Social Media and Religious Spirituality of Indonesian Millennials in the Era of New Media. *The International Journal of Religion and Spirituality in Society*, 9 (1), 57-70. doi:10.18848/2154-8633/CGP/v09i01/57-70. Ayrıca bkz. DeLoach, A. (1996) What Does it Mean to be a Netizen? CMC Magazine: <<https://www.december.com/cmc/mag/1996/sep/callnet.html>> s.e.t 18. 05. 2022

esneklik hem kullanılan dilde hem de enformasyon kaygısı teması içinde kendini göstermektedir. Örneğin; A7 profilinin gündem analizi bölümünde ele alınan tweeti bu esnek yapıya örnek olabilir. Temel olarak yarı-anonim kimliğin göstergeleri; kullanıcı ve profil isimlerinde gerçek bir isim ya da isim-soy isim kombinasyonlarının yer alması, profil fotoğraflarının gerçek bir kimliği temsil ediyor olması¹⁶ ve kişisel gündemlerine yönelik özgün paylaşımlarının tespit edilmesi başlıcalarıdır.

4.1.2. Tema 2: Hashtag Kullanımı

Hashtag kullanımı gündem analizi içinde incelenen tweetlerin yapısal özelliklerini sınıflandıran bir tema olarak ortaya çıkmıştır. Bu sınıflandırma basit bir temele oturmaktadır, bu temel incelenen tweetin içeriğinde hashtag kullanımının biçimi üzerine kuruludur. Gündem analizinin amaçlarından biri profil analizi için zemin oluşturmaktır. Dolayısıyla gündem analizi içinde incelemeye alınan tweetin hashtag kullanımı, tweeti atan kullanıcı hakkında önemli bir değişken sunmaktadır.

Hashtagin Twitter uzamı için bir gündem anahtarı olduğu araştırma boyunca sık sık vurgulanmıştır. Bu anahtar gündem ağlarına ulaşmanın en önemli yoludur. Gündem ağları içinde Hashtag kullanıp kullanmamak ise önemli bir göstergedir. Yapılan analizler neticesinde tweet içerisinde hashtag kullanımının etkileşim amacı, enformasyon kaygısı, gündem içi bildirimler gibi kategorileri etkilediği ve bunlarla bağlantılı olduğu saptanmıştır. Örneğin tweet içerisinde hashtag kullanılmışsa tweeti paylaşan kullanıcının o hashtagin gündem ağı içerisinde iletişim kurmayı amaçladığı belirlenebilir. Bu durum gündem içi bildirim olarak kategorize edilmiştir. Hashtag kullanılmamışsa ve yine gündem ağı içerisinde ilgili anahtar sözcüklerle gündem belirtilmişse, tweetin gündem ağından ziyade gündemin kendisine yönelik şahsi fikir bildirimini veya enformasyon üretimini amaçladığı düşünülebilir. Bu tema içerisinde belirlenen bir diğer kategori olan ilave hashtag kullanımında ise gündem ağları arasında bir bağlantı oluşturma amacı saptanmıştır.

¹⁶ Gerçek kimliğin profil fotoğrafından teyit edilmesi için birçok araç bulunmaktadır. Google, Yandex gibi arama motorları fotoğraf veya görsel kullanarak arama yapmayı mümkün kılan ara yüzler geliştirmişlerdir.

4.1.2.1. Hashtag kullanılmamıştır

Gündem analizi içinde incelenen tweetlerde tespit edilen “Hashtag kullanılmamıştır” kategorisi gündem içi tweet bildirimleri içinde atılan tweetlerden farklı bir içerik yapısına sahip olduğu için ele alınmıştır. Bu kategorinin belirlendiği B7 ve B8 kullanıcılarının tweetlerine bakıldığında incelenen gündem hakkında anahtar sözcük kullanarak içerik üretmiş oldukları görülmektedir. Bu profillerin hashtag kullanmamaları gündem ağı kullanımlarının sık olmadığını göstermektedir. Nitekim profil analizinde B7 profili Avatar profil B8 profili de Politik profil olarak belirlenmiştir. İki profil ağında da ortak olarak şahsi fikir bildirimi, Hashtag kullanılmadan atılan tweetler için ortak bir alandır. Hashtag kullanımı başlı başına bir göstergedir. Bu sebeple gündem içi bildirim kategorisi, hashtag kullanılmadan paylaşılan tweetleri değerlendirmeyi kolaylaştırmaktadır.

4.1.2.2. Gündem içi bildirim

Gündem analizi içerisinde yapılan tweet incelemeleri için belirlenen Gündem içi bildirim kategorisi aslında tweetin içerik yapısı ile ilgili hashtag kullanımının göstergesini ifade etmektedir. Gündem ile ilgili olarak belirlenen hashtagin tweet içerisinde yer alması o gündem ağı içerisinde bu tweetin iletişim akışına dahil edilmesi amacını göstermektedir. Gündem içi bildirim kategorisi için en yoğun gözlemin yapılacağı gündem olan #Tamam#Devam hashtagleri incelemesinde tespit edilen bütün kullanıcıların bu kategori içinde yer aldığı görülmektedir¹⁷. Seçilen bu gündemin temeli hashtag sayısının artırılmasına dayandığından dolayı gündem ağının belirlenmesi oldukça kolay iken bu gündem ağının içerisinden tweet seçmek bir o kadar zordur. Bu sebeple gündem içi bildirim kategorisi tweet yapılarını incelemek ve ölçümlemek için uygun bir zemin hazırlar. Özetle gündem içi bildirim, belirlenmiş olan gündem ağının gözlemlenmesine olanak veren bir kategoridir.

¹⁷ Bkz. EK-3. Hashtag Kullanımı

4.1.2.3. İlave Hashtag kullanımı

Gündem analizi içindeki tweet incelemelerinde tespit edilen İlave Hashtag kullanımı kategorisi bundan önce incelenen gündem içi bildirim kategorisi ile ilişkilidir. İlave Hashtag kullanımı ile belirlenen tweetler, gündem içi bildirim kategorisi içinde de yer alabilirler. Bu noktadaki değişken tweet içeriğinde yer alan, belirlenen hashtagin yanına eklenmiş hashtag gündem ağılarıdır. Bu değişken araştırmacıya, atılan tweetin birden çok gündem ağında dolaşıma girmesinin amaçlandığını gösterir. Dolayısıyla ilave hashtag kullanımı etkileşim kaygısı taşımaktadır. Nitekim hashtag kullanımı temasının tablosu¹⁸ ile Gündem kullanımı temasının tablosu¹⁹ karşılaştırıldığında A4 ve C9 profillerinin bu anlamda bağlantılı olduğu anlaşılmaktadır.

4.1.3. Tema 3: Enformasyon Kaygısı

Enformasyon kaygısının genel kabul görmüş tek bir tanımı yoktur. Bu kavram, kişinin bilgiyi kullanmadaki etkinliğinin ve verimliliğinin, kendilerine sunulan yararlı bilginin fazlalığı sebebiyle engellendiği bir durumu temsil etmek için kullanılır (Ojo, 2016, s. 1). Fakat “anxiety” kavramının şiddetli bir isteği ifade eden anlamı da “Enformasyon kaygısı” ifadesini anlamlı kılmaktadır. Heidegger’e göre insan varlığının temel özelliği Kaygı’dır (Chul-Han, 2021, s. 59). Elbette bu kaygı, enformasyon üretimi için kaygı duyan kişinin durumunu açıklamak için iyi bir örnektir. Enformasyon üretimi için sarf edilen emeğin karşılığı Twitter’da etkileşimdir. Bu etkileşim aynı zamanda enformasyon ağlarının dinamiğini sağlar. Dolayısıyla enformasyon kaygısı taşıyan Twitter kullanıcılarının içerikleri bu ağlar vasıtasıyla yayılım gösterir.

Enformasyon dijital teknolojilerin gelişmesiyle çoğalmış, üretimi ve tüketimi çok kolay hale gelmiştir. Enformasyon artışı öylesine çoğalmıştır ki bu devasa nicelik, niteliği azalttığı gibi enformasyona olan talebi de arttırmıştır. Enformasyon kullanımı azalsa da üretiminin bu azalmadan etkilenmeden artmasının sonucunda Cuilenburg ve Noomen’ın “enformasyon fiyaskosu” (van Cuilenburg ve Noomen, 1984, s. 52) kavramı doğmuştur. Enformasyon elbette belli bir konu hakkındaki soruların cevabı olabilecek niteliktedir. Fakat henüz üretilmemiş soruların cevabının üretilmeye başlaması ile enformasyon otonom bir

¹⁸ Bkz. EK-3. Hashtag Kullanımı

¹⁹ Bkz. EK-5 Gündem Kullanımı

büyüme elde etmiştir. Bu devasa yapıya David Schenk (1997) “veri dumanı” kavramını uygun bulur (Dijk, 2018, s. 301-302).

“Belli bir girdi seviyesinde, azalan getiriler kanunu devreye girer: Enformasyon bolluğu artık hayat kalitemizi yükseltmek yerine stres, kafa karışıklığı ve hatta cehalet üretmeye başlamıştır” (Schenk, 1997, s. 15’den aktaran Dijk, 2018, s. 302).

Enformasyonun sosyal medyadaki niteliksiz çokluğunun başlıca sebebi üretimin kolay ve ucuz olması, bununla birlikte etkileşime ve yüzeyselliğe dayalı olmasıdır. Bu durumun benzeri genel olarak medya için de söylenebilir (Baytar, 2013, s. 43).

Araştırmada Twitter Gündem Analizi içerisinde incelenen tweetlerin enformasyon kaygısı taşıyıp taşımadıkları önemli bir gösterge olduğundan dolayı bu tema oluşturulmuştur. Enformasyon kaygısı tespit edilerek oluşturulan kategoriler Twitter’da yer alan enformasyon ağlarının yapısını görünür kılmak için işlevsel bir araçtır. Ayrıca tweet yapılarındaki enformasyon kaygısını tespit edebilmek için bilgi yayılımı, nesnellik ve incelenen gündeme dair bilgiler içermesi gereklidir.

4.1.3.1. Toplumsal uyarı bildirimi

Gündem ağları içinde yayılan tweetlerin genellikle enformasyon kaygısı ile oluşturulduğu görülmektedir. Bunun sebebi gündem ağları içindeki topluluğa ya da gruba hitap eden bir fikir bildirimi veya enformasyon bildiriminin gündem ağının etkileşim dinamiğini oluşturmasından dolayıdır. Toplumsal uyarı bildirimi kategorisi de enformasyon kaygısı temasından hareketle açığa çıkmıştır. Gündem ağlarının temsil ettiği toplumsal yapıya enformasyon üretimi ile oluşturulmuş tweetlerle ulaşmanın ve bir uyarı bildirimi içinde bu gruba seslenmenin belirlenmesi ile toplumsal uyarı bildirimi kategorisi oluşmuştur. Genellikle enformasyonun didaktik bir dil kullanımı ile aktarılması toplumsal uyarı bildirimi için önemli bir göstergedir.

4.1.3.2. Eleştiri bildirimi

Gündem analizi içinde ele alınan tweetlerin enformasyon kaygısı ile oluşturulmasını konu edinen eleştiri bildirimi kategorisi, gündem ağları içinde şahsi fikir bildirimi ile paylaşım yapan bir kullanıcı tipine işaret edebilmektedir. Fakat tweet içinde eleştirel bir dil kullanımı varsa ve ele aldığı konuda eleştirel bir tavır içindeyse o profilin attığı tweetin enformasyon kaygısı içerisinde eleştiri bildirimli bir tweet olduğu çıkarımı yapılabilir. Örneğin; dil kullanımı tablosu²⁰ ile enformasyon kaygısı tablosu²¹ karşılaştırıldığında D10 profilinin iki kategoride de ortak olduğu tespit edilmiştir. D10 profilinin eleştirel dil kullanımının yanında şahsi fikir bildirimli tweetler paylaşması ve gündem ağı içerisinde gündeme dair paylaşımlar yapması, kelime bulutu analizinde de gündem profili olarak belirlenmesi, eleştiri bildirimi kategorisinin enformasyon kaygısı teması içinde önemli bir değişken olduğunu göstermektedir.

4.1.3.3. Şahsi enformasyonu yayma

Gündem analizi içinde ele alınan tweet incelemelerinde tespit edilen şahsi enformasyonu yayma kategorisi aslında enformasyon kaygısı teması içinde genel bir alanın içinde yer almaktadır. Şahsi enformasyonu yayma, bir enformasyon kaygısı içerir ve enformasyon üretiminin kendi içinde kategorize edilmesine dayanır. Tweet enformasyonu yayılımı iki türdür; birincisi tutarlı ve bilimsel bir yapı içinde kanıta dayalı enformasyon üretimi, ikincisi şahsi fikir ve çıkarımlara dayalı enformasyon üretimi. Bu kategorik ayrım incelenecek tweetin yapısına dair birçok fikir vermesinin yanında ilişkili gündem ağı içindeki iletişim akışında enformasyon ağlarını da görünür kılar. Dolayısıyla şahsi enformasyonu yayma kategorisi enformasyon ağlarını, gündem ağlarında ayrı bir alanda incelemeye fırsat tanır.

²⁰ Bkz. EK-2. Dil Kullanımı

²¹ EK-4 Enformasyon Kaygısı

4.1.3.4. Yanlış enformasyon yayılımı

Gündem analizinde tespit edilen önemli kategorilerden biri de yanlış enformasyon yayılımıdır. Bu kategorinin tespit edilebilmesi için öncelikle gündem ağı içerisinde yayılan enformasyonun doğru olup olmadığına dair bir araştırma yapılması gerekmektedir. Teyit edilmiş bilginin paylaşımı, gündem ağı içinde yayılan tweetlerin üretim hızı düşünüldüğünde, oldukça zahmetlidir. Bu durum gündem ağı içerisinde tweet atan kullanıcıların çoğunluğu için geçerlidir. Dolayısıyla bir enformasyonun doğruluğu veya yanlışlığı değil gündem ağı içindeki yoğunluğu ve hacim artışı önemlidir. Yanlış enformasyonun, yanlış olduğu tespit edildikten sonra elde edilen kategorilerde artış gözlemlenmiştir. İlk olarak yanlış enformasyonun yayılımı tespit edilmiş ve kullanıcının bundan haberdar olup olmadığı incelenmiştir. Kullanıcı haberdar değilse bu kategoriye girmektedir. A9, C9 ve B9 profilleri bu kategori için örnek verilebilir.

4.1.3.5. Yanlış enformasyonun yayılımı bildirimi

Gündem analizi içinde elde edilen yanlış enformasyonun yayılımı bildirimi kategorisi, yanlış enformasyon yayılımı kategorisi ile bağlantılıdır. Enformasyon kaygısının tespitinin ardından gündem ağı içerisindeki tweet akışında toplanan tweetlerin bir kısmının içeriği gündem ağı içinde yayılan bu enformasyonun yanlış olduğu ve olabileceği bildirimi üzerinedir. Bu durum artış gösterdiğinde kullanıcılar için bu gündem ağında yanlış enformasyonun yanlış olduğuna dair bildirim içeren tweetler paylaşmaya başladılar. Dolayısıyla bu tweetler için genel manada bir enformasyon kaygısı tespit edilebilir. Örneğin B4 kullanıcısı enformasyon kaygısı için oluşturulan tabloda²² hem enformasyon yayılımı hem de yanlış enformasyonun yayılımı bildirimi kategorisi içinde yer almaktadır.

4.1.3.6. Yanlış enformasyonun doğru olduğuna dair fikir beyanı

Gündem analizi içinde tespit edilen yanlış enformasyonun doğru olduğuna dair fikir beyanı kategorisi Twitter gündem araştırmalarının genelinde nispeten az rastlanır bir durumu temsil eder. Nitekim bu araştırmada da yalnızca B4 profilinin tweetinde tespit edilmiştir.

²² Bkz. EK-4 Enformasyon Kaygısı

Ayrıca şahsi fikir bildiriminin yoğunluğu bu kategori için önemli bir gösterge olduğundan, B4 profilinin profil analizinde Avatar profil olarak kategorize edilmesi de olağan bir durumdur. Enformasyon kaygısı tespiti için önceki kategori açıklamalarında belirtilen aşamaların ve süreçlerin bu kategori için geçerli olmadığı belirlenmiştir. Dolayısıyla yanlış enformasyonun doğru olduğuna dair fikir beyanı, kullanıcının gündem ve enformasyon ağları içindeki akışı takip ettiğini göstermekte ve yanlış enformasyon bildirimlerine karşı gündem desteği içeren tweetleri paylaşmaya devam ettiğini belirtmektedir. Bu reflekse sahip bir Twitter kullanıcısı fiziksel dünyada sahip olduğu fikir ve görüşlerine aykırı bir durumu yok sayma yoluna giderek, kendi fikir ve görüşlerini paylaşımlarına yansıtma ve bunları enformasyon ağları içinde yayma amacı taşır.

4.1.3.7. Tarihi referans kullanarak yanlış enformasyonu doğrulama ve yayma

Gündem analizi için tespit edilen tarihi referans kullanarak yanlış enformasyonu doğrulama ve yayma kategorisi, yanlış enformasyonun doğru olduğuna dair fikir beyanı kategorisi ile bağlantılı bir söyleme sahiptir. Fakat tarihi referans vererek yanlış olduğu teyit edilen bir enformasyonu doğrulamak ve bunu gündem ağı içerisinde bir enformasyon ağı oluşturarak yayma amacı, farklı bir kategori oluşturmayı zorunlu hale getirmiştir. Burada amaçlanan gündem ağı içerisinde oluşan toplumsallığı koruma veya bu toplumsallık üzerinden etkileşim elde etme olarak düşünülebilir. Bu doğrultuda B7 profili bu kategori için uygun bir örnektir. Sonuç olarak tarihi referans kullanarak yanlış enformasyonu doğrulama ve yayma kategorisi her ne kadar spesifik bir alana yoğunlaşsa da tweet yapısının ve tweeti paylaşan kullanıcının amacının tespit edilmesini kolaylaştırmaktadır. İleri aşamada gelecekte yapılacak olan çalışmalarda ele alınacak gündemle birlikte değiştirilerek uyarlanabilecek bir yapıdadır.

4.1.3.8. Örnek olay destekli fikir bildirimli enformasyon üretimi

Gündem analizi içinde tespit edilen örnek olay destekli fikir bildirimli enformasyon üretimi kategorisi, tweet yapısının ve kullanılan dilin belirlenmesi amacıyla kurgulanmış bir kategoridir. Gündem ağı içinde yayılan enformasyon üzerinden kullanıcının kişisel duyumlarına dayanan veya tanık olduğu herhangi bir durumu aktararak gündem içeriğine

destek verme amacını taşıyan bir tutumdur. D1 profili bu kategoriye örnek olarak gösterilebilir. Sonuç olarak örnek olay üzerine kurgulanmış bir enformasyon üretimi, gündem ağı içinde tweeti atan kullanıcı için bir etkileşim kazanma olanağı sunar.

4.1.3.9. Tanımlayıcı fikir bildirimli enformasyon üretimi

Gündem analizi incelemesinde tespit edilen tanımlayıcı fikir bildirimli enformasyon üretimi kategorisi, enformasyon kaygısı temasıyla oldukça benzerdir. Bu benzerlik enformasyon üretiminin doğası ile alakalıdır. Tanımlama, enformasyon üretimi sürecinin başat bir aktörüdür. Fakat fikir bildirimi nosyonu, enformasyon kaygısı tespit edilen tweet içeriğini öznel bir perspektife taşımaktadır. Bu araştırmada enformasyon kaygısı taşıyan tüm tweetlerde yoğun olarak öznel bir dil kullanımı²³ tespit edilmiştir. Fakat tanımlayıcı fikir bildirimli enformasyon üretimi kategorisi bu noktada farklılık gösterir. Bu farklılık kullanılan dilin didaktik bir üslubu içermesinden kaynaklanmaktadır. Buna örnek olarak C7 profili verilebilir. C7 profili tanımlayıcı fikir bildirimli enformasyon üretimi kategorisi içinde yer almış ve dil kullanımı teması içinde didaktik dil kullanımı tespit edilmiştir. Gündem ağı içerisinde enformasyon kaygısı içeren tweetlerle mukayese edildiğinde, bu kategorinin fikir bildirimi aşaması enformasyon ağında gündem desteği yerine kendinin (kendi profilinin) yayılmasının amaçlandığını göstermektedir.

4.1.3.10. Enformasyon üretimi odaklı tepkisel fikir bildirimi

Gündem analizi içinde tespit edilen enformasyon üretimi odaklı tepkisel fikir bildirimi kategorisi, eleştiri bildirimi kategorisi ile bağlantılı bir yapıya sahiptir. Fakat tepkisel fikir bildirimi tweetin yapısı içerisinde enformasyon kaygısı için önemli bir değişken olduğu için enformasyon üretimi odaklı tepkisel fikir bildirimi adıyla ayrıca kategorilendirilmiştir. Bu kategori için protest profil ağını da çağrıştırabilir. Fakat enformasyon üretimi bir tweet içerisinde odak noktadaysa protesto bildirimi veya protest profilden bahsetmek zorlaşır. Örneğin D2 ve D10 profillerinin tweetlerinde bu kategoriye rastlanmıştır. Her iki tweet içinde eleştirel dil kullanımı ortak bir alandır. Ayrıca gündem ağları içinde hashtag kullanımları gündem içi fikir bildirimini mümkün kılmaktadır.

²³ Bkz. EK-2. Dil Kullanımı

Dolayısıyla enformasyon üretimi odaklı tepkisel fikir bildirimi kategorisi için gündem ve enformasyon ağları içindeki tweet akışından faydalanarak gerekli olan enformasyon üretimini sağlayan tweetlerde yaygın olarak tespit edilebileceği söylenebilir.

4.1.3.11. Açıklayıcı enformasyon kaygısı

Gündem analizi içinde tespit edilen enformasyon kaygısı temasına bağlı kategori, açıklayıcı enformasyon kaygısıdır. Bu kategori tweet yapısı itibarıyla diğer kategorilerden ayrılmaktadır. Örnek olarak bu araştırmada incelenen, C7 profilinin paylaştığı tweette açıklayıcı enformasyon kaygısı tespit edilmiştir. Tweetin içeriğinde öznel, eleştirel ve gündelik bir dil kullanımı olsa da gündem ağına yönelik açıklayıcı bir üslup kullanılmıştır. Gündem profil ağıyla kesişen noktalar belirlenmiştir. Dolayısıyla enformasyon kaygısının gündem ağında oluşan söyleme yönelik bir açıklama niyeti bu kategori içinde yer alacak tweetler için önemli bir göstergedir. Enformasyon kaygısı gündem ve enformasyon ağı içinde hareket eden tüm tweetleri odağına almaktadır. Bu hashtag kullanımlı gündem içi bildirim tweetleri için geçerli olan bir çıkarımdır. Açıklayıcı enformasyon kaygısının tespit edildiği tweetlerde ise hashtag kullanımı gözlemlenmekle birlikte enformasyon ağına yönelik bir içerik üretimi de mevcuttur. Bu içerik üretimi öznel bir dil kullanımına ve şahsi fikir bildirimine dayalıdır. Sonuç olarak açıklayıcı enformasyon kaygısı kategorisi, Twitter gündem ağı örüntüsü içinde enformasyon ağlarının görünümünü ve tespitini kolaylaştırmasının yanında, enformasyon kaygısının geniş söylem alanı içinde spesifik bir alanı temsil ettiği için işlevsel bir kategoridir.

4.1.3.12. Enformasyon kaygısı yok

Gündem analizi içinde tespit edilen enformasyon kaygısı temasına bağlı son kategori enformasyon kaygısı yok kategorisidir. Adından da anlaşılacağı üzere incelenen tweetin içeriğinde tweeti paylaşan kullanıcının enformasyon kaygısı taşımadığına yönelik bir belirlenimi ifade etmektedir. Bu kategorinin oluşması enformasyon kaygısı teması içinde yer alan tüm kategorilerden bağımsız olmasından kaynaklanmaktadır. Enformasyon kaygısı taşımayan tweetler genellikle gündem ağı içinde oluşan enformasyon alışverişine katkı sağlamayı ve oluşan gündem içinde şahsi fikir ve görüş bildirimleri sınırlılığını taşımaktadır.

Örneğin A1 ve A7 profillerine bakıldığında nonim veya yarı-anonim kimlik belirlenimin yapıldığı ve Avatar profil ağına dahil oldukları görülmektedir. Gündem ağı içinde hashtag kullanımı parametresinde bu profillerin farklılaştığı görülse de enformasyon kaygısı taşımayan tweetlerinin odağı gündem ağına destek vermek olarak tespit edilmiştir.

4.1.4. Tema 4: Dil Kullanımı

Twitter sosyolinguistik araştırmalarda nicel veri kullanımı için uygun bir alan değildir (Jelske vd., 2021, s. 12). Dolayısıyla bu araştırmada tweet incelemelerindeki dil kullanımı nitel bir yaklaşımla ele alınmıştır. Twitter üzerine yapılan dil kullanımı odaklı çalışmaların çoğunluğu dildeki değişimler üzerine yoğunlaşmaktadır. Fakat tweetler üzerinden dil kullanımlarını tespit ve tasnif etmeye yönelik çalışmalar da mevcuttur.²⁴ Örneğin tweet yapıları üzerine Arslan (2017)'nin çalışmasında dil kullanımları şu şekilde tespit edilmiştir:

Konuşma dilinde var olan durumların yazı diline yansımaları, yazının görüntüsel göstergelerle birlikte kullanılması, Türkçe karakterler yerine yabancı dillerdeki karakterlerin kullanılması, harflerin eksilmesi veya vurgu için artırılması, cümle içerisinde bazı sözcüklerin büyük harflerle yazılması, noktalama işaretlerinin kullanılmaması (Aslan, 2017, s. 154-55). Bu bulgular tweet yapısına doğrudan dil kullanımı odağı ile yaklaşıldığı için genel bir perspektifi yansıtmaktadır. Bu araştırmada gündem ve enformasyon ağı içinde içerisinde profil analizi yaklaşımı ile birlikte ele alınan tweetlerdeki dil kullanımları tüm bu değişkenlerle birlikte yeniden oluşturulmuştur. Tweet yapıları üzerine kapsamlı bir araştırma olan M. Binark ve G. Bayraktutan önderliğinde hazırlanan “Sosyal Medyada 2011 Genel Seçimleri: Nicel-Nitel Arayüzey İncelemesi” başlığı taşıyan çalışmada ise 2011 genel seçimleri konusu ele alındığından dolayı siyasi içerikli ve politik aktörler tarafından oluşturulan içerikler analiz edilmiştir. Bu analiz sonucunda dil kullanımları şu şekilde belirlenmiştir; Metafor: Eğretileme, Metanomi: Düzdeğişmece, Yananlam, Atasözü,

²⁴ Friz dilinin Twitter kullanımı içerisindeki yapısını konu edinen araştırma için bkz. Jelske, D., Wilbert, H., Lysbeth, J.-F., & Hans, V. d. (2021). Using Twitter Data for the Study of Language Change in Low-Resource Languages. A Panel Study of Relative Pronouns in Frisian. *Frontiers in Artificial Intelligence* (4). Türkçe diline yönelik Twitter’da yapılan araştırmalar için bkz. Karahisar T. (2013) Dijital Nesil, Dijital İletişim ve Dijitalleşen (!) Türkçe, *Academic Journal of Information Technology*. Ayrıca bkz. Aslan, E. (2017). Twitter’da Dil Kullanımları Üzerine Bir İnceleme. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi* (52), 148-160.

Özlüsöz kullanımı; Yerli-Yabancı, Özlüsözün kim tarafından söylenmiş olduğu; YazarlarDüşünürler-Medya mensupları-Devlet adamları-Dini önderler-Anonim, Deyim (Bayraktutan, ve diğerleri, 2012, s. 22-23). Bu çalışmanın devamında incelenen tweetler için bir de kullanılan üslup üzerinden yapılmış kategorilendirmeler mevcuttur. Her iki çalışmada da birbirleri ile bağlantılı yönler olsa da çalışmanın odağına göre yeni kategorilendirmeler ve temalandırmalar oluşturulmak mecburiyeti görülmektedir. Dolayısıyla araştırma nesnesi özellikle Sosyal Medya araştırmalarında araştırma sorusuna ve amacına göre şekillendirilmelidir. Bu çalışmada da Twitter’da var olan gündem ağlarındaki toplumsal yapının görünür olmasına yönelik olan amaç doğrultusunda belirlenen dil kullanımı temasındaki kategoriler, bu perspektifle kodlanmıştır.

4.1.4.1. Öznel dil kullanımı

Gündem analizi içinde tespit edilen tweetlerin yapısını incelemek için oluşturulan öznel dil kullanımı kategorisi, dil kullanımı temasının en yoğun kümelendiği kategoridir. İncelemeye alınan neredeyse tüm tweetlerde öznel dil kullanımı gözlemlenmiştir. Bu durum bu çalışmada gündem analizinden sonraki aşama olan profil analizi içinde oluşturulan kelime bulutu incelemesinde de tespit edilmiştir. Öznel dil kullanımı, tweeti atan kişinin yorumlamalarını ve fikir bildirimlerini kategorize etmeyi amaçlar. Bu tespiti yapabilmek için kelime seçimlerinde kullanılan iyelik eklerine ve kullanılan kelimeyi kişiye bağlayan ifadelerle odaklanılması gerekmektedir. Daha önce belirtildiği gibi öznel dil kullanımı bu çalışmada rastlanılan en yoğun dil kullanımıdır²⁵. Bunun sebebi elbette ki Twitter’ın bir *mikro-blog*²⁶ olması özelliği taşımasından kaynaklanmaktadır. Fakat bunun yanında gündem ağları içinde yer alan tweetlerin şahsi fikir bildirme amacının yoğun olması da sık rastlanılmasının sebeplerinden biri olabilir. Öznel dil kullanımı, gündem kullanımı ve enformasyon kullanımı kategorileriyle oldukça bağlantılı bir kategoridir. Bu durum gündem ağlarının yapısını oluşturan tweetlerin öznel dil kullanımlı tweetler olmasından ileri gelmektedir. Sonuç olarak Twitter’da gündem ağlarının belirginleşmesi, büyük oranda öznel dil kullanımı görülen tweetlerin tespit edilmesiyle kolaylaşmaktadır.

²⁵ Bkz. EK-2. Dil Kullanımı

²⁶ Bkz. Thoms, Brian (2012) “Student Perceptions of Microblogging: Integrating Twitter with Blogging to Support Learning and Interaction” Journal of Information Technology Education: Innovations in Practice, 11, 179-196.

4.1.4.2. Didaktik dil kullanımı

Dil kullanımı kategorisi içerisinde az rastlanır olsa da didaktik dil kullanımı kategorisi incelenen tweetlere olan bakış açısı için önemli bir göstergedir. Didaktik söylemin kendisi genel olarak enformasyon üretimini çağrıştıran bir yapıdadır. Tweet incelemesinde didaktik bir söylemin tespit edilmesi kullanılan kelime seçimlerine ve üsluba bağlı bir belirlenimdir. Didaktik dil kullanımının özellikleri tweet yapısının fikir bildiriminin hangi araçlarla kullanıldığına, enformasyon kaygısı taşıyıp taşımadığına ve gündeme dair olan paylaşımlarda hangi ağlardaki akışının tercih edildiğine göre sıralanabilir. Bu dil kullanımı kategorisine örnek olarak C6 profilinin tweeti verilebilir. Tweet içeriğindeki tanımlayıcı fikir bildirimli enformasyon kaygısı ve hashtag kullanımlı gündem tweeti belirlenimleri didaktik dil kullanımı kategorisinin özelliklerini yansıtmaktadır. Ayrıca C6 profilinin Profil analizinde Avatar profil olarak kategorize edilmesi Twitter Gündem Analizi için ele alınacak olan tweetlerdeki didaktik dil kullanımında önemli bir saptamadır. Didaktik dil kullanımı enformasyon kaygısı açısından her ne kadar Gündem veya Politik profil tipleri için tercih edilebilecek bir dil kullanımı olsa da Avatar profil olarak tespit edilen bir kullanıcının bu kategoride yer alan bir dil kullanımı tercih etmesi kategorik olarak önemli bir bulgudur.

4.1.4.3. Mizahi dil kullanımı

Gündem analizi içinde incelenen tweetlerde tespit edilen, diğer dil kullanımı kategorilerinden daha az olan mizahi dil kullanımı, tweetin yapısı ve tweeti atan kullanıcıya dair önemli izlenimler verdiği için özerk bir kategori olarak belirlenmiştir. Mizahi dil kullanımı yapısal olarak eleştirel dil kullanımı ile benzerlik gösterse de sarkastik üslup ve enformasyon kaygısının olmadığı göz önüne alındığında farklı bir tweet yapısını işaret etmektedir. Örneğin araştırmada ele alınan C9 profilinin gündem analizine bakıldığında tweetinin etkileşim amacı taşıdığı ve enformasyon kaygısı taşımadığı görülmektedir. Aynı profilin, profil analizine bakıldığında Politik profil ağı içerisinde yer aldığı görülmektedir. Özellikle mizahi dil kullanımı gündem ağı içerisinde oluşan tweet iletişimde göze çarpan bir durumdur. Sonuç olarak mizahi dil kullanımı bu araştırma içinde seyrek görülmüş olsa da bir tweetin ve o tweetin sahibinin gündem ağı içindeki konumunu tespit edebilme açısından önemli bir kategoridir.

4.1.4.4. Eleştirel dil kullanımı

Gündem analizi içinde incelenen tweetlerde tespit edilen eleştirel dil kullanımı gündem ağlarının oluşmasının en temel göstergelerindendir. Gündem ağları, belirlenen gündeme yönelik fikir ve görüş bildirimli tweetlerden oluştuğu için tweet yapısı içinde kullanılan dilin eleştirel olması kaçınılmazdır. Öznel dil kullanımından sonra dil kullanımı temasında en sık rastlanan kategori olan eleştirel dil kullanımı, gündem analizi içindeki önemli göstergelerdendir. Bu sebeple gündem ağlarının iletişim kanallarında eleştirel dil kullanımının görüldüğü tweetler oldukça belirgindir. Örneğin; bu araştırma içinde incelenen A6 ve D5 profillerinin tweetlerinde eleştirel dil kullanımı tespit edilmiştir. Her iki tweet içinde de gündem desteği kategorisi ve enformasyon yayılımı ortak kategori olarak görülmektedir. Sonuç olarak eleştirel dil kullanımı kategorisinin gündem analizi araştırmalarında tweet yapısına ve gündem ağı izlenimi için oldukça işlevsel olduğu belirlenmiştir.

4.1.4.5. Gündelik dil kullanımı

Gündem analizi içinde incelenen tweetlerde tespit edilen gündelik dil kullanımı kategorisi, öznel dil kullanımı kategorisi ile bağlantılı bir yapıdadır. Bunun sebebi, özellikle şahsi fikir bildirimi görülen tweetlerin yapısındaki öznelliğin, ifade biçimini belirlemesi olarak gösterilebilir. Gündelik dil kullanımının belirlenmesinde yazım yanlışları, argo kullanımı ve tweet kurgusunda yazınsal bir söylemden ziyade sözsel bir söylemi anımsatması gibi göstergeler kullanılabilir. Dolayısıyla gündelik dil kullanımının rastlandığı tweetlerin kullanıcılarında enformasyon kaygısına rastlanmamaktadır. Örneğin; bu araştırmada incelenen profillerden olan A7 profilinin gündem analizinde enformasyon kaygısının olmadığı ve hashtag kullanılmadığı görülmüştür. Aynı profilin, profil analizinde Avatar profil ağına dahil olduğu belirlenmiştir. Sonuç olarak tweet analizlerinde Twitter profillerine yönelik belirlemeler için olan gündelik dil kullanımı oldukça önemli bir kategoridir.

4.1.4.6. Genelleyici dil kullanımı

Gündem analizi içinde incelenen tweetlerde tespit edilen genelleyici dil kullanımı, tweet yapısı içinde belirli bir tutumun göstergesi olarak belirlenmiştir. Bu dil kullanımında tweet içerisinde bahsedilen bir grup ve bu gruba yönelik fikir bildirimleri gözlenmektedir. Ayrıca bu tweetlerin gündem ağı içerisindeki iletişim kanallarında yer alan tweetlerde sıkça gözlemlenebildiği eklenebilir. Dolayısıyla belli bir grup üzerinden eleştirel bir tutumun belirlendiği bu dil kullanımına sahip tweetler genellikle politika gündemi çevresinde yoğunlaşmaktadır. Örneğin bu araştırmada incelenen A8 profilinin tweetine bakıldığında genelleyici dil kullanımına rastlanmıştır. Bu profilin politik profil ağına dahil olması da tesadüf değildir. A8 profilinin tweet yapısına bakıldığında ise enformasyon kaygısının olmaması ve ilave hashtag kullanımının görülmesi belirlenmiş olan gündem ağına yönelik eleştirel fikir bildirimini amaçladığı sonucunu ortaya çıkarmaktadır. Özetle genelleyici dil kullanımı kategorisi mercek altına alınan tweetin, tweet yapısına dair önemli bulgular elde edilmesine katkı sağlar.

4.1.4.7. Betimleyici dil kullanımı

Gündem analizi içinde incelenen tweetlerde tespit edilen betimleyici dil kullanımı öznel veya eleştirel dil kullanımlarını içine alan kategoriler kadar yaygın bir kullanım değildir. Tweet içeriğine yönelik detaylı bir okuma gerektiren betimleyici dil kullanımı kategorisi, belirlenmiş olan gündeme dair edebi bir üslupla oluşturulmuş tweetlerde ortaya çıkar. Bununla birlikte tweetin yapısı bu edebi üsluba göre şiirsel bir dizgiyi takip eder. Enformasyon kaygısına bu sebeple betimleyici dil kullanımlarında az rastlanır. Gündem ağı içinde oluşan tweetler arasında kolayca fark edilebilen betimleyici dil kullanımına bu araştırmada C2 profilinin paylaşımında rastlanmıştır. C2 profilinin profil analizinde Avatar profil ağı içinde yer aldığı görülmüş, gündem analizinde ise paylaştığı tweette gündem içi bildirimli hashtag kullanımı ve enformasyon kaygısının olmadığı tespit edilmiştir. Sonuç olarak betimleyici dil kullanımlı tweetlerin gündem ağı içinde gündem desteğine yönelik kullanıcı tutumlarının belirlenmesinde işlevsel olduğu saptanmıştır.

4.1.4.8. Sloganik dil kullanımı

Gündem analizi içinde incelenen tweetlerde tespit edilen son kategori olan sloganik dil tutumu, eleştirel dil kullanımı ile yakın bir ilişki içindedir. Eleştirel dil kullanımlarında yaygın olarak görülen politik söyleme dayalı ifadeler, sloganik dil kullanımında önemli bir rol oynamaktadır. Fiziksel dünyada protesto geleneğine dayanan slogan atma eyleminin yazınsal ifadesini temsil eden bu kategori gündem ağları açısından yoğun bir etki gücüne sahiptir. Bu araştırmada C5 profili sloganik dil kullanımı kategorisinin belirlendiği bir profildir. C5 profilinin attığı tweetin gündem analizi neticesinde enformasyon kaygısı taşımadığı ve hashtag kullanımlı gündem desteğini amaçladığı saptanmıştır. Profil analizinde ise C5 profili Politik profil ağı içerisinde değerlendirilmiştir. Sloganik dil kullanımının gündem ağlarında gündem desteği konusunda en güçlü dil kullanımı olduğu söylenebilir. Sonuç olarak sloganik dil kullanımı eleştirel şahsi fikir ve görüşlerin bildiriminin yanında tweet yapısı itibarıyla gündem ağları içerisinde en çabuk fark edilen kategori olarak belirlenmiştir.

4.1.5. Tema 5: Gündem Kullanımı

Gündem kullanımı teması Twitter Gündem Analizi içerisindeki en önemli temalardan biridir. Bu tema sayesinde gündem ağları içerisindeki trafiği gözlemlerken kullanılabilecek ve önemli değişkenler ifade edebilecek kategoriler ortaya çıkmıştır. Bu kategoriler araştırma boyunca incelenen tweetlerin gündem kullanımını ne şekilde yaptıklarını konu edinmektedir. Dolayısıyla gündem kullanımları, o kullanıcıların gündem ağları içerisinde yer aldıkları konumu işaret edebilmektedir.

Bu tema içerisinde gündem kullanımının olmadığı bir kategori oluşmamıştır. Çünkü gündem analizleri içerisinde incelemeye alınan tweetler seçilen gündemler doğrultusunda tespit edilmiştir. Bu sebeple tamamında gündem kullanımları görülmektedir.

Gündem kullanımı, bütünlüklü bir toplumsal bilinç araştırması yapmaya olanak tanıyabilir. Bunun sebebi, gündem kullanımlarındaki gerek söylem ve dil kullanımı incelemeleri, gerek enformasyon üretimi ve yayılımı gibi göstergelerin toplumsal bilinç düşüncesine yönelik bir saptama yapmak için gerekli olan veriyi sağlayabilmeleridir. Bu

sebeple gündem kullanımı teması geniş bir mediumu içerir. Aynı zamanda araştırma bulgularının genel ölçeğini de sınırlamaktadır.

4.1.5.1. Hashtag gündemi tweeti

Gündem analizi içinde incelenen tweetlerin gündem kullanımı teması içinde tespit edilen hashtag gündemi tweeti bu tema içerisindeki tüm kategoriler ile ilişki içindedir. Bu sebeple en sık görülen gündem kullanımı kategorisi olarak hashtag gündemi tespit edilmiştir. Bu kategoride tweet içerisinde hashtag kullanımı mevcutsa ve bu hashtag kullanımı sadece gündem ile ilgili bir içeriği oluşturuyorsa genel olarak hashtag gündemi tweeti olarak adlandırılmıştır. Aslında gündem ile ilgili ortaya çıkan hashtaglerin kullanımları hashtag gündemi tweeti kategorisi içine girebilmektedir. Fakat kategorik ayrımlar sayesinde hashtag gündem ağındaki tweet yapıları ayırt edilebilir hale gelebilmektedir. Örneğin; A1 kullanıcısının attığı tweet bu kategori için örnek gösterilebilir. Tweetin yapısı incelendiğinde enformasyon kaygısı olmayan gündem içi bir tweet bildirimi olduğu görülmektedir. Bu durum basitçe hashtag gündem tweeti ile bağlantılandırılmış ve A1 profili analizinde de Avatar profil olarak tespit edilmiştir. Genel anlamda Hashtag gündemi tweeti, hashtag kullanılarak yapılan gündem ile ilgili içerik paylaşımlarında görülmektedir.

4.1.5.2. Etkileşim amaçlı Hashtag gündemi tweeti

Etkileşim amaçlı hashtag gündemi tweeti kategorisi, tıpkı hashtag gündemi tweeti kategorisi gibi, kullanıcının hashtag kullanarak gündem içi tweet bildiriminde bulunduğu bir kategoridir. Bu kategori içerisinde ayırt edici taraf etkileşim amaçlı olmasıdır. Bir tweetin etkileşim amaçlı atılıp atılmadığı kullanılan hashtag yapısı ve dil kullanımına bağlı tweet yapısı üzerinden tespit edilebilmektedir. Örneğin ilave bir hashtag kullanımı, gündem ile ilgili ek bir enformasyon, ayrıca kullanılan gündem ve enformasyon ağları tweetin etkileşim amaçlı olup olmadığının göstergeleridir. “Etkileşim amaçlı” ifadesi tweetin görünürlüğünün artırılmasının, beğeni ve retweet edilme sayılarının yükselmesinin hedeflendiği durumlar için geçerlidir. Kısaca tweetin popüler bir tweet haline gelmesi için gösterilen çabanın adıdır. Örneğin A4 profili etkileşim amaçlı hashtag

gündemi tweeti kategorisi için örnek bir profildir. Bu profilin öznel bir dil kullandığı ve profil analizinde Avatar profil olarak belirlendiği görülmektedir. Bağlantılı olarak etkileşim amaçlı hashtag gündemi tweeti kategorisi içine giren tweetleri paylaşan kullanıcıların genellikle öznel bir dil kullandıkları ve Avatar profil olarak belirlenebilmelerinin mümkün olduğu görülmektedir.

4.1.5.3. Eleştirel gündem tweeti

Eleştirel gündem tweeti kategorisi dil kullanımının etkisiyle oluşturulmuş bir kategoridir. Dil kullanımında yer alan eleştirel söylem, incelenen tweetin yapısına ve tweeti atan kullanıcıya dair önemli bir göstergeyi işaret eder. Bu gösterge kullanıcının profil ağları içinde nerede konumlanacağından, enformasyon ağındaki konumuna kadar birçok noktada gözlemlenebilir bir olguyu açığa çıkarmaktadır. Örneğin; D7 profilinin tweetinde eleştirel gündem tweeti kategorisi saptanmıştır. Bu tweetin ayrıca eleştirel dil kullanımı ve enformasyon yayılımı kategorilerinde de yer aldığı görülmektedir. Profil analizinde ise D7 profili enformasyon profili olarak adlandırılmıştır. Enformasyon ağlarında eleştirel dil kullanımı ve eleştirel söylemi barındıran içerik oldukça yaygındır. Bu nedenle eleştirel gündem tweeti, Twitter Gündem Analizi için önemli bir belirlenimdir.

4.1.5.4. Enformasyon kaygılı eleştirel gündem tweeti

Enformasyon kaygısı Twitter Gündem Analizi içinde incelenen tweetlerin yapısı için belirlenen bir kategoriye, Gündem Analizi teması içindeki gündem tweeti olarak tekrar karşılaşılan bir değişken olmuştur. Enformasyon kaygılı eleştirel gündem tweeti esasında Enformasyon kaygısı kategorisi Eleştirel Dil Kullanımı kategorisi ve Gündem tweeti kategorisinin birleştiği melez bir kategoridir. Bu tür tweetlerin gündem olan konu ile ilgili eleştirel olması ve enformasyon kaygısı taşımaları gündem analizi için oldukça önemlidir. Bunun nedeni gündem ağları içerisindeki enformasyon akışını gözlemlemeyi kolaylaştırmalarıdır. Örneğin; A6 profilinin tweetinde gündem kullanımının Enformasyon kaygılı eleştirel gündem tweeti olduğu saptanmıştır. Bu profilin kullandığı dili ve enformasyon kaygısı taşıyıp taşımadığı kategoriden dolayı açıktır. A6 profili

Twitter Profil Analizinde de Gündem Profili olarak belirlenmiştir. Bunun sonucunda eleştirel dil kullanımı ile enformasyon kaygısı taşıyan tweet paylaşımlarının doğrudan Gündem Profili ile ilişkilendirilebileceği sonucuna ulaşılmıştır.

4.1.5.5. Anahtar sözcük kullanımlı gündem tweeti

Anahtar sözcük kullanımlı gündem tweeti aslında hashtag kullanılmadan atılmış olan gündem tweetlerini ifade etmek için oluşturulmuş bir kategoridir. Bu durum gündem tweetleri içerisinde önemli bir değişkendir. Bunun sebebi tweet yapısının ve kurgusunun hashtag gündem ağı içerisinde değil konunun gündemi ile ilgili fikir bildirimi amacı taşıyan enformasyon ağları içerisinde tespit edilebilmesidir. Tespit edilmesi için hashtag kullanılması zorunlu değildir. Hashtag kullanımı herhangi bir paylaşımın, gündemin başlığı altında listelenen tweetler arasında görünmesi amacını taşımaktadır. Fakat anahtar sözcük kullanımı da gündemin Twitter Trendler Listesinde yer almasına engel değildir. Anahtar sözcük kavramı ile kastedilen Twitter Trendler Listesi içerisindeki başlığa referans olacak kelime kullanımıdır. Örneğin; B1 profili bu kategoride yer alan bir profildir. Gündem analizi içinde incelenen tweette hashtag kullanımının olmadığı ve politik, eleştirel ve öznel bir dil kullandığı görülmüştür. Dolayısıyla profil kullanımında özgür bir alanın görüldüğü söylenebilir. Ek olarak B1 kullanıcısının Profil Analizinde Avatar profil olarak belirlenmesi buna işaret etmektedir.

4.1.5.6. Hashtag kullanımlı gündem desteği tweeti

Hashtag kullanımlı gündem desteği tweeti, Anahtar sözcük kullanımlı gündem tweeti kategorisi ile ilişkili bir kategoridir. Fark olarak tweet yapısında hashtag kullanımının görülmesi gösterilebilir. Hashtag kullanımlı tweet genel olarak kullanılan hashtag ağı içerisinde yayılmayı hedefler. Dolayısıyla bir tweet içerisinde hashtag kullanımı görüldüğünde bu tweet gündeme yönelik bir içeriğe işaret etmektedir. Hashtag ağları her zaman organik bir gündemi işaret etmese de bu ağlarda çoğunlukla gündem desteği içeriği taşıyan tweetler çoğunluktadır. Bu kategoride tespit edilen profillerden C5 profilinde bu kategoriye rastlanmıştır. C5 profilinin tweetinde enformasyon kaygısının olmayışı genelleyici ve öznel bir dil kullanması hashtag ağları içerisindeki tweetinin

konumunu göstermektedir. Ayrıca C5 profilinin Profil Analizinde Politik Profil olarak adlandırılması da hashtag kullanımlı gündem desteği kategorisi içerisinde yer alması ile bağlantılı bir bulgudur.

4.1.5.7. Hashtag kullanımlı politik söylem içeren gündem-üstü-gündem tweeti

Hashtag kullanımlı politik söylem içeren gündem-üstü-gündem tweeti kategorisi, Gündem kullanımı teması içerisinde özerk bir yapıyı temsil etmektedir. Fakat politik söyleme dayalı olması sebebiyle çok yönlü bir içeriği ifade eder. İncelenen tweetin dil kullanımının politik olması ve buna ek olarak gündem-üstü bir gündem kullanımını içermesinden dolayı bu kategori oluşmuştur. Gündem-üstü-gündem kavramı, gündem kullanımı içerisinde bir üst gündemi işaret etmektedir. Twitter’da gündem olan bir başlık aslında daha geniş bir kapsama yayılmış olan gündemlerle bağlantılı olabilir. Bu bağlantı gündem olan bir konunun içinde yine o konu ile bağlantılı alt gündemler vasıtası ile de oluşabilmektedir. Merkez gündem bu bağlantıların takibi ile tespit edilebilir. Merkez gündemler büyük çaplı ve uzun süreli gündemleri ifade etmektedir. Dolayısıyla hashtag olmuş olan bir gündemi kullanarak o gündemin merkez gündemine atıf yapılabilir. Bu araştırmada bu durum gündem-üstü-gündem kavramıyla açıklanmaktadır. Örneğin; Twitter Gündem Analizinde incelenen D10 ve D1 profillerinde bu kategoriye rastlanmıştır. Politik söylem içeren tweetlerin dahil edildiği bu kategorinin keşfedildiği profillerde genelde tepkisel tweetlerin atıldığı görülmektedir. Bu profillerin tweetlerinde enformasyon odaklı, sloganik ve eleştirel bir dil kullandıkları görülmüştür. Ayrıca Twitter Profil Analizinde D10 Gündem Profili, D1 ise Protest Profil olarak belirlenmiştir. Dolayısıyla hashtag kullanımlı politik söylem içeren gündem-üstü-gündem tweeti kategorisi genellikle Gündem profilleri veya Protest profillerde görülmektedir.

4.1.5.8. Protesto söylemi içeren gündem tweeti

Protesto söylemi içeren gündem tweeti kategorisi, dil kullanımı teması ile bağlantılı bir kategoridir. Bu bağlantıya sebep olan, tweetin içerdiği dilin eleştirel olmasıdır. Protesto söylemi tespit edilen tweetlerin çoğunluğu kelime bulutu incelemesinde de Protest Profil kategorisini oluşturmaktadır. Genellikle toplumsal eylem

çağrılarının, toplu eleştirilerin Twitter üzerinden duyurulması ve organize edilmesi bu tarz tweetlerin çoğalmasına neden olmaktadır. Gündem ağlarının oluşumunda da oldukça etkin olan sosyal medya protestoları enformasyon ağlarında da kalabalık bir hacme sahiptir. Bu kategorinin keşfedildiği D1 profilinin attığı tweette protesto söylemi tespit edilmiştir. Kişinin profil analizinde ise Protesto profil olarak adlandırıldığı görülmektedir. Dolayısıyla protesto söylemi içeren gündem tweetleri bağlantılı kategoriler için bir geçiş kategorisidir. Protesto söylemi içermesinin yanında sadece gündem odaklı tweet içeriklerinde bu tespit mümkündür.

4.1.5.9. Hashtag kullanımlı gündem-içi-gündem oluşturma tweeti

Hashtag kullanımlı gündem-içi-gündem oluşturma kategorisi esasında parçalı bir yapıya sahiptir. Bu parçaları hashtag kullanımı ve gündem-içi-gündem oluşturmaktır. Hashtag kullanımının bu araştırma için önemli bir gösterge olduğu daha önce belirtilmiştir. Hashtag kullanımının önemi paylaşılan tweet içerisinde hashtag kullanımına rastlanmasının, o tweetin gündem ağları içerisinde yayılmasının hedeflenmesinden kaynaklanmaktadır. Dolayısıyla tweet yapısındaki hashtag kullanımları, tweetin atılma nedenini ve tweetin mesajının hangi alıcıya veya alıcılara ulaşmayı amaçladığını gösterebilir. Gündem-içi-gündem oluşturma kavramı ise tweetin içeriği ile alakalı bir göstergedir. Tweet içeriğinde gündem ile alakalı bir içeriğin yanında yine o gündem ile alakalı başka bir gündem hakkında bir içerik üretildiği tespit edilirse bu tweetin gündem-içi-gündem oluşturma amacı taşıdığı düşünülebilir. Bu durumda ise genellikle oluşturulmak istenen gündeme dair anahtar sözcük “#” işareti kullanılarak hashtag haline dönüştürülür ve asıl gündem hashtagi ile birlikte kullanılır. Bunun sebebi tweetin asıl gündemin hashtag anahtarı ile gündem ağında dolaşıma girmesi ve oluşturulan gündem-içi-gündemin bu ağlar içinde akışa girmesinin amaçlanmasıdır. Araştırmada D8 profilinin tweetinde hashtag kullanımlı gündem-içi-gündem kategorisi tespit edilmiştir. Bu profilin attığı tweet gündem analizinde; ilave hashtag kullanımının, eleştirel ve öznel dil kullanımının ve enformasyon yayılımının gözlemlendiği bir tweet olarak kategorize edilmiştir. Twitter profil analizinde ise Protesto Profil olarak belirlenmiştir. İlave hashtag kullanımının ve enformasyon yayılımının göstergeleri bu kategorizasyon içinde önemli bulgular olarak kaydedilmiştir.

4.1.5.10. Hashtag kullanımlı kişisel gündem tweeti

Hashtag kullanımlı kişisel gündem tweeti kategorisi, öznel bir profil kullanımı ve Avatar profil tipi ile bağlantılı bir tweet içeriğini ifade etmektedir. Her ne kadar gündem içi bir tweet bildirimi olarak bu araştırma kapsamında keşfedilse de kişisel gündem olarak belirlenen içerik bildirimi gündem ağları içerisinde yayılım gösteren bir türü ifade ettiğinden dolayı önemlidir. Hashtag kullanımı daha önceki kategori açıklamalarında da değinildiği üzere yalnızca hashtag gündemi ile ilgili olmayabilir. Bunun sebebi hashtag ağları içerisindeki akış kullanılarak tweet etkileşimini çoğaltma amacıdır. Bu kategoriye örnek olarak Twitter Gündem Analizi için elde edilen tweetlerden A2 profilinin tweeti gösterilebilir. Tweet yapısında toplumsal uyarı bildirimi ve öznel bir dil kullanımı tespit edilmiştir. Ayrıca A2 profilinin bir Taraftar Profili olduğu tespit edilmiştir. Örnekte de görüldüğü üzere hashtag kullanımlı kişisel gündem tweeti kategorisi incelenecek olan tweetin yapısına ve gündem ağındaki konumuna yönelik fikir verebilmektedir. Gündem ağı içerisinde hashtag kullanımlı kişisel gündem tweetleri büyük bir alana sahip olmasalar da hashtag listesinde fark edilebilen bir yapıya sahiplerdir.

4.1.5.11. Politik söyleme dayalı gündem tweeti

Politik söyleme dayalı gündem tweeti kategorisi, salt gündem tweeti kategorisi içerisinde yer almasına rağmen ayrı bir yapıya sahiptir. Bu yapı içerisinde eleştirel dil kullanımı ve enformasyon yayılımı gözlemlenmiş fakat enformasyon üretimine dair bir bulguya rastlanmamıştır. Eleştirel dil kullanımı, eleştirel gündem tweeti kategorisini hatırlatsa da enformasyon ağları içerisindeki görünürlükleri hesaba katıldığından politik söyleme dayalı gündem tweeti başlı başına bir kategoriye gerekli kılmıştır. Örneğin; C1 ve D4 profillerinde politik söyleme dayalı gündem tweetine rastlanmıştır. C1 profilinde şahsi enformasyonu yayma ve eleştirel bir dil kullanımı tespit edilmiştir. D4 profilinde de hashtag kullanımlı gündem desteği ve sloganik bir dil kullanımı görülmüştür. D4 profilinin attığı tweette ayrıca enformasyon kaygısının olmaması politik söyleme dair fikir bildiriminin ayrı bir kategori gerektirdiğine örnek olabilmektedir. Bu iki profilde C1 profilinin Taraftar profili, D4 profilinin de Avatar profil olması politik söyleme dayalı gündem tweeti kategorisinin profil ağları içerisinde çoklu kategorik bir yapıyı içermesi önemli bir bulgudur.

4.2. Twitter Profil Analizine Dair Kategoriler ve Temalar

Twitter Profil Analizi, Twitter Gündem Analizi için toplanan veri setinin içinden belirlenmiş olan kullanıcıların attıkları son 1000 tweeti üzerinden analiz edildiği bir araçtır. Bu analiz sonucunda belirlenmiş 38 kullanıcının paylaştığı son 1000 tweet veri madenciliği tekniğiyle çekilmiş, R-Studio programı kullanılarak temizlenmiş, kelime bulutu şeklinde görselleştirilerek incelenmiştir. İncelenen kelime bulutu görsellerinde yer alan kelimelere göre kodlanmış ve kelimelerin ifade ettiği anlamlara göre kümelenendirilerek kategorilere ayrılmıştır. Twitter Profil Analizi içinde incelenen kelime bulutu görsellerinde Twitter profil ağları göstergesi içinde bir sınırlılık belirlendiğinden dolayı tek bir tema belirlenmiştir. Bu tema, Profil Ağları olarak isimlendirilmiştir. Bu tema içerisinde yer alan kategoriler sırasıyla: Avatar Profil, Gündem Profili, Taraftar Profili, Protest Profil, Enformasyon Profili, İçerik Profili, Politik Profil.

Araştırmanın ilerleyen bölümlerinde tüm bu kategorilerin ve temanın ne ifade ettiği ve neden oluşturuldukları ayrıntılı bir şekilde örneklendirilerek sunulacaktır.

4.2.1. Tema 1: Profil Ağları

Twitter profil analizinde yapılan kelime bulutu incelemesinde tespit edilen 7 adet kategorinin bağlandığı tema olan profil ağları, bu çalışmada incelenen profillerin netnografik çıktısıdır. Bu çıktı, ağ analizlerinin Twitter profilleri üzerinde nasıl görünür olabileceklerini araştırmak için oldukça işlevseldir. Bir olgunun tanımlandırılması için tespit edilmesi gereklidir. Örneğin; daha önce isimlendirilmiş olan profil tipleri de bu araştırma içerisine dahil edilmiştir. Fakat çalışmada kategorize etmek üzere oluşturulmuş yeni isimlendirmeler de mevcuttur. Örneğin; Anonim kimlik kavramı bu araştırmanın öncesinde de var olan bir kavramdır. Fakat gündem profili bu araştırma içerisinde oluşturulmuş bir kavramdır.

Profil ağları ağ toplumu teorisi ile yapılan bu Twitter çalışmasında gündem ve enformasyon ağları içerisinde yer alan bir ağ yapısı biçimidir. Bu ağlar kullanıcıların Twitter profillerinin özet bir biçimini sunmalarının yanında birbirleri ile olan bağlarının gözlemlenebildiği ve hangi gündem ağının veya enformasyon ağının akışı içerisinde, ne gibi içeriklerin yayılımını veya üretimini sağladıklarını gösterebilmektedir. Örneğin;

Avatar profilinin gündem ağları içerisinde oldukça yoğun olduğu görülmektedir. Bunun sebebi anonim kimlik kullanımının gündem hakkında görece daha özgür bir söylem alanı oluşturduğu düşüncesidir. Bununla birlikte İçerik Profili olarak kategorize edilmiş bir profilin enformasyon ağları içerisinde daha sık tespit edildiği söylenebilmektedir.

İlerleyen bölümde Profil Ağları teması içerisinde kelime bulutu analizinin neticesinde ortaya çıkan kategoriler ayrıntılı olarak açıklanacaktır.

4.2.1.1. Avatar profil

Kelime bulutu analizinde ortaya çıkan bir kavram olan Avatar profil tanımlaması aslında sadece Twitter kaynaklı değil diğer sosyal medya mecralar için geçerli olabilecek bir kullanıcı biçimidir. Avatar sözcüğü yeni medya söylemi içinde önemli bir yer teşkil etmektedir. Avatar, son yıllarda sıklıkla kullanılan metaverse²⁷ kavramı için de anahtar bir söylemdir. Metaverse kavramı sanal evren veya öte-evren²⁸ kavramlarıyla açıklanıyor olsa da gerçekliğin ve fiziksel dünyanın kurallarının eridiği veya yeniden tanımlandığı yeni bir dünya simülasyonudur. Bu dünyanın mensupları ise kendilerine bir avatar oluşturmuş kullanıcılardan oluşmaktadır. Bu avatarların inşa edilmesi süreci aslında sanal bir kimlik inşa etme sürecidir. Dolayısıyla kendinin dijital bir yansıması olarak sosyal medya evreninde var eden insan, fiziksel benliğinin karakterini sosyal medyaya taşımaktadır. Her ne kadar isim fiziksel özellikler kullanılan dil anonimleştirilebilse de insani özellikler ve karaktere özgü işaretler sosyal medya kimliği üzerinden okunabilmektedir. Avatar profil bu anlamda sosyal medyaya kendi yansımasını taşıyan, kendi gündemini, kendi üslubunu ve dilini paylaşımlarına yansıtarak kendi takipçi kitlesine veya kullandığı gündem ağlarına aktaran bir profil tipidir.

²⁷ Bkz. Clegg, Nick. (2022) Making the metaverse: What it is, how it will be built, and why it matters, <<https://nickclegg.medium.com/making-the-metaverse-what-it-is-how-it-will-be-built-and-why-it-matters3710f7570b04>>, s.e.t. 01. 08. 2022

²⁸ Bkz. Türk, G. D., Bayrakçı, S. & Akarsu, E. (2022). Metaverse ve Benlik Sunumu. The Turkish Online Journal of Design Art and Communication, 12 (2), 316-333.

4.2.1.2. Gündem Profili

Kelime bulutu incelemesinde ortaya çıkan bir diğer profil Gündem profilidir. Aslında Gündem profili ağı diğer tüm profil ağları ile ilişki içerisinde. Çünkü her Twitter kullanıcısı genellikle gündem olan neyse bu doğrultuda paylaşım yapmaktadır. Çünkü etkileşim bu yönde ve bu doğrultuda kurulmaktadır. Toplumsal olarak Twitter cemaati içinde gündeme dair tweet atarak görünürlük ve etkileşim kazanabilmek mümkündür. Bu görünürlük bir sosyal rütbe gibi hem profilden hem de takipçi sayısı ve etkileşim oranlarından okunabilir. Bir gündem profili salt gündeme dair tweet atmaz. Fakat gündem profili kendi içinde gündemi takip etmek zorunluluğu taşımaktadır. Ayrıca bu kavramın bir diğer yönü kullanılan gündem etiketlerinin paylaşım her ne olursa olsun kullanılmasıyla atılan tweetleri işaret etmektedir.

Özellikle Türkiye Twitter gündemi içerisinde *Trendlist* olarak adlandırılan listede yer alan gündem başlıklarının içerisinde o gündem ile alakası olmayan içerikler sıklıkla gözlemlenebilmektedir. Bu türden bir gündem kullanımı araştırmaya dahil olmasa da Gündem profilleri için Twitter’ın sosyolojisi içinde gündem ağları içerisindeki akış süreçlerinin en rahat gözlemlenebildiği profiller olduğu söylenebilir.

4.2.1.3. Taraftar Profili

Profil ağları içinde tespit edilen bir diğer profil Taraftar profilidir. Taraftar kelimesi aslında futbol ile alakalandırılan bir kelimedir. Özellikle Türkiye’de sosyal medya kullanımında spor kulüplerinin destekçileri olarak taraftar grupları önemli bir yer tutar; büyük kulüplerin takipçi sayıları ve etkileşim oranları bu durumun göstergelerindendir²⁹.

Futbol ile alakalı gündem ağları özellikle kupa organizasyonları ve Süper Lig dönemlerinde oldukça aktiftir. Dolayısıyla herhangi bir maç gününde Twitter Trendlist’te o maç ile ilgili hashtag gündemleri izlenebilmektedir. Dolayısıyla her taraftar grubunun kendi gündem ağı vardır ve bu ağlar aracılığıyla çeşitli enformasyonlar

²⁹ Bkz. Ergen, Yunus (2018) “Twitter Örneğinde Sosyal Medya Gündemi: Bir Gündem Belirleme Aracı Olarak Futbol” Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Uluslararası Hakemli Dergisi, 26, 3, 502-520.

üretir/yayılır. Aynı şekilde bu ağlar arası kulüp desteği içeren, şahsi görüş ve eleştiri bildiren tweetler de dolaşıma girebilmektedir.

Araştırma sürecinde kelime bulutu analizinde de ortaya çıkan Taraftar profili kategorisi genellikle futbol ve spor kulüplerinin isim kombinasyonlarını, yönetici isimlerini, sporcu isimlerini içeren kelimeler kümesinin yoğun olduğu profillerde görülmektedir. Örneğin; Taraftar profili olarak belirlenen A2 profili, gündem analizi incelemesinde futbol gündem ağının dışında hashtag ağına yönelik bir paylaşım yapmıştır. Kişisel gündem ve toplumsal uyarı bildirimli olduğu tespit edilen A2 profilinin tweeti, profil analizi aşamasında incelenen kelime bulutu analizinde belirlenen Taraftar profili kategorisi ile zayıf bir bağlantı içindedir. Bu durum Taraftar profili kategorisi için belirlenen karakter alanını genişletmektedir. Dolayısıyla Taraftar profili kategorisi içerisinde ele alınmış bir Twitter profili zaman zaman şahsi gündem paylaşımı yapabilen, Avatar profili kategorisiyle bağlantılı olabilecek bir ağ kümesi ile de ilişki içinde olabilir. Bu durum taraftarlık bildiriminin aslında bir görüş bildirimi de olabileceğine işaret etmektedir. Fakat Taraftar profilinin kullandığı gündem ağları bu kategorizasyon sayesinde belirlenebilir.

4.2.1.4. Protest Profil

Kelime bulutu incelemelerinde profil ağları teması içinde belirlenen Protest profil kategorisi, aslında gündem ağları içerisinde en çok görünür olan profil kategorisidir. Bu görünürlük aslında Twitter dilinin söylem analiziyle ilişkilidir. Twitter’da söylemin karakter sınırına dayanması az karakterle çok şey ifade etme kültürünü oluşturmuştur. Bu durum fiziksel dünyada protesto söylemlerinin slogan kültürüne dayanmaktadır. Özellikle sloganik ifadeler ve şahsi fikir bildiriminde eleştirel dil kullanımı protesto olarak tanımlanabilmektedir. Örneğin; D1 profilinin kelime bulutu incelemesinde tek odaklı gündem ağı içerisinde kümelenebilecek kelime içeriklerine rastlanmıştır. Bu tek odaklı gündem ağı aslında fiziksel dünyada eylem yapmak üzere bir araya toplanmış bir topluluğa benzetilebilir. Bu topluluğun ne için orada oldukları ve söylemleri önceden belirlenmiştir. Bu söylemlerin Twitter yansıması aslında tek odaklı gündem ağları üzerinden tespit edilebilmektedir. Tek odaklı gündem ağlarında, belirlenen gündeme yönelik çok yoğun bir enformasyon paylaşımı vardır. Bunun sebebi gündemin sürekli

taze tutulması, gündemin Twitter Trendlist'te kendine yer bulması ve kamuoyu yaratma amacını taşımasıdır.

Tek odaklı gündem ağları içerisinde kümelenebilecek kelime kullanımlarının yanında sloganik ve eleştirel dil kullanımına işaret edecek kelime kullanımları da Protest profil kategorisini oluşturan etmenlerdir. Nitekim D1 profilinin gündem analizinde ele alınan tweet içeriği de bunu destekler niteliktedir.

4.2.1.5. Enformasyon Profili

Kelime bulutu incelemesinde ortaya çıkan profil ağları teması içinde tespit edilen Enformasyon Profili genel olarak İçerik profili ile oldukça benzerdir. İçerik profili kümesinin kapsamı, enformasyon profili kümesinden geniş olsa da aralarında temel bir fark vardır. Enformasyon profilinin odağında var olan bir bilgiyi aktarma veya yorumlayarak bilgi üretme varken, İçerik profilinin odağında etkileşim vardır. Örneğin; D7 profilinin kelime bulutu incelemesinde Enformasyon Profili kategorisinde olduğu tespit edilmiştir. Bunun sebebi spesifik bir alan içinde kullanılan terimlerin kelime bulutunda yaygın olarak yer almasıdır. D7 profilinin gündem analizi sürecinde ele alınan tweet paylaşımına bakıldığında eleştirel bir dil kullandığı ve hashtag ağı içi enformasyon üretimi yaptığı tespit edilmiştir. Dolayısıyla D7 profilinin belirli bir gündem ağı içerisinde enformasyon üretimi ve yayılımına destek verdiği anlaşılabilmektedir.

Enformasyon profiline bu araştırma için elde edilmiş veriler içinde çok sık rastlanılmamıştır. Bu durum aslında gündem ağı içinde enformasyon odaklı profillerin hashtag kullanımlarının yaygın olmamasından kaynaklanmaktadır. Hashtag kullanımı genellikle tweetlerin etkileşim alması ve görüntülenme sayılarının artması amacını taşımaktadır. Bu sebeple Enformasyon profilleri profil analizi içerisinde tespit edilen profil ağları içerisinde yer alan tüm kullanıcılara gerek doğrudan (Retweet yoluyla) gerek dolaylı (Alıntı tweet veya gündem desteği amacıyla görsel olarak paylaşım yoluyla) olarak temas edebilir.

4.2.1.6. İçerik Profili

Kelime bulutu analizi içerisinde tespit edilen bir diğer profil İçerik profilidir. Genel itibarıyla sosyal medya ağlarının genel yapısı içerik üretimiyle ilişkilidir³⁰. İçerik, Twitter ağında tüketilebilir bir meta işlevi görür. Dolayısıyla içerik üretmek veya bu içeriği geniş gündem ağları içerisinde yaymak oldukça önemlidir. İçerik çeşitli konseptlerle ayrıca bölüntülendirilmiş ve adeta bir fabrikada olduğu gibi bir iş bölümü yapılarak dağıtılmaktadır. Örneğin; mizahi içeriklere özel bir profil, sanatsal görseller paylaşmaya odaklı bir profil, haber içerikleri odaklı paylaşımlar yapan bir profil konsept konusunda belirtilen iş bölümü metaforunu destekler. Bu konsept içeriklerine Twitter uzamının tamamında geniş kapsamlı bir araştırmanın neticesinde rastlanılabilir. Bu araştırmanın içerisinde ele alınan kullanıcılar içinde belirli konsept başlıkları altında içerik üreten Twitter profilleri de tespit edilmiştir. A3 kullanıcısı bu profil kategorisinde bir örnektir. Burç yorumlamaları yapılan ve astrolojik içerikler üretilen bu profilde bir konsept belirlenmiş ve bu doğrultuda paylaşımlar yapılmıştır. Fakat her ne kadar bir içerik üreticisi de olsa A3 profilinin gündem analizi içerisinde incelenen tweetine bakıldığında öznel bir dil kullandığı görülmektedir. Anonim kimlik olarak değerlendirilen A3 profili İçerik Profili kategorisinde yer almaktadır.

4.2.1.7. Politik Profil

Politik profil kategorisi genel olarak bir politik söylemlerle ve politik söylemlerin oluşturduğu gündemlerle alakalı paylaşımları yoğun olan Twitter kullanıcılarının oluşturduğu bir kategoridir. Bu kategorinin elde edilmesi için Twitter kullanıcısının kelime bulutunda politik söylemleri işaret edebilecek kelime grupları aranmalıdır. Örneğin; siyasal parti isimleri/kısaltmaları, politika üreticilerinin isim ve soy isimlerini ifade edebilecek kelime seçimleri, politika gündemi ile ilgili anahtar sözcük kullanımları belirli bir küme oluşturuyorsa politik profil kategorisi oluşur. Ayrıca kelime bulutu içerisinde bu kelime gruplarının yanında şahsi fikir bildirimi içeren ifadeler de aranmalıdır. Bu ifadeleri yansıtan kelimeler bulut görseli içinde yoksa bu profil enformasyon profili veya gündem profili olabilir. Buna ek olarak şahsi fikir bildirimi

³⁰ Bkz. Duran, Kübra N. ve Yeniciler, İrem (2019) “Gelenekselden Yeni Medyaya Geçiş, Sürecinde İçerik Üretimi Sürecinin Dönüşümü: Cüneyt Özdemir Youtube Kanalı” Yeni Medya Elektronik Dergi- eJNM, 3, 200212.

içeren kelime kullanımları kümesinde sloganik veya protesto söylemlerini ifade edebilecek kelime kullanımlarına rastlanırsa bu durumda protest profil kategorisi ön plana çıkar.

Politik profil genel olarak üç tür gündem ağını kullanır: Enformasyon bildirimi, Gündem desteği, politik görüş bildirimi. Bu ağlar arasında seçim yapmak kelime bulutunda belirlenmiş kümelerle göre değişkenlik gösterebilmektedir. Bu belirlenimi yapmak için kelime bulutu analizi oldukça işlevseldir.

4.3. Kuram: Twitter Gündem Ağı

Twitter Gündem Ağı kuramı bu araştırmada adını çekirdek kategori olarak belirlenmiş olan “gündem” kavramından almıştır. Bu araştırmanın yöntemi olarak belirlenen temellendirilmiş kuram yönteminin kodlama-kategorilendirme-temalandırma aşamalarının sonucu olarak kuram geliştirme aşamasında Twitter’da enformasyon akışlarını, kullanıcıların netnograflarını, ağ analizlerini ve en önemlisi sosyal medyanın kamusal alanı içindeki toplumsallığı görünür kılmak amacıyla Twitter Gündem Ağı bir kuram olarak bu araştırma için sunulmuştur.

Twitter Gündem Ağları, gündem belirleme nosyonunu ve o gündem ile ilgili enformasyonların yayılmalarını gözlemlemeyi ve belirgin hale getirmeyi amaçlamaktadır. Örneğin; Twitter üzerine yapılacak olan araştırmanın konusu belirlendiğinde Twitter Gündem Ağları yaklaşımı, profil ağları arasındaki ilişkileri ve tanımlamaları ve enformasyon ağları arasındaki iletişimsel trafiği kesişimsel bir perspektifle açığa çıkartır. Dolayısıyla bu durumun Twitter uzamı içerisinde, gündem araştırmaları odağı için, verilerin sınıflandırmasını ve yorumlama süreçlerini kolaylaştıracağı öngörülmektedir.

Sosyal medya ve medya gündemleri üzerine yapılan çalışmalar genellikle gündem belirleme yaklaşımını benimsemişlerdir. Bu yaklaşımı çalışmanın odağına yerleştirmiş olan pek çok araştırmacı mevcuttur.³¹ Gündem belirleme yaklaşımının

³¹ Bkz. Yavuz, Demir, (2020) “Sosyal Medyanın Gündem Belirleyicileri: Twitter'da Gündem Belirleme Süreci Üzerine Bir Sosyal Ağ Analizi” İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi, 51, 2-19. Ayrıca bkz. Kılıç, S. (2020) “Gündem Belirleme Kuramı Bağlamında Twitter ve İnternet Gazetelerinin Karşılaştırılması: Hürriyet ve Milliyet Gazeteleri Örneği”, Selçuk İletişim, 13 (1), 91-129.

Twitter'ın doğuşu ile birlikte yaşadığı paradigma değişimi oldukça önemlidir. Kamusal gündem ve medya gündemi arasındaki ayrımın kabullenildiği bu yaklaşım Twitter ile birlikte tersine dönmüştür. Artık sosyal medya gündemi potasında kamu gündemi ve medya gündemi bir aradadır ve birbirlerini belirleyebilecek, etkileyebilecek konumdadırlar. Fakat bu araştırmanın odağı Gündem Analizi ve Gündem Ağları odağını taşıdığından dolayı gündem belirleme yaklaşımı araştırmanın sınırlılıklarının dışında yer almaktadır. Twitter Gündem Ağı kuramı, Twitter'daki gündem ağlarının tespitine odaklanmaktadır. Bu ağlar arasındaki ayrım, tweet incelemelerinde görüngüsel bir veri seti sağlayarak ayırt edici görünümü kolaylaştıracaktır. Bu kuram en temelde Twitter üzerine yapılan ağ analizi çalışmalarının toplumsal bulgularına dayanmaktadır. Bu çalışmaların en kapsamlısı Park vd.'nin (2020) yaptığı Twitter'da Kovid-19 üzerine Güney Kore merkezli araştırmadır. Bu araştırma karmaşık ağ yapıları üzerinden içerik analizi yöntemiyle ağlarda toplumsal bir yapı keşfetmişlerdir. Bu keşif Twitter'daki toplumsal görünüm için oldukça işlevseldir. “Ağ yapısının ölçüsü birimselliktir, kendi kendine döngü sayısını ve bağlı bulunduğu bileşenleri içermektedir. Birimsellik, bir topluluk yapısının var olduğunun göstergesidir. Birimsel değer ne kadar yüksek olursa, alt grupların ara bağlantısı o kadar büyük olur” (Park vd., 2020, s. 3). Bu şekilde belirlenmiş olan gündem üzerinden tweet akışı ve etkileşim odaklı kümelerin yoğunlaştığı alanları bir mekân haline getirebilmek mümkün olabilmektedir. Bu mekânlar kamusal alanları temsil eder ve Twitter içerisindeki topluluklar, küçük gruplar, cemaatler tespit edilebilir.

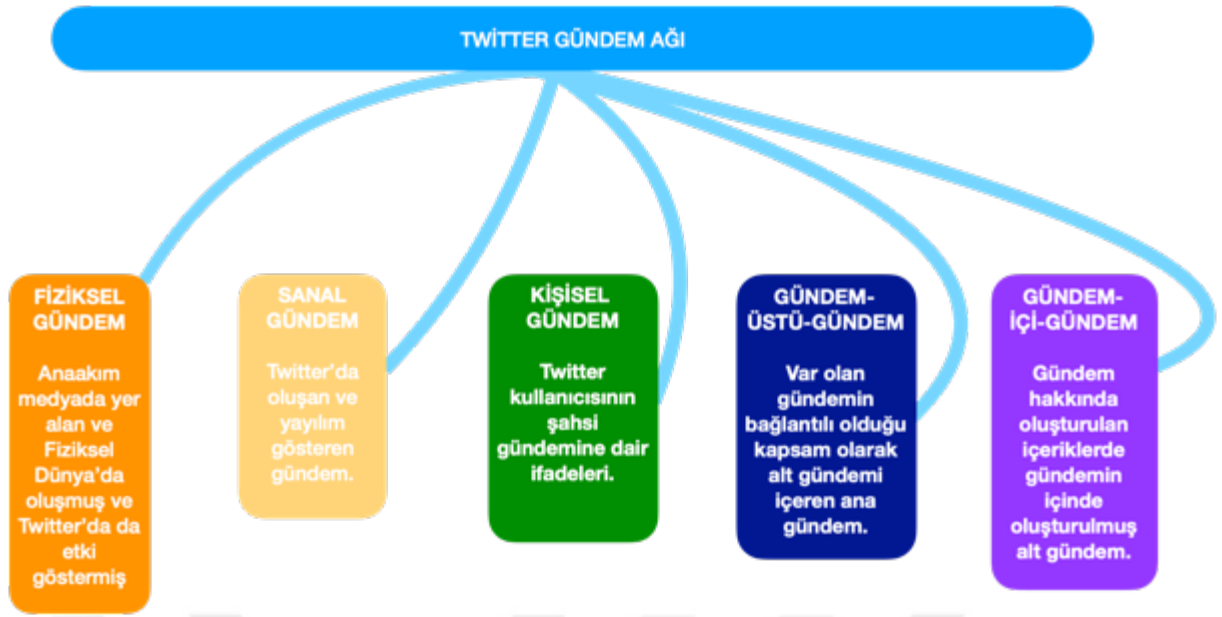
Twitter Gündem Ağı kuramının gündem temelli kısmından sonra ağ karakteri ve ağ yapısına da değinmek yerinde olacaktır. Ağ Toplumu kavramının geliştiricisi Castells'e göre enformasyon ağları öncelikle küresel düzeydeki şirketlerin mali ağlarını yönetmek için işlerlik kazanmaktadır (Castells, 2008, s. 133).

Bu tip ağ yapılarının çözümlenmesinden sonra Castells Ağ toplumu yapısını toplumsal alana taşır ve çok katmanlı bir teori ortaya koyar. Ağ toplumu bir modelleme biçimidir. Herhangi bir yapıyı ağ yapısına benzeterek düğüm noktalarını keşfetmek araştırmacı için oldukça faydalı bir yöntemdir. Castells de ağı, birbirleriyle bağlantılı düğümler dizisi olarak tanımlamaktadır. Düğümler ise ağ içindeki sarmaşık yapıların ve bağlantıların kesiştiği yerlerdir. Düğümler için Castells ağ yapılarının keşfinden sonra ortaya çıkacağını belirtir (Castells, 2008, s. 622). Bu araştırmanın da gidişatı ağ yapılarının keşfinden sonra ortaya çıkan düğümlerin tanımlanmasından sonra açığa

çıkmiştir. Bu yapıda araştırmanın kategorileri ağın içinde yer alan bağlantı yolları, temalar ise bu yolların birbiri ile kesiştiği noktalar yani düğümlerdir. Bu düğümleri Castells, televizyon sistemleri, eğlence stüdyoları, bilgisayar grafiği ortamları, haber ekipleri, sinyaller üreten, gönderen, alan seyyar aygıtlar olarak tanımlamaktadır. Ağların birbiriyle olan iletişimde, ağlar arası mesafenin kısalmasını, yoğunluğun ve hızın artmasını sağlamaktadır. Dolayısıyla ağlar arasındaki konumların birbirleri ile olan mesafesi sıfır ile sonsuz arasında değişkenlik göstermektedir. Bu durum enformasyon teknolojileri yoluyla toplumsal yayılımı belirlemektedir (Castells, 2008, s. 622-23).

Gündem ağlarının enformasyon ağları ile olan ilişkisinin temeli toplumsal yayılımın boyutu ile açıklanabilir. Örneğin; Twitter’da oluşan bir gündemin hashtagler aracılığıyla *Trendlist*’te listelenmesi ağ düğümlerinin farklı hashtag ağlarına teması ile gerçekleşmektedir. Castells’in ağ tanımlamasında sınırsız genişlemenin, ağlar arası iletişimlerin bütünleştirici yapısı, ağı dayalı toplumsal yapıların dinamizmini desteklemektedir (Castells, 2008, s. 622-23). Ağların küreselleşen yapısı aynı zamanda merkezlessen bir sisteme sahip olması, esnekliği ve sürdürülebilirliği sağlamaktadır. Bu durum ağ yapılarının, uzamının yeniden ve yeniden inşa edilebilirliğini kolaylaştırmakta, zaman kavramını dahi belirleyebilecek bir kamusal alan yaratabilmek için gerekli olan toplumsal örgütlenmeyi oluşturabilecek bir araca dönüşmesini sağlamaktadır. Toplumsal yapının bu ağlar tarafından şekillenebileceğini belirten Castells, bu temelin enformasyon teknolojilerinin sosyal yapı ile uyumlu olmasıyla mümkün hale geldiğini belirtir (Castells, 2008, s. 622-23).

Araştırma boyunca Twitter mediumu içindeki ağ yapılarının kod açımı, ağ toplumu çözümlemesi gözetilerek oluşturulmuştur. Toplanan veriler bu kontekst içinde çözümlenmiş ve bulgular ağlar arası ilişkileri açıklamada işlevsel hale getirilmiştir. Araştırmada yer alan gündem tasnifleri, gündem ağları arasındaki ilişkiyi gözlemlenebilir hale getiren bir zemindir. O halde gündem ağları üzerinden Twitter’da profil analizi ve gündem analizi temelli bir araştırma yapmak daha kolay hale gelebilir. Örneğin; ele alınan gündem kategorilendirildikten sonra sıralanan tweetlerin hangi kullanıcıların yoğunluğu gözlemleniyorsa gündem ağını oluşturan toplumsal yapı incelenebilir hale gelecektir.



Şekil 83. Twitter Gündem Ağı

Yukarıdaki şekilde yer alan kümelenmeler araştırma boyunca elde edilen gündem tipleri ile ilgili tanımlamaları göstermektedir. Bu 5 gündem tipi araştırma içinde ele alınan gündemlerden ayrı olarak incelenmiştir. Çünkü araştırma boyunca elde edilen gündem tipleri kategorileri incelenen tweetlerde keşfedilen göstergelerdir. Bu gündemler gündem ağları içerisinde kategorik yaklaşımlarla oluşturulmuştur. Dolayısıyla araştırma nesnesi olarak seçilen gündemler bu kümelerin ve tanımların içinde yer almaktadır. Tüm kümeler Twitter Gündem Ağı ile bağlantılıdır, çünkü gündem ağlarının dolaşımını sağlayan bu yapı geniş ve kapsayıcı bir hacme sahiptir. Bu çalışmada tanımlanan kategorilerin, temaların ve çekirdek kategorinin yer aldığı EK-6'ya bakıldığında tüm ağ yapılarının, profil ağlarının, enformasyon ağlarının, gündem kullanımlarının, dil kullanımlarının, tweet yapılarının, hashtag kullanımlarının Twitter Gündem Ağı kümesi içinde yer aldığı görülmektedir. Özetle tüm bu kavramsallaştırmalar ve tanımlamalar Twitter Gündem Ağı içerisinde varlık gösterdiği için anlam kazanmaktadır.

Fiziksel gündem ve sanal gündem arasında küçük bir fark olmasına karşın aralarında birçok bağlantı mevcuttur. Fiziksel gündemin, aslında gündemin kendisi olduğu söylenebilir fakat, sanal gündem kavramının ayrımı için sınıflandırılmış bir gündem kümesidir. Böylelikle bir gündemin sanal ortamda oluşması anlamlı bir veri olarak kullanılabilir hale gelmektedir. Kişisel gündem tanımlaması da Twitter özelinde,

bir kullanıcının kendi hayatından ve tecrübesinden kaynaklanan gündemleri tweet olarak paylaşması olarak tanımlanabilir. Bu ayrımındaki amaç gündem ağları içerisinde küçük ölçekli hatta tek bir kişinin gündeminin oluşturduğu yapıyı ayırt etmek için kullanılmasıdır. Gündem-üstü-gündem ve gündem-içi-gündem kavramları temelinde hiyerarşik bir yapıyı tanımlamaktadır. Bu yapı esasında kendisinden daha yoğun ve büyük bir gündemi içermektedir. Örneğin; bu araştırmada da kullanılan #Kovid-19 gündemi gündem-üstü-gündem olarak “pandemi” gündemini işaret etmektedir. Özetle Kovid-19 gündemi küresel çapta gerçekleşen pandemi hakkında oluşmuş bir gündemdir fakat tweet içeriği bu hashtagi kullanarak daha üst bir gündeme işaret ediyor olabilir. Bu tip gündemler aynı zamanda gündem ağları arasındaki ilişkiyi de belirtmektedir. Gündem-içi-gündem ise tweet içeriğinde kullanılan gündem ile alakalı bir başka gündemin oluşturulduğu paylaşımlarda rastlanılan bir durumdur.

Twitter Gündem Ağları, tweet incelemeleri ve Twitter profillerinin belirlenerek inceleme nesnesi haline getirilmesi için izlenmesi önerilen bir yoldur. Gündem ağlarının önceden belirlenmesi ve ona uygun olarak Twitter profillerinin seçilmesi bu ağların yapısını da görünür kılacaktır. Gündem ağlarının akışının ve trafiğinin incelenmesi genel olarak Twitter’da var olan toplumsal yapı hakkında söylem üretmeyi mümkün hale getirebilir. Bu araştırma içinde ele alınan gündem başlıkları ile Twitter profilleri keşfedilmiş, bu profillerin attıkları tweetlerin içeriğine göre bir sınıflandırma belirlenmiş ve ölçeklendirme oluşturulmuştur. Önceki bölümlerde detaylıca açıklanan bu bulgular, Twitter gündem ağları düşüncesi ile sistematik hale getirilmiştir.

4.4. Araştırmacının Özdeşünümselliği

Araştırmacı bu bölümde araştırma sırasında gözlemlediği olguları, başından geçen durumları aktaracaktır. Bu tecrübeler araştırmanın geneli için önemli noktaları oluşturmaktadır. Araştırmanın sahası içerisinde ve veri toplama, analiz etme aşamalarında araştırmacının tutumu, araştırmanın kendisi için anlamayı ve yorumlamayı kolaylaştırmaktadır. Araştırmanın temellendirilmiş kuram yaklaşımını benimsemesi de özdeşünümselliğe önem atfetmesinin gerekliliğidir. Temellendirilmiş kuram yaklaşımında araştırmacının not/günlük tutması özellikle veri toplama ve kodlama aşamalarında tavsiye edilir. Ayrıca araştırma içerisinde bu notlara yer vermek veya atıfta

bulunmak araştırma sürecini de araştırmaya dahil etmektedir. Bu araştırmada verilerin hazırlanması, toplanması, kodlanması ve kategorilerin oluşturulması aşamalarının tamamında günlük notlar tutulmuştur. Bu notların bir kısmına ekler bölümünde yer verilmiştir³². Bu bölümde de araştırmacının çalışma boyunca deneyimlediği dikkate değer durumlara kısaca yer verilecektir.

Araştırma, incelenecek olan gündemlerin seçilmesi aşamasında, öncelikle araştırmacının Twitter kullanımı sırasında kendisine ilginç gelen gündemleri toplamasıyla başlamıştır. Bu gündemlerin en sarsıcısı Twitter’da linç edilen bir kişinin intihar haberinin gelmesi ile yaşanmıştır. Araştırmacı bu olayla birlikte Twitter’ın ve içerisinde yer alan toplumsallığın ne denli güçlü olduğunun farkına varmıştır. Bu olayın yaşandığı gündemin öncelikle meydana gelme öyküsü araştırmacı tarafından incelenmiş, nerede oluşup nerede ivme kazandığı nerede yayıldığı gibi göstergeler diğer gündemler seçilirken örnek teşkil etmiştir.

Gündemlerin seçilmesinin ardından tweetlerin belirlenmesi için öznel yorumlamalarla bir seçim kıstası oluşturulmuş. Bu aşama yoruma ve anlamaya dayalı olduğundan oldukça zorlu geçmiştir. Tweetlerin belirlenmesi için ise yalnızca içeriksel uygunluğuna değil profil analizine de uygun olması istendiği için tekrar tekrar tweet araştırma aşamasına geri gitmek durumu ortaya çıkmıştır. Bazı gündemlerde hedeflenen 10 tweet bulunamamış ve dolayısıyla 9 tweet üzerinden veri seti oluşturulmuştur.

Verilerin işlenmesi sürecinde R-Studio programı kullanılmıştır. Araştırmacı bu sürece kadar R programlama diline veya kod yazımına aşina değildir. Bu süreçte hem RStudio programının nasıl kullanılacağı öğrenilmiş hem de araştırma için veriler işlenerek hazırlanmıştır. R-Studio programıyla tweet çekebilmek için gerekli olan API key’in tedarik edilmesi de zorlu bir süreç oluşturmuştur. Twitter Developer’a sunulan proje ve uygulama teklif başvurusu için detaylı bir form hazırlanmış, bu süreç için ise ISS (Invisible Society of Sociology) adında bir de uygulama üretilmiştir. Twitter şirketinin API key konusundaki şüpheli yaklaşımının bir göstergesi olarak ekler bölümünde mail trafiğini gösteren görsellere yer verilmiştir³³. Tez çalışması süreci uzun

³² Bkz. EK-7. Araştırmacının Notları

³³ Bkz. EK-8. Twitter Mail Trafiği

bir süreç (4 yıl) aldığından dolayı bazı noktalar revize edilmiştir. Bu süreçte literatür de genişlemiş, ilaveten Twitter’da bazı dinamikler de değişmiştir.

Twitter etkileşim butonları, bot hesapların silinmesi operasyonu, bot gündemlerin giderek artması, Twitter’ın satılması gündemi, pandemi gündeminde yaşanan değişiklikler, politik alanda yaşanan gelişmeler, kamuoyu araştırmalarının Twitter’ı daha fazla önemser hale gelmesi tez yazım süreci boyunca meydana gelen değişikliklerin bazılarıdır. Özellikle veriler belirlendikten, gündemler seçildikten sonra o gündemler üzerine araştırmalar yapıp çalışmaların yayınlanması tez yazımı esnasında araştırmacının düşüncelerini yeniden oluşturmasını gerektirmiştir. Bu süreçte konuların benzerliği söz konusu olduğundan, yöntemsel açıdan bir benzerlik kurulamadığından ötürü majör revizyonlara gidilmemiştir.

5. SONUÇ, ÖNERİLER VE TARTIŞMA

En temelde bu araştırma Twitter Türkiye’de incelenen gündemlerdeki profil ağlarının karakterlerini analiz ederek çeşitli kategoriler oluşturmuştur. Bu kategoriler bu araştırmanın sonrasında bu yöntemle yapılacak olan araştırmalar için bir kılavuz niteliğinde olacak, elde edilen kategoriler ve sınıflandırmalar ile bir havuz oluşturulacaktır. R programlama dilinin kullanımında daha önce açıklandığı gibi kütüphaneler oluşturulmuştur. Bu kütüphaneler sayesinde veriler temizlenebilmekte işlenmeye ve analiz edilmeye hazır hale getirilmektedirler. İşte bu süreçte Türkçe oluşturulmuş R kütüphanelerine ihtiyaç doğmaktadır. Ayrıca literatür için ele alınan kavramlar üzerinden bu alana katkı sağlamak hedeflenmiştir.

Araştırma her safhasında, problemi olan Twitter’daki toplumsal yapıyı inceleyebilir hale getirebilmeyi gündeminde tutmuştur. Bunun için başlangıçtan itibaren bir Twitter kullanıcısı olan araştırmacının, kullanım tecrübelerine içkin söylemlere yer verilmiştir. Temellendirilmiş kuram araştırmalarındaki keşif unsuru araştırmanın sonuna kadar devam ettirilmiş, veri analizi safhasında dahi veri çekme işlemi devam etmiştir. Döngüsel bir seyrinde araştırma tweet içeriklerinin söylem analizinden, yapılarına ve paylaşılan kişinin profiline kadar tüm görünen yönlerini bütünlüklü bir şekilde ele almıştır.

Twitter uzamında gündem ağları içerisinde yer alan tweetler ve bu tweetleri paylaşan kullanıcılar araştırmanın sonucunda belirlenmiş olan kümelerde analiz edilmiştir. Bu kümeler oluşturulurken ilerleyen dönemlerde yapılacak olan çalışmalarda da kullanılabilecek bir veri seti oluşturulmasına önem verilmiştir.

Araştırma Twitter kullanıcılarını ve gündemleri bütün yönleriyle ele alarak sosyolojik bir bakış açısıyla araştırmayı yürütmüş, bu tutumunu bilimsel ve rasyonel bir tavırla sürdürmüştür. Araştırma sürecinde R programlama dili ile yapılan işlemlerde bazı kodlamalar araştırmaya uygun şekilde düzeltilmiş, neticede araştırmanın kendisi de R programlama dili içerisindeki uygulama pratiklerine küçük de olsa katkı sağlamıştır.

Niceliksel bir veri setini anlamlı ve söz dizimsel bir hale getirerek yorumlama ve anlama süreçlerini kolaylaştıran en önemli unsur bu araştırma için kelime bulutu oluşturma yaklaşımıdır. Kelime bulutu için en işlevsel yön incelenecek olan görsele

bakıldığı zaman önemli olanın net bir şekilde vurgulanması olarak düşünülmektedir. Kelime bulutu kullanımı profil analizi için gerçekleşse de gündem analizi için de kullanılabilir. Bu yaklaşımın dezavantajı ise belli bir kelime sıralaması ile sınırlı tutulması zorunluluğudur. Dolayısıyla dışarıda bırakılmak zorunda olan veriler zorunlu olarak araştırmaya dahil edilememektedir. Doğal bir süreç olarak sayılabilecek bu durum interaktif içeriklerde giderilebilmektedir. Bu tarz içeriklerde oluşturulan kelime bulutu tüm veriyi kapsayacak bir forma kavuşur ve kullanıcıya içeriğindeki tüm verileri sağlayabilir. Fakat en çok kullanılan kelimelerin bir Twitter profilini değerlendirmek için sağlıklı bir yöntem olduğu, kelime bulutu oluşturulurken gerekli olan sınıra rağmen anlamlı bulgular elde edilebilmesiyle sabittir.

Araştırma boyunca veri analiz işlemlerinde birçok sınıra ihtiyaç duyulmuştur. Gündem analizi bölümünde elde edilen tweetler incelenirken değişkenleri listelemek ve daraltmak adına beş tane kıstas belirlenmiş ve ölçekleme çalışması yapılmıştır. Bu ölçeğe göre; profil tipi, gündem kullanımı, enformasyon kaygısı, dil kullanımı, hashtag kullanımı başlık olarak verilmiş tweetin yapısına göre bu başlıklar doldurulmuştur. Daha sonra tweetler toplu olarak incelenirken birbirleri ile mukayese edilerek profil analizi için verilerden oluşan bir zemin hazırlanmıştır.

Twitter araştırmaları içerisinde spesifik bir konu etrafında nesnel bir yaklaşımla yapılan araştırmalardan farklı olarak bu araştırma Twitter'ın içerisinde ve yine araştırma uzamına mensup olan araştırmacı perspektifi ile bir yaklaşım oluşturulmuştur. Bu yaklaşım her ne kadar öznel yargıları içerse de söylemin kendisi bilimsel sınırlar dahilinde tutulmuştur.

En temelde Twitter bir araştırmacı için gerekli olan veriyi, sahayı ve yöntemi tek başına sağlayabilir. Bu araştırmanın sınırdığı yaklaşımlardan biri de budur. Twitter'da fark edilen potansiyelin ve olağanüstü gücün toplumsal etkilerini görmezden gelmek mümkün değildir. Bu araştırma için seçilen gündemlerin belirlenmesi bu mantığa uygun olarak ilerlemiştir. Toplumsal refleksin Twitter'da nasıl çalıştığına ve profil tiplerinin hangi ağlar dolayımında etkileşime girdiğini izlemek ve takip etmek oldukça zordur. Fakat göstergelerin ve buna uygun yöntemsel yaklaşımların çoğalmasıyla bu durumun zorluğu giderilebilecektir.

Bu araştırma yeni bir yöntem vadetmemektedir, fakat var olan yöntemlerin kullanımındaki sınırları görmek ve amaca uygun olarak yeni bir bakış açısıyla sınamak önemli bir noktadır. Özellikle R-studio programının kullanımının sosyal medyaya yönelik olarak yapılan araştırmalarda muazzam bir potansiyel barındırması bu araştırmanın tezi olan Twitter'daki toplumsal yapıyı görünür kılmak amacına hizmet etmiştir. Bu çalışmanın birçok farklı yöntemin bir arada kullanılmasının sebebi de tek bir yöntemin araştırmanın sorularını cevaplamakta yetersiz kaldığının fark edilmesidir.

Araştırmanın başlangıcında araştırılan sorulara sonuçta şu cevaplar verilebilir;

Twitter Türkiye'deki Ağ toplumu yapısı nasıl incelenebilir?

Twitter Türkiye'deki ağ toplumu oluşumu gündemler üzerinde yoğunlaşmaktadır. Bunun sonucunda belirlenmiş olan gündemler üzerinden bir ağ toplumu yapısı görünür hale gelebilmektedir. İnceleme nesnesi olarak gündem başlıkları hashtaglerle ele alındığında araştırılacak olan tweetlerin inceleme nesnesi haline getirilmesi gerekmektedir. Bunun ölçütü olarak bu araştırmada çeşitli kıstaslar belirlenmiştir. Bu kıstaslara göre tweetin özgün olması, kullanıcının profil resminin “yumurta” görseli olmaması, attığı tweetin etkileşim almış olması, herhangi bir görsel kullanılmamış olması gerekmektedir. Bu kıstasların her birinin amaçladığı şey tweeti atan kişinin fikir bildiriminde bulunduğunu söyleyebilmektir. Tweet için fikir bildiriminin önemi tweeti atan kullanıcıların belirlenmesinde onları araştırmanın bir katılımcısı haline getirebilmek içindir. Katılımcıya sorulacak soruların cevaplarının halihazırda tweet içerisinde bulunabilmesi için bu kıstaslar araştırma için verimli olmuştur. Araştırmanın kodlama sürecinin ardından belirlenen kategoriler bu solası soruların kurgulandığı bir listeye göre şekillenmiştir. Örneğin; “fikir bildirimi” kavramı eleyici bir unsur olarak kategorilendirmelerin başlıklarında yer almıştır.

Ağ toplumu yapısının gözlemlenebilmesi tweeti atan kullanıcının profil analizinden sonra ortaya çıkmaktadır. Kullanıcının kelime bulutunda ortaya çıkan görüntü hangi ağlara mensup olduğunu ya da hangi ağlarla etkileşime girdiğini açık etmektedir. Bu sebeple ağların isimleri spesifikize edilerek belirlenmiş ve kurgulanmıştır. Bu ağlar; enformasyon ağları, profil ağları ve gündem ağları olarak genelleştirilmiştir. En temelde Twitter gündem ağlarının tüm bu ağların hem kesiştiği düğüm noktası hem de onları içeren yapıyı kapsadığı keşfedilmiştir. Bu durumda gündem kavramı Twitter

araştırmaları öneli bir kavram olarak önerilmiştir. Literatür incelemelerinde gündem kavramının gündem belirleme kuramı ile bir arada incelendiği görülmüştür. Fakat bu gündemin kendisine değil gündemi belirleme gücünün mekanizmasına yapılan bir vurgudur. Bu araştırmada esas meselenin gündemin kendisi olduğu ve araştırma boyunca elde edilen kullanıcıların ve profillerinin gündem ağları sayesinde seçici bir elemeye tâbi tutulabildiği anlaşılmıştır.

Sonuç olarak Twitter Türkiye’de ağ toplumu yapısını ortaya çıkarmak için araştırmada uygulanan yöntemler sıralanmış ve uygulama adımları ayrıntılı bir biçimde sunulmuştur. Geliştirmeye ve yeniden inşa edilmeye uygun olarak tasarlanan bu araştırmada elde edilen verilerle birlikte gündem araştırmalarında izlenecek olan adımlar bu şekilde önerilmiştir.

Örnek olaylar üzerinden veya gündem başlığı altında atılan Tweetler ağ yapısı için gözlem alanı oluşturabilir mi?

Bu çalışmada araştırılacak olan gündemler belirlenirken ağ yapısı gözetilmiş ve gündemlerin fiziksel dünya ile Twitter arasındaki yolculuklarının seyir rotası bu belirlemede önem kazanmıştır. İzlenmiş olan yolun, gündemler için, fiziksel dünyada oluşup Twitter’da konu olması, Twitter’da oluşup fiziksel dünyada konu olmasına dikkat edilmiştir. Bu ayırımdan sonra ise soyut olan gündemin somuta, somutun soyuta, genel olandan sanal olana ve sanal olandan genel olana hareket eden gündemler belirlenmiştir. Ayırımlar gündemlerin seçimi için değil gündem vasıtasıyla ulaşılacak olan kullanıcılar gözetilerek önceden oluşturulmuştur.

Örnek olayların Türkiye’de gündem olmuş olması önemli sayılmaktadır. Çünkü bir kamusal söylemin ortaya çıkması ve bu bağlamda kamusal alanın gözlemlenebilmesi gerekmektedir. Bunun sonucu olarak Twitter kullanıcıların belirlenmesi aşaması araştırma içindeki gidişatı oluşturmuştur. Örnek olayların seçimi sırasında gözetilen kıstaslar daha önce belirtilmiştir, buna ilave olarak bu olayların seçimi sırasında daha önce bu olaylar üzerinden yapılan çalışmalar da incelenmiştir. Fakat bu örnek olaylara yönelik incelemelerin bu araştırmanın yöntemsel çizgisine benzemediği görülmüştür. Ayrıca seçilen gündemlerin daha önce çalışma nesnesi olması doğal bir durumdur. Twitter Türkiye içerisinde araştırma nesnesi olabilecek kapsamlı örnek olaylar çoğunlukla birbirine benzerdir.

Twitter üzerine yapılacak araştırmalarda gözlem sahası oluşturmak çok önemlidir. Bu gözlem sahaları özellikle sosyolojik araştırmalar için olmazsa olmazdır. Araştırma sahalarının oluşumu için ise gündem ağılarından ve enformasyon ağılarından yararlanmak ağ toplumu teorisi merkezinde hazırlanan bir araştırma için gereklidir. Gözlem alanlarında tek tekleri incelemek veya bu tek teklerin oluşturduğı toplumsallığı gözlemleyebilmek için kimlik ya da profil tiplerinin elenmesi gerekmektedir. Bu eleme yöntemleri için çeşitli uygulama araçları geliştirilmiştir. Bunlardan en işlevseli olarak netnografik araştırma uygulamaları örnek gösterilebilir. Gözlem sahası içerisinde tespit edilen Twitter kullanıcılarına yönelik söylem geliştirirken, kullanıcıların attıkları tweetler en önemli göstergelerdir. Bu tweetleri gerek yapısal olarak gerek içerik analizine tabi tutarak gerek söylem analizi kısmıyla ilgilenerek çözümlemek mümkündür.

Araştırılacak olan gündemler nasıl belirlenebilir?

Gündeme yönelik araştırmaların belirlenmesi aşaması ayrıntıları ile bu tezde işlenmiştir. Araştırma soruları içerisinde başlangıçtan itibaren soruşturulan soruların cevaplanması için uygulanan adımlar gündem başlıklarının belirlenmesi üzerine kurgulanmıştır. Gündemler içerikleri ile bağımsız olarak seğıilmemiştir. İçeriklerine odaklanılarak seğıilen gündemler ayrıca Twitter toplumu içerisindeki kamusal söylemi en çok etkileyen ve enformasyon akışlarının trafiğindeki anormal durumlar gözetilerek belirlenmiştir. Gündemler belirlenirken bir kısmı da enformasyon kavramı etrafında düşünülerek seğıilmiştir. Dolayısıyla bir gündemin doğıru enformasyon ile yayılması veya yanlış enformasyon ile oluşması farklı bir tabloyu ortaya çıkarır. Dolayısıyla araştırmacının beklentisi üzerine gündem seğıiminin kriterlerini belirlemesi gerekir. Bu araştırma Twitter Türkiye’deki gündem ağılarında gözlemlenebilecek toplumsal yapıları araştırmayı hedeflediğı için ağ toplumu yapısı içindeki enformasyon ve profil ağılarının akışlarını ve bu ağılara mensup olan profil tiplerinin belirlenerek kavramsallaştırılması doğırultusunda ilerlemiştir. Bunun sonucunda araştırılacak olan gündemlere nasıl yaklaşılması gerektiğı sorusunun cevabını da araştırmıştır. Sonuçta denebilir ki araştırma yapılacak olan gündemler araştırmanın sonuçları tahayyül edilerek belirlenmeli ve ortaya çıkacak profil ağılarının yapısına göre tekrar ele alınabilir gündemler olması gerekmektedir.

Tweet incelemelerinde hangi ölçü birimleri işlevseldir?

Twitter Türkiye üzerine yapılan bu araştırmada en temel araştırma nesnesi tweetlerdir. Bu tweetlerin incelenmesi için başlangıçta belirlenen problemlere ve amaçlara yönelik bir strateji belirlenmiştir. Twitter tahmin edilebileceği üzere büyük bir veri havuzunu içermektedir. Bu verilerin çoğunluğu da tweetlerden oluşmaktadır. Dolayısıyla Twitter uzamı içerisinden tweet çekmek amaca bağlı olarak gerçekleştirilmelidir. Bu hususta Twitter şirketi Twitter Developer platformu üzerinden araştırmacılara zel API'lar temin ederek veri çekme işini uygulama geliştirme hizmetleri üzerinden açık kaynak olarak sağlamaktadır. Bu araştırma için de bu uygulamalardan yararlanılmıştır. Tweetler bu yöntemlerle çekildikten sonra çeşitli sınıflandırmalarla listelenmektedir. Öncelikle tweetlerin herkese açık olması gerekmektedir. Çekilen tweetlerin atıldığı tarihten, hangi konumdan atıldığına kadar 90 farklı sınıflandırmayı içeren bir liste R-studio sayesinde oluşturulabilmektedir. Bu listeyi daha sonra kelimelere bölerek, kullanılan kelime sıklığını listeleyip kelime bulutuna dönüştürme işi yine R-studio aracılığı ile yapılabilmektedir.

Tweet incelemeleri için bu araştırma iki ayrı yöntem izlemiştir. Birincisi söylem analizi ikincisi ise kelime bulutu analizi. Söylem analizi safhasında tweet bir bütün olarak ele alınmış tweet içerisinde tweeti atan kullanıcının profil tipinden, kullanılan dil biçimine, hashtag kullanımlarına, gündem kullanımlarından, enformasyon kaygısının olup olmamasına kadar belirlenmiş olan tüm kıstaslarla ele alınmıştır. Bu noktada belirlenen kıstaslarla Twitter Gündem Analizi leklendirmesi oluşturulmuş tweetlerin göstergeleri ve kodlamalar bu ölçeğe işlenmiştir.

İkinci l birimi ise kelime bulutu yöntemiyle sağlanmıştır. Gündem analiziyle elde edilen tweetleri paylaşan kullanıcıların profil analizi yapıldıktan ve bu araştırma için veri olarak kullanılabileceğinden emin olunduktan sonra oluşturulan kelime bulutları analiz edilmiştir. Araştırmacı için bir Twitter profilinin son paylaştığı 1000 tweetten çekilen en sık kullandığı 100 kelime ile oluşturulan kelime bulutu görseline bakarak yorum yapması, fiziksel dünyada saha araştırması amacıyla gözlem yaparken elde edebileceği tecrübeye yakın bir tecrübedir.

Bu araştırma içinde tweet incelemeleri için uygun görülen yöntemler bu şekilde sıralanmıştır. Fakat tweet incelemeleri için veri biliminden faydalanarak oluşturulmuş birçok araştırma mevcuttur. Bir tweet sayısal olarak incelenebileceği gibi içerik olarak da incelenebilir. Günümüzde tweetlerin söylemsel değeri her geçen gün artmaktadır.

Etkileşimin itibarla birlikte anıldığı bir toplumsal düzene doğru gidilmektedir. Bu sebeple tweet incelemelerinin, tweetlerin yapısı veya sayısal değeri kadar anlama ve yorumlamaya ihtiyaç duyan metinsel-söylemsel değeri de mevcuttur.

Twitter Türkiye’de gündem analizi sonucunda tespit edilen Twitter kullanıcıları nasıl sınıflandırılabilir?

Twitter Türkiye mediumu içindeki yapılan bu çalışmada gündem analizinin neticesinde elde edilen tweetleri paylaşan kullanıcılar için birçok sınıflandırma ve kavramsallaştırma işlemi yapılmıştır. Özellikle kavramsallaştırmalar bu araştırmayı yapan araştırmacı tarafından Twitter kullanıcısı olmasından ötürü oluşan saha tecrübesi ile ortaya çıkmış, temellendirilmiş kuram yönteminin verdiği sınırlı özgürlük alanı dahilinde öznel bir yaklaşımla oluşturulmuştur. Oluşturulan kavramsal içerikler fiziksel dünyada var olan kimlik tiplerinin yanında yalnızca Twitter’a has kimlik tiplerinin varlığını da içermektedir. Bu araştırmanın elde ettiği bulguların ve veri setinin sınırları dahilinde oluşturulan kimlik tipleri yine yalnızca bu araştırmanın bulgularının ve veri setinin içerisinde keşfedilen olgulardır.

Araştırmanın ilk evresinden son evresine kadar hedeflenen Twitter içerisindeki kimlik tiplerini bir araştırma nesnesi haline getirmektir. Bu evreye kadarki belirleme süreci içerisinde gündem ağları oldukça etkili ve işlevsel bir strateji olmuştur. Bağlantılı olarak tespit edilen tweetlerin analizini yapmak ve bu doğrultuda kullanıcıya ulaşmak bu stratejinin en önemli parçasıdır. Analiz edilen Twitter kullanıcılarının profillerine yönelik bakış açısının kelime bulutu yöntemiyle oluşturulduğu geride kalan bölümlerde dile getirilmiştir. Kelime bulutu analizi ile birlikte ortaya çıkan tabloda yorumlanmaya dair oldukça önemli göstergeler keşfedilmiştir. Bununla birlikte bir Twitter kullanıcısının profilinde en sık kullandığı kelimeler üzerinden fikri ve zihinsel yaklaşımına yönelik söylem geliştirmek mümkün gözükmemektedir. Fakat bu durum belirli kıstaslar ortaya koyduktan ve çeşitli sınırlılıklar oluşturarak mümkün hale gelir.

Bir kelime bulutuna bakarak en büyük punto ile merkezde yer alan ve dikkat çeken kelimeler öncelikle kendi konteksti içinde değerlendirilmelidir. Bunun sebebi eş anlamlı veya farklı anlamlarda kullanılabilecek kelimelerin varlığıdır. Örneğin; en sık kullanılan kelimeler futbol ile ilgili kelimeler olabilir. Fakat bu yargıya kelimenin çevresindeki kelimelerde aynı kümede yer alabilecek kelimeleri fark ettikten sonra

varılabilir. Dolayısıyla kelime kümeleri birbirini destekleyen diğer kelimelerle oluşturulabilir. Bu örnekte olduğu gibi kelime bulutunda futbol gündemi ile alakalı kelimelerin yoğunlaşması ile kelime bulutu çıkarılan kullanıcının bir taraftar profili olduğu söylenebilir. Daha da ileri gidilerek hangi takımın taraftarı olduğu dahi belirlenebilir. Dolayısıyla bu kullanıcı olası bir anketin olası bir sorusunun cevabını kendisine sorulmadan vermiş olur.

Araştırmada incelenen Twitter profillerinin kelime bulutları yukarıda açıklanan yöntemle sınıflandırılmıştır. Bu sınıflandırmalar kelime bulutlarında ortaya çıkan görsellere göre olduğu için bu araştırma evreni içinde sınırlıdır. Fakat gelecekte bu araştırmanın yöntemsel planı ile hareket edecek farklı araştırmalarda, farklı kelime bulutları ve farklı sınıflandırmalar yapılabilir.

Ortaya çıkan sınıflandırmalar birbirleriyle bağlantılı ve ilişkilidir. Hatta bazı sınıflandırmalar birbirini içerebilmektedir. Örneğin; Avatar profili bir Protest profili içerebilir. Çünkü Avatar profili olarak tanımlanan profil özellikleri ve bulgular Protest profil için geçerli olabilir. Ya da herhangi bir Protest profil olarak belirlenen bir kullanıcı Avatar profil özellikleri gösterebilir. Bu durum kelime bulutun genel şemasına görelidir. Dolayısıyla bu noktada sınıflandırma araştırmacının kelime bulutu analizine ve tespitlerine bağlıdır. Sonuç olarak Twitter Türkiye mediumu içerisinde tespit edilen kullanıcı profillerinin sınıflandırmaları kelime bulutu analizi ile sınırlıdır. Bu analizin temeli ise gündem analizi ile gerçekleşen tweet analizi ile bağlantılıdır.

Twitter Profil Analizi için kelime bulutu kullanımı işlevsel olabilir mi?

Profil analizi için gerekli olan veriler Twitter kullanıcısının tweetleri ve profilinde yer alan göstergelerle sağlanabilmektedir. Twitter profilinin genel yapısı; kullanıcı fotoğrafından, arka kapak fotoğrafından, takip ettiklerinden, takipçileri, beğendiği tweetlerden, attığı tweet sayısından, varsa en başa tutturduğu ve hep orada duracak olan tweetinden, seçtiği tema ve yüklediği görsellerden ve videolardan oluşmaktadır. Bu araştırmada kullanıcının Twitter profilinin genel yapısı veri analizi yapıp yapılmayacağı ile ilgili eleyici aşamada karar verilirken incelenmiştir. Örneğin profil fotoğrafı, takipçi sayısı ve attığı tweetler önemlidir. Bu kıstaslar göz önüne alınarak veri olarak kullanılıp kullanılmayacağına dair karar verilir.

Twitter profillerinin analizi için öncelikle o profilde ne arandığının belirlenmesi gerekmektedir. Örneğin; bu çalışmada gündem ağları içerisinde yer alan profillerin temsil ettikleri kişilikleri ortaya çıkarmak için fikir bildirimi olarak kabul edilen tweetleri bir gösterge niteliği taşımaktadır. Araştırmanın sayıltısı olarak da en sık kullanılan kelimelerin kullanıcının tipolojisini göstereceği kabul edilmiştir. En sık kullanılan kelimelerin ise nicel bir göstergeyle ya da sıralı bir listelemeyeyle gösterilmesi bu verileri analiz edecek olan araştırmacı için gereklidir. Fakat bu verilerin kelime bulutu ile görselleştirilmesi hem anlam üretmede kolaylık sağlamakta hem de kelime gruplarını ayırmada analiz etme işlemini çeşitlendirmektedir.

Bu araştırmada kullanılan profil analizi yöntemi kelime bulutu ile sağlanmıştır. Bu bakımdan Twitter’da profil analizi yapmak için kelime bulutunun işlevsel bir yöntem olup olmadığı sınanmıştır. Araştırmada kelime bulutu ile elde edilen bulgular Twitter Profil Ağı isimlendirmesiyle toplanmıştır. Bu ağ yapısı içerisinde araştırma boyunca elde edilen 7 farklı profil tipi oluşturulmuştur. Bu profil tipleri gelecekte bu araştırmaya benzer çalışmalarda arttırabilir ve çeşitlendirilebilir. Elde edilen profil tiplerinin bir ağ yapısı içinde kümelenmesi bu profil tiplerinin yalnızca incelenen profile sınırla olmadığına belirtilmesi içindir. Bağlantılı olarak elde edilen profil tipleri kendi gibi olan veya kendilerine benzer profillerle etkileşim halinde olabilirler ya da gündem analizi içinde tespit edilen gündem ağlarında kümelenmiş olabilirler. Dolayısıyla gündem araştırmalarında profil ağlarının sınıflandırılması, gündem ağlarının toplumsal yapılarını analiz etmede kullanılabilecek bir işlevselliğe olanak tanır. Sonuç olarak bu araştırmada profil analizleri için kullanılan kelime bulutu yöntemi bu tarz araştırmalar için işlevsel bir yöntem olduğunu kanıtlamıştır. Elde edilen bulgular da bu yönde işlenerek ağ yapısı karakteri içinde değerlendirilmiştir.

Twitter Türkiye’de Gündem analizi yapmak için izlenecek adımlar nelerdir?

Twitter araştırmaları içinde gündem kavramı üzerine pek çok araştırma mevcuttur. Fakat bu araştırmalar genel olarak gündem belirleme yaklaşımı etrafında kümelenmiş gündem kavramının bizatihi kendisine yönelik söylem geliştirmede eksik kalmıştır. Bu araştırmada ise gündem kavramının bir ağ yapısı oluşturabileceği ve kendisinin Twitter araştırmaları için enformasyon ağlarının ve profil ağlarının gözlemlenebildiği bir gözlem alanı olduğu keşfedilmiştir. Twitter üzerine yapılan gündem belirleme yaklaşımı çerçevesinde yapılan araştırmaların dışında Twitter’da

meydana gelen olayları gündemler üzerinden ele alan pek çok çalışma vardır. Araştırmaların büyük bölümü seçilmiş olan bir gündem üzerinden veri analizleri gerçekleştirmiş ve bu gündemleri bir araç haline getirmişlerdir. Bu bakımdan gündem kavramı üzerine olmasa da Twitter gündemlerini konu alan oldukça geniş bir literatür oluşmuş durumdadır.

Gündem araştırmalarında genel yaklaşım gündem hashtagi kullanılarak atılan tweetlerin toplanması ve bu verilerin işlenmesi üzerinedir. Gündem kavramını bir ağ yapısı olarak ele alan bu çalışmada gündemler profil analizini uygulamak için bir temel olarak görülmektedir. Bu sebeple gündem analizi ve profil analizi birbiriyle bağlantılı aşamalardır. Araştırmanın bulgularından önce bu bulguları elde etmede başlangıç stratejisinin bu araştırmada nasıl belirlendiğinden söz etmek yerinde olacaktır. Araştırmanın başlangıcında Twitter Türkiye’de gündem olmuş olaylar göstergeleri, süreci ve sonuçları göz önüne alınarak belirlenmiştir. Ayrım yaparken Twitter ve fiziksel dünya kıstasları ortaya konulmuş ve gündemlerin bu iki alan üzerindeki etkileri ve enformasyon akışları seçim yapma işleminde etkili olmuştur. Dolayısıyla araştırmada gündemler en temel de Twitter’den gerçekliğe ve gerçeklikten Twitter’a olarak ayrılmıştır. Bu noktada gerçekliğin zemini fiziksel dünya üzerine oturtularak Twitter uzamı ile aralarına sınır çekilmiştir. Böylece bu başlıklandırmalar içerisine ikişer örnek seçilmiş ve bu gündemler üzerinden atılan tweetler elenmiştir.

Gündem analizleri bu araştırmada gündemin içini dolduran söylemler üzerinden anlaşılmaktadır. Bu söylemlerin Twitter uzamındaki göstergeleri tweetlerdir. Tweetlerin gündemin özünü yansıttıkları ve gündem ağlarına dair çeşitli göstergeleri barındırdıkları düşünülmektedir. Bu sebeple gündem analizleri evresinde o gündem ile alakalı olarak paylaşılmış tweetler analiz edilmiştir.

Gündem analizi çatısı altında incelenen tweetler yalnızca gündem perspektifiyle incelenmemiş bunun yanı sıra profil adı ve kullanıcı adı kullanımları, dil kullanımları ve enformasyon kaygısı taşıyıp taşımadıkları da incelenmiştir. Bu kıstasların kullanılması tweetin yapısına ve paylaşım yapan kullanıcıya dair araştırmacı için veri teşkil etmesinden ileri gelmektedir. Bu aşama ile birlikte tweetler etik gerekçelerle kodlanır ve incelemeye tabi tutulur. Ardından ölçeklendirme geliştirilerek kodlamalar yukarıda zikredilen kıstaslarla yapılır ve sonucunda profil analizinin kodlamaları ve kategorilendirmeleri ile mukayese edilmek için hazırlanır.

Sonuç olarak bu araştırma için başlangıçtan itibaren önemini koruyan gündem kavramı araştırmanın çekirdek kategorisi olarak belirlenmiş ve kuram aşamasında Twitter Gündem Ağı olarak kavram haline getirilmiştir. Bu bir kuram önerisi olmasının yanında gelecek araştırmalar için sınanacak ve eleştirilecek bir perspektif olarak sunulmuştur.

En temelde araştırma gündem ağları aracılığı ile bir temellendirilmiş kuram araştırması yapmış profil tipolojilerini araştırmış ve sınıflandırmıştır. Ortaya çıkan kategorilendirmelerin büyük bir kısmı bu araştırma evreni içerisinde oluşturulmuş ve literatüre katkı sağlamak hedeflenmiştir. Sonuç olarak araştırmada elde edilen profil tipleri, gündem tipleri, hashtag kategorilendirmeleri, enformasyon kullanımlarına dair isimlendirmeler, dil kullanımlarına dair sınıflandırmalar Twitter üzerine gelecekte yapılacak olan çalışmalar için kullanılmak üzere sunulmuştur. Araştırmacının Twitter için gördüğü potansiyeli görmüş olan veya gelecekte görecektir ve bu sahayı araştırarak olan araştırmacılar ve bu saha içindeki bilgilere ve verilere ihtiyaç duyacak kurumlara yönelik öneriler şöyle sıralanabilir:

- Twitter şirketi ile kurumların ikili ilişkileri ve diyalogları arttırılmalıdır.
- Araştırmacılar için Twitter daha fazla veri sunmalı ve olanaklarını genişletmelidir.
- Twitter araştırmacıları için R-studio gibi programların kullanım alanları yaygınlaştırılmalı, araştırmacıların kapasitelerini geliştirmek için çalışmalar yapılmalıdır.
- Çoğunluğu İngilizce söz dizimine sahip kaynak kod kütüphanelerindeki işlemler Türkçe dilinde de oluşturulmalı, veriler Türkçe kontekstine uygun olarak işlenmelidir.
- Twitter politikalarının Twitter kullanıcılarına yönelik keyfi tutumu hukuk düzleminde yeniden ele alınmalıdır.
- Enformasyon trafiğinin denetlenmesine ve yanlış enformasyonların yayılımının önlenmesine yönelik aksiyon alabilecek mekanizmalar geliştirilmelidir.

- Profil ağlarının kümelenmelerine yönelik kavramsal bir haritalandırmaya, takip ve denetleme mekanizmalarının geliştirilmesine yönelik ihtiyaçlar tespit edilmelidir.
- Twitter'ın mevcut sistemdeki belirleyici rolüne yönelik çalışmalar arttırılmalıdır.



6. KAYNAKLAR

- Akkaş, C. (2021), COVID-19'un Sosyal Ağlar Üzerindeki Etkisi: Twitter Örneği, *İçinde Covid 19'un Etkilerinin Sektörel Açıdan Değerlendirilmesi*, Ekin Yayınları, İstanbul, 153-175.
- Akturan, U., Hatemoğlu, G. (2008). Alt teori. *İçinde, Nitel Araştırma Yöntemleri Nvivo 7.0 ile Nitel Veri Analizi*. Baş, T. & Akturan, U. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Alyanak, ZB. (2018). Etnografi ve Çevrimiçi Etnografi. *İçinde, Binark, M. (Editör). Yeni Medya Çalışmalarında Araştırma Yöntem ve Teknikleri*. İstanbul, Ayrıntı Yayınları, 123-171.
- Arslan, İ. (2017). *R ile İstatistiksel Programlama*. İstanbul: Pusula 20 Teknoloji Yayıncılık.
- Aslan, E. (2017). Twitter'da Dil Kullanımları Üzerine Bir İnceleme. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, (52): 148-160.
- Bakhshandeh, R., Samadi, M., Azimifar, Z. & Schaeffer, J. (2011). Degrees of Separation in Social Networks. *The Fourth International Symposium on Combinatorial Search (SoCS-2011)*.
- Baudrillard, J. (2012). *İmkânsız Takas*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Bauman, Z. (2017). *Akışkan Modernite*. (S. O. Çavuş, Çev.) İstanbul, Can Yayınları.
- Bauman, Z. (2018). *Akışkan Hayat*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Bayraktutan, G., Binark, M., Çomu, T., Doğu, B., İslamoğlu, G. & Aydemir, A. (2013). Sosyal Medyada 2011 Genel Seçimleri: Nicel –Nitel Arayüzey İncelemesi, 2012, *Selçuk İletişim*, 7, 3, 5-29.
- Bayraktutan, G., Binark, M., Çomu, T., Doğu, B., İslamoğlu, G., & Telli Aydemir, A. (2012). Sosyal Medyada 2011 Genel Seçimleri: Nicel-Nitel Arayüzey İncelemesi. *Selçuk İletişim Dergisi*, 5-29.

- Baytar, O. (2013). İzlerkitlenin Medyadaki Aşırı Enformasyon Sorununa Bakışı. *AJITE: Online Academic Journal of Information Technology*, 36-55.
- BBC News Türkçe, (2018). *Erdoğan'ın sözleri sonrası Twitter'da TAMAM-DEVAM çekişmesi*. (<https://www.bbc.com/turkce/haberler-turkiye-44049243>, s.e.t. 01.02.2022.
- BBC News, (2016). *The Vocabularist: How we use the word cyber*, <https://www.bbc.com/news/magazine-35765276>, s.e.t. 11.06.2022.
- Benkler, Y. (2006). *The Wealth of Networks*. New Haven, Yale University Press.
- Bentham, J., Pease-Watkin, C., & Werret, S. (2008). *Panoptikon: Gözün İktidarı*. (Çoban, B. & Özarslan, Z. Çev.), İstanbul, Su Yayınları.
- Bianco, JS. (2009). Social networking and cloud computing: precarious affordances for the 'pro-sumer'. *Women's Studies Quarterly*. 37: 303–312.
- Binark, M., & Kılıçbay, B. (2005). *İnternet, Toplum, Kültür*. Ankara, Epos Yayınları.
- Bourdieu, P. (1991). *Language and Symbolic Power*. Polity Press, Cambridge.
- Bourse, M., & Yücel, H. (2012). *İletişim Bilimlerinin Serüveni*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Boyd, D., Golder, S., & Lotan, G. (2010). Tweet, Tweet, Retweet: Conversational Aspects of Retweeting on Twitter. *İçinde, 43rd Hawaii International Conference on System Sciences.. (HICSS-43)*. IEEE.
- Brown, M. (2011). *Learn to use Facebook, Twitter, and LinkedIn: The How-To Guide*. Kindle (e-kitap)
- Bruns, A. & Moe, H. (2014). Structural layers of communication on Twitter. *İçinde, Bruns, A., Mahrt, M., Weller, K., Burgess, J., & Puschmann, C. (Editörler) Twitter and Society* Peter Lang Publishing, USA. 15-28.
- Callcott, JG. (1863). The First Twitter of Spring. *İçinde, Passmore, WS. Part Song* Foster & King, London.

- Cardoso, G. (2006). *The Media in the Network Society Browsing, News, Filters and Citizenship*. Lisboa, Portugal. CIES – Centre for Research and Studies in Sociology.
- Castells, M. (2004). *The Power of Identity: The Information Age: Economy, Society and Culture, Volume II*. Blackwell: Oxford.
- Castells, M. (2008). *Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum ve Kültür* (Cilt 1). İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Castells, M. (2008). The New Public Sphere: Global Civil Society, Communication Networks, and Global Governance. İçinde *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science* (C. 616, Issue 1, ss. 78-93). SAGE Publications.
- Castells, M. (2013). *İsyan ve Umut Ağları: İnternet Çağında Toplumsal Hareketler*. İstanbul: Koç Üniversitesi Yayınları.
- Castells, M., Ardevol, FM., Qiu, JL. & Sey, A. (2004). *The Mobile Communication Society*. University of Southern California, Los Angeles.
- Charmaz, K. (2003). Grounded Theory: Objectivist and Constructivist Methods. İçinde, *Strategies for Qualitative Inquiry*. Denzin, NK. & Lincoln, YS., Thousand Oaks, California: Sage Publications. 249-291.
- Charmaz, K. (2006). *Constructing Grounded Theory: A Practical Guide Through Qualitative Analysis*, Sage Publications, London
- Charmaz, K. (2014). Grounded Theory in Global Perspective. İçinde, *Qualitative Inquiry* SAGE Publications. (20), 9, 1074-1084.
- Cioffi-Revilla, C. (2010). Computational Social Science. İçinde, *Wiley Interdisciplinary Reviews: Computational Statistics* (2), 3: 259-271.
- Cioran, EM. (2020). *Parçalanma*. İstanbul: Metis Yayınları.
- Clegg, N. (2022). *Making the metaverse: What it is, how it will be built, and why it matters*, <https://nickclegg.medium.com/making-the-metaverse-what-it-is-how-it-willbe-built-and-why-it-matters-3710f7570b04>, s.e.t. 01. 08. 2022.
- Creswell, JW. (2015). *Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Siyasal Kitabevi.

Cuilenburg, JV. & Noomen, G. (1984). *Communicatiewetenschap*. Muiderberg: Coutinho.

Çelik, H. (2013). Genç Yetişkinlerde Babanın Belirsiz Kaybının Aile Sistemi ve Bireysel Psikolojik Örüntüler Bağlamında İncelenmesi: Danışmanlık Psikolojisi Perspektifinden Karma Bir Araştırma, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık Bilim Dalı, Doktora Tezi, İstanbul: Marmara Üniversitesi.

Çelik, H. Ekşi, H. (2018). *Nitel Desenler: Gömülü Teori*. İstanbul, Eğitim Danışmanlığı ve Araştırmaları Merkezi Yayınları.

Çomu, T., & Halaiqa, İ. (2018). Web İçeriklerinin Metin Temelli Çözümlemesi. *İçinde*

Binark, M. (Editör). *Yeni Medya Çalışmalarında Araştırma Yöntem ve Teknikleri*. İstanbul, Ayrıntı Yayınları, 31-93.

Dellaloğlu, BF. (1998). *"Toplumsal"ın Yeniden Yapılanması: Habermas Üzerine Bir Araştırma*. İstanbul: Bağlam Yayınları.

DeLoach, A. (1996). *What Does it Mean to be a Netizen?* CMC Magazine: <https://www.december.com/cmc/mag/1996/sep/callnet.html>

Demir, Y. (2020). Sosyal Medyanın Gündem Belirleyicileri: Twitter'da Gündem Belirleme Süreci Üzerine Bir Sosyal Ağ Analizi, *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 51, 2-19.

Dijk, JV. (2018). *Ağ Toplumu*. İstanbul: Epsilon Yayınevi.

Duran, KN. & Yeniceler, İ. (2019). Gelenekselden Yeni Medyaya Geçiş Sürecinde İçerik Üretimi Sürecinin Dönüşümü: Cüneyt Özdemir Youtube Kanalı, *Yeni Medya Elektronik Dergi- eJNM*, 3, 200-212.

Durkheim, É. (2011). *İntihar*. İstanbul: Cem Yayınevi.

Durna, T. & Kubilay, Ç. (2010). Söylem Kuramları ve Eleştirel Söylem Çözümlmeleri, *İçinde, Medyadan Söylemler*. İstanbul, Libra Yayıncılık, 47-84.

Eco, U. (2012). *Yengeç Adımlarıyla; Sıcak Savaşlar ve Medyatik Popülizm*. (Gezgin, Ş. Çev.) İstanbul, Doğan Kitap.

- Ergen, Y. (2018). Twitter Örneğinde Sosyal Medya Gündemi: Bir Gündem Belirleme Aracı Olarak Futbol, *Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Uluslararası Hakemli Dergisi*, 26, 3, 502-520.
- Erkmen, Ö., Arslan, C., Gümüş, B., & Öztürk, İ. (2019). Ecological Movements' Limited Use of Social Media in Turkey: A Social Network Analysis of Ecology Union within Twitter. *Istanbul University Journal of Communication Sciences*, (56): 31-66.
- Fauconnet, P., & Mauss, M. (2020). *Sosyoloji Yazıları*. İstanbul: Pinhan Yayıncılık.
- Fiske, J. (2012). *Popüler Kültürü Anlamak*. İstanbul: Parşömen Yayınları.
- Foucault, M. (2016). *Büyük Yabancı: Dil, Delilik ve Edebiyat Üstüne Konuşmalar*. İstanbul: Metis Yayınları.
- Geertz, C. (2010). *Kültürlerin Yorumlanması*. İstanbul: Dost Yayınları.
- Gençoğlu, YA. (2014). Bir Kavram ve Kuram Üretme Stratejisi Olarak Temellendirilmiş Kuram. İçinde, *Journal Of History School*. ASOS Yayınevi. (7), XVII, 681-700.
- Glaser, B. (1978). *Theoretical Sensitivity*. The Sociology Press, California.
- Glaser, B. (1992). *Basics of Grounded Theory Analysis*. Sociology Press, California.
- Glaser, B., & Strauss, A. (1967). *The Discovery of Grounded Theory: Strategies for Qualitative Research*. Sociology Press, California.
- Gruzd A, Wellman B & Takhteyev Y. (2011). Imagining Twitter as an Imagined Community. *American Behavioral Scientist* (10): 1294–1318.
- Gümüşsu, E. (2019). 'Tamam' ve 'Devam' Etiketleriyle Atılan Tweetler ile Cumhuriyet ve Millet İttifakı Grupları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. İçinde, *Bilişim Teknolojileri Dergisi*, (12), 4, 287-298.
- Habermas, J. (1989). The Public Sphere: An Encyclopedia Article. İçinde, *Critical theory and Society. A Reader*, New York, Routledge. 136-142.

- Habermas, J. (1991). *The Structural Transformation of Public Sphere*. Cambridge, Massachusetts, The MIT Press.
- Han, BC. (2017). *Şeffaflık Toplumu*. İstanbul: Metis Yayınları.
- Han, BC. (2019). *Psikopolitika: Neoliberalizm ve Yeni İktidar Teknikleri*. İstanbul: Metis Yayınları.
- Han, BC. (2020). *İktidar Nedir?* İstanbul: İnsan Yayınları.
- Han, BC. (2021). *Zen Budizm Felsefesi*. İstanbul: İnsan Yayınları.
- Harvey, D. (2012). *Postmodernliğin Durumu*. İstanbul: Metis Yayınları.
- Himmelboim, I. (2017). Social Network Analysis (Social Media). İçinde, *The International Encyclopedia of Communication Research Methods*. Wiley, 1-15.
- Holmberg, K., & Thelwall, M. (2014). Disciplinary differences in Twitter scholarly communication. İçinde, *Scientometrics*. Springer Science and Business Media LLC. (101), 2, 1027-1042.
- Huberman, B. (2001). *The Laws of Web, Patterns in the Ecology of Information*. Cambridge MA, London: MIT Press.
- Jameson, F. (2015). *Diyalektiğin Birleştirici Güçleri*. İstanbul: İthaki Yayınları.
- Jelske, D., Wilbert, H., Lysbeth, JF., & Hans, (2021). Using Twitter Data for the Study of Language Change in Low-Resource Languages. A Panel Study of Relative Pronouns in Frisian. *Frontiers in Artificial Intelligence* (4).
- Kalaman, S. (2016). Sosyokültürel, Ekonomik ve Siyasi Boyutlarıyla Yeni Medyada Mahremiyetin Dönüşümü: Facebook Örneği, Sosyal Bilimler Enstitüsü Radyo Televizyon ve Sinema Anabilim Dalı, Doktora Tezi, İzmir: Ege Üniversitesi.
- Karahisar T. (2013) Dijital Nesil, Dijital İletişim ve Dijitalleşen (!) Türkçe, *Academic Journal of Information Technology*, (4), 12, 71-83.

Karapınar, A. (2017). Gerçeklik ve Hiper Gerçeklik; Baudrillard ve G. Debord Anlatılarından Hareketle “Hakikatin Yeniden İnşası”. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 10(53): 513-518.

Karapınar, A. (2019). Twitter Toplumu ve Anonim Kimlikler: "Ağ Toplumu" Kavramı Üzerinden Sosyolojik Bir Analiz içinde. *IX. Ulusal Sosyoloji Kongresi Bildiriler Kitabı*. Ankara: Sosyoloji Derneği, 519-530.

Keane, J. (2015). *Medya ve Demokrasi*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Kemp, S. (2022). *Digital 2022: Another Year of Bumper*, <https://wearesocial.com/uk/blog/2022/01/digital-2022-another-year-of-bumper-growth2/>

Keskin, A. (2021). Adbilim Odağında Lakaplar ve Lakaplarla Karşılaştırılan Başlıca Terim ve Kavramlar, *Avrasya Terim Dergisi*, 9 (2), 54- 62.

Kılıç, S. (2020). Gündem Belirleme Kuramı Bağlamında Twitter ve İnternet Gazetelerinin Karşılaştırılması: Hürriyet ve Milliyet Gazeteleri Örneği, *Selçuk İletişim*, 13 (1), 91-129.

Kılıç, S. (2020). Gündem Belirleme Kuramı Bağlamında Twitter ve İnternet Gazetelerinin Karşılaştırılması: Hürriyet ve Milliyet Gazeteleri Örneği, *Selçuk İletişim*, 13 (1), 91-129.

Kwak, H., Lee, C., Park, H., & Moon, S. (2010). What is Twitter, a social network or a news media? İçinde, *Proceedings of the 19th international conference on World Wide Web – WWW '10*. New York, New York, USA: ACM Press. 591–600.

Lariscy, RW., Avery, EJ., Sweetser, KD. & Howes, P. (2009). An examination of the role of online social media in journalists’ source mix. *Public Relations Review* (35): 314– 316.

Levine, C. (2015). *Forms: Whole, Rhythm, Hierarchy, Network*. Princeton Uni. Press.

- Løkke, E. (2020). *Mahremiyet: Dijital Toplumda Özel Hayat*. İstanbul: Koç Üniversitesi Yayınları.
- Lyotard, JF. (2000). *Postmodern Durum*. Ankara: Vadi Yayınları.
- Maalej, W., & Robillard, M. P. (2012). Patterns of Knowledge in API Reference Documentation. *IEEE Transactions on Software Engineering*
- Maigret, É. (2019). *Medya ve İletişim Sosyolojisi*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Mannheim, K. (2018). *Bilgi Sosyolojisi*. İstanbul: Pinhan Yayıncılık.
- McCulloch, R. (2009). Third Sector Lab (blog), *The man who changed Twitter*. <https://thirdsectorlab.co.uk/blog/>, s.e.t. 01.05. 2022.
- McLuhan, M. (1964). *Understanding Media*. New York: McGraw-Hill Company.
- McLuhan, M. (2012). *Guthenberg Galaksisi: Tipografik İnsanın Oluşumu*. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Merleau-Ponty, M. (1968). *The Visible and the Invisible*. Northwestern University Press.
- Milgram, S. (1967). The Small World Problem. *Psychology Today*. (2), 60-67.
- Murthy, D. (2011). Twitter: Microphone for the masses? İçinde, *Media, Culture & Society*. SAGE Publications. (33), 5: 779–789.
- Murthy, D. (2012). Towards a Sociological Understanding of Social Media: Theorizing Twitter. İçinde, *Sociology*. SAGE Publications. (46), 6: 1059–1073.
- Myers SA, Sharma A, Gupta P. (2014). Information network or social network? The structure of the Twitter follow graph. İçinde, *Proceedings of the companion publication of the 23rd international conference on World Wide Web companion*. 493–498.
- Nicholas, D. & Rowlands, I. (2011) Social Media Use in the Research Workflow. *Information Services and Use* 31(1): 61–83.
- Niemandt, CJP. (2014). A network society, social media, migration and mission. İçinde, *Missionalia*. Stellenbosch University. (41), 1: 22.

Ojo, O. J. (2016). Information Anxiety and Information Overload of Undergraduates in Two Universities in South-West Nigeria. *Library Philosophy and Practice* (e-journal).

Oktay, Hüseyin T. (2021). Türkiye'deki Farklı Siyasi Grupların Twitter Sosyal Paylaşım Ağı Üzerinden Analizi; Karşıtımla Varım, Lisansüstü Eğitim Enst., Doktora Tezi, Ankara: Hacı Bayram Veli Üniversitesi.

Oktay, JS. (2012). *Grounded Theory*. Oxford University Press.

Özden, M. (2019). Gömülü Teori. İçinde, Saban, A. & Ersoy, A. (Editör). *Eğitimde Nitel Araştırma Desenleri*. İstanbul, Anı Yayıncılık, 279-314.

Palser, B. (2009). Amateur content's star turn. *American Journalism Review*, (31): 42.

Park, H., Park, S., & Chong, M. (2020). Conversations and Medical News Frames on Twitter: Infodemiological Study on COVID-19 in South Korea. *Journal of Medical Internet Research*.

Park, RE. (2018). *İnsan Doğası: Sosyoloji Bilimine Giriş IV*. İstanbul: Pinhan Yayıncılık.

Parsons, T. (1949). *The Structure of Social Action: A Study in Social Theory with Special Reference to a Group of Recent European Writers*. The Free Press, Glencoe, Illinois.

Postman, N. (2004). *Teknopoli*. İstanbul: Gelenek Yayıncılık.

Quan-Haase, A., Martin, K., & McCay-Peet, L. (2015). Networks of Digital Humanities Scholars: The informational and Social Uses and Gratifications of Twitter. İçinde *Big Data & Society*. SAGE Publications. (2), 1, 1-12.

R Project. (2018). Package Wordcloud: <https://cran.r-project.org/web/packages/wordcloud/wordcloud.pdf>

R Project. (2020). Package 'rtweet': <https://cran.rproject.org/web/packages/rtweet/rtweet.pdf>

R Project. (2021). ggplot2. (ggplot2, Prodüktör) ggplot2: <https://ggplot2.tidyverse.org/>

R Project. (2021). httpuv: HTTP and WebSocket Server Library: <https://cran.rproject.org/web/packages/httpuv/index.html>

R Project. (2021). stopwords: Multilingual Stopword Lists. stopwords: Multilingual Stopword Lists: <https://cran.r-project.org/web/packages/stopwords/index.html>

Rank, O. (2020). *Hakikat ve Gerçeklik*. İstanbul: Pinhan Yayıncılık.

Schenk, D. (1997). *Data Smog: Surviving the Information Glut*. New York: Harper Edge.

Schiller, F. (1851). *The Poems of Schiller, Complete: Including All his Early Suppressed Pieces*, 153-57.

Simmel, G. (2017). *Gizliliğin ve Gizli Toplamların Sosyolojisi*. İstanbul: Pinhan Yayıncılık.

Singh, SS. (2017). Academic Twitter: Pushing the Boundaries of Traditional Scholarship. Doctor of Philosophy in the Steinhardt School of Culture, Education, and Human Development New York University.

Smith, DM., & Venables, WN. (2021). *An Introduction to R*. R-Project: <https://cran.rproject.org/doc/manuals/r-release/R-intro.pdf>

Staruss, AL. & Corbin, J. (1990). *Basic of Qualitative Research: Grounded Theory Procedures and Techniques*, Sage Publications, California.

Steward, B. (2018). Twitter as Method: Using Twitter as a Tool to Conduct Research. İçinde, *The SAGE Handbook of Social Media Research Methods*. SAGE Publications Ltd. 251-265

Strauss, AL. (1987). *Qualitative Analysis for Social Scientists*. Cambridge University Press.

Sweet, L. (2012). *Viral: How Social Networking is Poised to Ignite Revival*. Colorado Springs: Waterbrook Press.

Syahputra, I., & Hafiar, H. (2019). Activities of Netizens on Social Media and Religious Spirituality of Indonesian Millennials in the Era of New Media. İçinde, *The International Journal of Religion and Spirituality in Society* Common Ground Research Networks. (9), 1, 57-70.

Televizyon Gazetesi, (2018). *TAMAM etiketi DEVAM'ı ezdi* <https://televizyongazetesi.com/video/tamam-etiketi-devami-ezdi-gecti-turkiye-nereye8-mayis-2018-2-bolum>. S.e.t. 01.02.2022

Thoms, B. (2012). Student Perceptions of Microblogging: Integrating Twitter with Blogging to Support Learning and Interaction, *Journal of Information Technology Education: Innovations in Practice*, 11, 179-196.

Tidyverse. (2021). tidyverse: <https://tidyverse.tidyverse.org/>

Travers, J. & Milgram, S. (1969) An Experimental Study of the Small World Problem. *Sociometry*, American Sociological Association, (32), 4: 425-443.

Türk, GD., Bayrakçı, S. & Akarsu, E. (2022). Metaverse ve Benlik Sunumu. *The Turkish Online Journal of Design Art and Communication*, 12 (2), 316-333.

Uçar, Anıl K. (2021). Pandemi Sürecinde Twitter ve Nefret Söylemi. *International Journal of Social and Humanities Sciences (IJSHS)*, 5(2), 53-64.

Web Sayfası, www.erdosbaconsabbath.com.

Weber, M. (2005). *Sosyoloji Yazıları*. İstanbul: İletişim Yayınları.

Williams, R. (2005). *Kültür ve Materyalizm*. İstanbul: Sel Yayıncılık.

Williams, R. (1977). *Marxism and Literature*. Oxford: Oxford University Press.

Williams, R. (1977). *Marxism and Literature*. Oxford: Oxford University Press.

Williams, R. (1989). *İkibin'e Doğru*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Yelken, R. (1999). *Cemaatin Dönüşümü*. Ankara: Vadi Yayıncılık.

Yıldırım A, Şimşek H. (2013). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Zimmerman, ME. (2011). *Heidegger: Moderniteyle Hesaplaşma; Teknoloji, Politika, Sanat*. (H. Arslan, Çev.) İstanbul, Paradigma Yayıncılık.



7. EKLER

EK-1. PROFİL TİPLERİ

	A1	A2	A3	A4	A5	A6	A7	A8	A9	B1	B2	B3	B4	B5	B6	B7	B8	B9	C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7	C8	C9	C10	D1	D2	D3	D4	D5	D6	D7	D8	D9	D10
Anonim Kimlik		✓	✓	✓	✓			✓	✓					✓			✓														✓					✓		✓
Nonim Kimlik						✓					✓	✓				✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓		✓	✓				✓	✓	✓	✓			
Yarı-Anonim Kimlik	✓						✓			✓			✓		✓									✓		✓			✓	✓							✓	

EK-2. DİL KULLANIMI

	A1	A2	A3	A4	A5	A6	A7	A8	A9	B1	B2	B3	B4	B5	B6	B7	B8	B9	C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7	C8	C9	C10	D1	D2	D3	D4	D5	D6	D7	D8	D9	D10	
Öznel	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓			✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Didaktik																							✓																
Mizahi																										✓													
Eleştirel						✓			✓	✓		✓			✓		✓		✓						✓			✓		✓			✓	✓	✓	✓	✓		✓
Gündelik							✓				✓			✓	✓		✓	✓			✓	✓			✓			✓											
Genelleyici								✓															✓																
Betimleyici																				✓																			
Sloganik																							✓						✓		✓	✓		✓					

EK-3. HASHTAG KULANIMI

	A1	A2	A3	A4	A5	A6	A7	A8	A9	B1	B2	B3	B4	B5	B6	B7	B8	B9	C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7	C8	C9	C10	D1	D2	D3	D4	D5	D6	D7	D8	D9	D10
Gündem içi bildirim	✓	✓	✓									✓							✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓		✓	✓	✓	✓		✓	✓			✓	✓
İlave Hashtag kullanımı				✓				✓										✓							✓		✓					✓			✓	✓		
Hashtag kullanılmamıştır					✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓																					

EK- 4. ENFORMASYON KAYGISI

	A1	A2	A3	A4	A5	A6	A7	A8	A9	B1	B2	B3	B4	B5	B6	B7	B8	B9	C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7	C8	C9	C10	D1	D2	D3	D4	D5	D6	D7	D8	D9	D10
Enformasyon kaygısı yok	✓						✓	✓												✓	✓	✓	✓				✓	✓				✓		✓			✓	
Enformasyon yayılımı						✓							✓																				✓		✓		✓	
Endişe bildirimi			✓																												✓							
Toplumsal uyarı bildirimi		✓		✓																																		
Eleştiri bildirimi					✓																																	✓
Şahsi enformasyonu yayma									✓										✓															✓				
Yanlış enformasyon yayılımı										✓								✓								✓												
Yanlış enf. Yayılımı bildirimi											✓	✓			✓		✓																					
Yanlış enf. Doğru olduğuna dair fikir beyanı														✓																								
Tarihi referans kullanarak yanlış enf. doğrulama ve yayma																✓																						
Örnek olay destekli fikir bildirimli enf. üretimi																													✓									
Tanımlayıcı fikir bildirimli enf. üretimi																								✓														
Enf üretimi odaklı tepkisel fikir bildirimi																														✓								✓
Açıklayıcı enformasyon kaygısı																									✓													

EK-5. GÜNDEM KULLANIMI

	A1	A2	A3	A4	A5	A6	A7	A8	A9	B1	B2	B3	B4	B5	B6	B7	B8	B9	C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7	C8	C9	C10	D1	D2	D3	D4	D5	D6	D7	D8	D9	D10	
Hashtag gündemi tweeti	✓		✓					✓																															
Etkileşim amaçlı hashtag gündemi tweeti				✓									✓			✓										✓	✓												
Eleştirel gündem tweeti					✓					✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓											✓							✓				
Enformasyon kaygılı eleştirel gündem tweeti						✓																																	
Anahtar sözcük kullanımlı gündem tweeti							✓		✓	✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓																						
Hashtag kullanımlı gündem desteği tweeti																	✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓			✓	✓	✓	✓	✓		✓		
Hashtag kullanımlı politik söylem içeren gündem-üstü-gündem tweeti																													✓	✓									✓
Protesto söylemi içeren gündem tweeti																									✓				✓										
Hashtag kullanımı gündem-içi-gündem oluşturma tweeti																																				✓			
Hashtag kullanımlı kişisel gündem tweeti		✓																																					
Politik söyleme dayalı gündem tweeti																			✓													✓							

K-6. KATEGORİLER, TEMALAR ve ÇEKİRDEK KATEGORİ



EK-7. ARAŞTIRMACININ NOTLARI

Tamam-Devam has...Aa≡☰🔗»

5 Mart 2021 17:33

Tamam-Devam hashtaglerini toplarken hashtagleri bölmeye karar verdi. Çünkü devam hashtagine atılan tweetleri belirlemede sorun yaşadım. Devam hashtagi genelde destek için sayısal üstünlük kurmak için atılıyor. Tamam hashtaginde de sayısal üstünlük kurma gayesi olsa da eleştirel fikir söylemi daha yoğun gözlemlendi.

Tweetler belirlendi...Aa≡☰🔗»

17 Mart 2021 14:20

Tweetler belirlendi fakat bu tweetlerin kullanıcı isimlerini kullanıp kullanmamak konusunda kararsızım. Literatürde kullanıldığı örnekleri gördüm fakat kendi profilimde yaptığım ankette bunun etik olmadığına dair fikir üstün geldi. Bu sebeple isimleri kodlayarak silmeyi düşünüyorum.

Kodlama yaparken...Aa≡☰🔗»

5 Nisan 2021 17:27

Kodlama yaparken aynı zamanda tema oluşturmada kullanabileceğim bir ölçeklendirme belirledim. Twitter Gündem Analizi Ölçeklendirmesi adını verdiğim bu şemada dil kullanımını, profil tipini, hashtag kullanımını, enformasyon kaygısını ve gündem kullanımı başlıklarını kullanarak kodlama yapmaya karar verdim. İsimlendirmeler konusunda yöntemin bana verdiği özgürlük alanını kullanmak verimli bir araç. Fakat tespit yaparken ve yorumlarken farkettiğim, keşfettiğim değişkenler çok fazla ve oluşturduğum kümelerin birbirinden çok kopuk olmasını istemiyorum. Bu yüzden tüm tema ve kategorilere ayrı tablo yapıp listelemeyi düşünüyorum.

Tweet çekme ve sa...Aa≡☰🔗»

26 Nisan 2021 11:40

Tweet çekme ve sadeleştirme konusunda problem yaşıyorum bu problemin ana kaynağı bilgisayarımın Mac tabanlı olması. Bu yüzden R-Studio programı için Windows tabanlı bir bilgisayar da tedarik ettim. Bu süreçte R programlama dilini hem öğreniyorum hem de veri çekiyorum. Süreç bu anlamda keyifli bir şekilde sürüyor. Fakat Türkçe dil paketlerinde sorun yaşıyorum. Özellikle stopwords kütüphanesinin İngilizce tabanlı olması, Türkçe için özel olarak oluşturulan paketin çok sınırlı kelimelerden oluşması işimi zorlaştırıyor. Kelime listesini sadeleştirdikten sonra teke tek kontrol etmem ve anlamsız kelimeleri ayıklamam gerekiyor. Kelime bulutu görselinde anlamsız kelimelere rastlayınca o kelime bulutunu tekrar oluşturmam gerekiyor. Araştırma sonrası bu konuyu projelendirerek kapsamlı bir R stopwords Türkçe kütüphanesini oluşturmak için bir proje hazırlamayı düşünüyorum.]

EK-8. TWITTER MAIL TRAFİĞİ

