

Televizyon ve Twitter Ortamında Bir Alımlama Analizi Denemesi: *Çalar Saat Ve #Hayırlolsun Etiket*

Tülay ŞEKER

Akdeniz Üniversitesi

İletişim Fakültesi Gazetecilik Bölümü

Antalya

tulayseker@akdeniz.edu.tr

Ayşe Gül de FAVERİ

Akdeniz Üniversitesi

İletişim Fakültesi Gazetecilik Bölümü

Antalya

asayman@hotmail.com

Özet

İletişim teknolojilerindeki gelişmeler izleyicinin geleneksel medya karşısındaki konumunu değiştirmiş, bu değişimle birlikte izleyici kitle iletişim sürecinde üreten ve etkileyen bir duruma gelmiştir. İzleyiciler geleneksel bir medya ortamı olarak bilinen televizyon karşısında da artık edilgen konumdan kurtulup etkileşimde bulunabilmektedir. İzleyici kitleye aynı zamanda katılımcı özellik kazandıran en önemli ortamlardan biri kuşkusuz bir mikroblog hizmeti olan Twitter'dır. İzleyiciler televizyon ve Twitter gibi iki ortamı kullanarak kendi görüşlerini ifade edebilme özgürlüğünü kullanabilmektedir. Bu olanağı da öncelikle günümüzde melezleşen medya ortamının sunduğuna işaret edilmektedir.

Bu çalışmada izleyicilerin bir televizyon programının kodları hakkında Twitter kanalıyla gerçekleştirdikleri kodaçımalarının analizine odaklanılmıştır. FoxTV'de yayınlanan Çalar Saat programının 4 Mayıs 2018 tarihli yayınının izleyici üzerindeki etkisi Twitter'daki yorumlara yapılan alımlama analiziyle ölçülmeye çalışılmıştır. Televizyon programı üzerinden üretilen söylemler ve medya tüketimi Hall'un kodlama ve kodaçımı tanımlaması bağlamında değerlendirilmiştir.

Araştırma bulguları, programda kodlanan haber söylemlerinin izleyici-katılımcı tarafından farklı biçimlerde okunduğuna işaret etmektedir. İncelenen kodaçımlarında izleyicilerin görüşlerini güçlendirmek için farklı dijital imkânlarla başvurduğu görülmüştür. Programın haber içeriğine en fazla yorum, siyasi haber türünde gözlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Televizyon, Twitter, Hashtag, Alımlama Analizi

Reception Analysis Example on Television and Twitter Ambience: *Çalar Saat* and #HayırlıOlsun Hashtag

Abstract

Developments in communication technologies have changed the audience's position relative to the traditional media, and with this change, the audience has become influential, and producing in the process of mass communication. The audience can also now interact with television- which is known as traditional media environment- by discarding their passive position. Undoubtedly, one of the most important ambience that at the same time give the audience a participant feature is a microblogging service, Twitter. Audience can use their freedom to express their opinions by using two media such as television and twitter. It is pointed out that this possibility in our days is presented by the hybridizing media environment.

This study focuses on analysing the decoding of the audience's television program, the coding of the program, with the Twitter channel. The effect -of the May 4 broadcast of the "Alarm Clock" program on FoxTV -on the audience, has been tried to be measured by the analysis of the reception which is made on the comments on Twitter. The discourses and media consumption produced through the television program have been evaluated in terms of the coding and decoding of Hall.

The findings of the research indicate that the news discourses coded in the program are decoded by the audience-participant in different ways. In this decoding the audience was using different digital means to strengthen their views. The majority of the comments on the news content of the program was observed in the form of political news.

Keywords: Television, Twitter, Hashtag, Reception Analysis

Giriş

Dijital ile geleneksel medyanın kaynaşmasıyla melezleşen medya ortamında medya tüketiminin yeni biçimler aldığı görülmektedir. Bir mikroblog hizmeti olarak Twitter, televizyon yayını ile eş zamanlı olarak izleyiciye katılım imkânı sunmaktadır. Bu çerçevede televizyon programındaki söylemlerle ilişkili olarak, izleyici-katılımcının kod açımı olarak değerlendirilen okuma tarzlarının ortaya konulabilmesi mümkündür.

Nitel betimleyici bir çalışma olan bu araştırma dâhilinde *FoxTV*'de yayınlanan *Çalar Saat* isimli programın gündemi hakkında Twitter üzerinden yapılan yorumlara alımlama analizi uygulanmıştır. 4 Mayıs 2018'de televizyonda yayınlanan programla¹ paralel olarak

¹ 3 Mayıs Cuma #SomeraReyting sıralamasına göre en çok izlenen programlar arasında *Çalar Saat* programı 5. sırada yer almaktadır. Araştırma açısından örneklem olarak seçilen programın en çok izlenen tek haber programı olması önem taşımaktadır. 1.#Survivor2018 2.#VatanımSensin 3.#Avlu 4.#MehmetçikKutulamare 5.@KucukkayaIsmail ile #ÇalarSaat <https://t.co/h1TeUdlxJ7> (<https://twitter.com/someratr/status/992305370696564737?s=02>)

Twitter’da açılan ve *trending topic* (TT) olan #HayırlıOlsun etiketi kapsamındaki iletiler ve program sunucusunun Twitter’da aynı gün, aynı etiket ile paylaştığı iletilere yapılan yorumlar NVIVO 10 NCapture programı kullanılarak toplanmış ve Stuart Hall’ün tanımladığı üç farklı okuma (Hegemonik, Müzakereci, Karşıt okuma) bağlamında değerlendirilmiştir.

Çalışmada, örneklem olarak ele alınan programa Twitter üzerinden katılımın, toplumun sadece bir kısmını kapsadığı öngörüsüyle hareket edilmiştir. Bu nedenle çalışmanın araştırma dâhilinde çoğunluğun görüşlerini temsil etme gibi bir iddiası ve kaygısı bulunmamaktadır. Araştırmanın sonuçlarının genelleştirilemese de çoklu medya ortamında izleyici yorumlarını göstermesi açısından önem taşıdığı düşünülmektedir.

Melez Medya

İletişim ortamındaki melezlik geleneksel medya ile dijital medyanın birbirine adapte olma sürecinden doğmaktadır. Bu süreç sosyal medyanın teknolojik donanımlar üzerinden imkan verdiği yatay sosyal iletişim nedeniyle televizyon tüketiminde ve izleyici pratiklerindeki melezleşmeye de işaret etmektedir.

Yeni medya ortamında televizyon yayıncılığı ve izleyici arasındaki etkileşim bir kültürel üretim alanı olarak dikkat çekmektedir. Sayısallaşma, bilgisayarlaşma ve beraberinde gelen teknolojik donanımlar, sosyal bir yapı olarak televizyon yayıncılığını ve dijital iletişim kanalları ile sürekli bir etkileşim halinde olduğu belirtilen televizyon tüketimini ve izleyici pratiklerini değiştirmiştir. Bu değişimin çok yönlü yapısına dair tartışmalar ve araştırmaların birçok alanda devam ettiği görülmektedir.

Mevcut medya ortamında televizyonu tek başına bir iletişim aracı olarak değerlendirmek mümkün görünmemektedir. Yeni medyanın sağladığı imkânlar ve televizyonun bunu içselleştirme ve buna adapte olma seyrinin izleyicinin medya tüketimini de değiştirdiği belirtilmektedir. Jenkins (2006), medyanın endüstriyel yöndeşmesi ile başlayan eski medyanın yeni medyaya adapte olma sürecinin yeni bir kültür ortaya çıkardığını belirtmektedir. Bu yeni kültürü “yakınlaşma kültürü” olarak tanımlamaktadır. Jenkins, tüm katılımcıların eşit olmadığını ve dijital alana katılım boşluğu kaygılarını da belirterek duygusal ekonomi içindeki bu kültürü şöyle ifade etmektedir: “ Yeni ve eski medyanın çarpıştığı, taban medyası ile kurumsal medyanın kesiştiği, medya yapımcısının ve medya tüketicisinin güçlerinin beklenmedik şekillerde etkileşime geçtiği.” Jenkins’e göre, “yakınlaşma, bireysel tüketicilerin beyinlerinde ve onların diğerleriyle sosyal etkileşimiyle” meydana gelmektedir. Medya yakınlaşmasının teknolojik değişimle

sınırlı olmadığını belirten Jenkins, yaklaşmanın mevcut medyayı tüketme yollarını etkilediğini söylemektedir (2006:19-20-36).

Bu bağlamda, televizyon dijital alanla birleşerek yakınsamaya bir örnek olarak değerlendirilmektedir: "...televizyon artık çeşitli biçimleri ve içerikleri bağlayan bir yeni medya haline gelmiştir" (Wayne, 2012:76, akt. İliç, 2015:109). Bu beraberinde televizyonun mobil TV, internet/Web TV, bağlantılı TV, akıllı TV, melez TV gibi çeşitli isimler altında tanımlanmasını getirmiştir. Televizyona verilen bu isimlerin ortak özelliği internet ve Web 2.0 ürün ve hizmetlerini içermesi ve bilgisayar gibi diğer teknolojiler ile beraber hareket edebilmesidir (Büker, 2013).

Endüstriyel-teknolojik yaklaşma, beraberinde farklı izleyici deneyimlerini de getirmiştir. Televizyondaki değişimin internetin sağladığı imkânlarla izleyici pratiklerini de değiştirdiği görülmektedir.

Çoklu medya ortamında televizyon birinci ekran, ikinci ekran ise dijital ortamda kullanılan herhangi bir araç olabilmektedir. İkinci ekranda sürdürülen etkinlikler şu şekilde tanımlanmıştır: "Bireyin program izleme sürecinde gerçekleştirdiği etkinlikler 'bağımsız aktivite'; televizyonda izlenen programla bağlantılı olarak dijital ortamda yürütülen bir etkinlik 'senkronlu aktivite'; ve televizyon izleyicisini de içine katarak oluşturulmuş bir etkinlik olarak 'tamamlayıcı aktivite'" (Poltrack, 2012, akt. Büker, 2013: 158).

Wilson'a (2016) göre, televizyon izlerken ikinci ekran kullanımının artması yayıncıların, teknolojik şirketlerin ve reklamcılarının iştahını kabartmaktadır. Bunun yanında, teknolojik değişimler, izleyicinin platformlar aracılığıyla, farklı zamanlar arasında kendi belirlenmiş ritmini bozarak video akışına yönelmesine ilişkin anlayışta da değişikliğe neden olmuştur. Birçok sayıdaki yayın modeli TV'yi paylaşılan kültürel bir biçim olarak zayıflatırken ikinci ekran yenilikleri ve dijital teknoloji, izleyicileri uygulamalar ve sosyal medya siteleri aracılığıyla birbirleri ile iletişime sokarak televizyon izlemede devrim yaratma vaadinde bulunmaktadır. Ancak, bu yakınsamaya olan ilgiye rağmen izleyicinin gerçekte TV önünde ne yaptığı hâlâ biraz gizemlidir (Hassoun, 2014: 281, akt. Wilson, 2016: 175).

Piyasa tarafından yönlendirilen izleyicinin parçalanmasının izleme konusundaki kavramsallaştırmayı da yeniden biçimlenmeye zorladığı belirtilmektedir. Bu yaklaşımlara göre izleyiciler yeni melez etkileşimli tüketim pratikleri üretmektedir. İzleyiciler 'izleme' (*viewing*) ve 'kullanmayı' (*using*) birbiri ile birleştirerek geleceğin yeni 'ağ içindeki tüketicilerini' oluşturmaktadır (Wood ve Taylor, 2008 , akt. Wilson, 2016: 176).

Tuerling (2018), televizyonun yayıncılık döneminden internet-sonrası (*post-network*) dönemine geçildiğini (Lotz, 2007) belirterek Turner'ın modern medyada "halk dönüşü" (*demotic turn*) tanımlamasına işaret etmektedir. Bu kavram, ilk olarak üretim ve dağıtım teknolojisinde, iş modellerinde, üreticilerin ve tüketicilerin ilgili rollerinde, şöhret kültüründe ve medyanın tercih ettiği kültürel kimliklerin türünde bir değişikliği göstermektedir. Medya artık pasif olarak tüketilmemekte aktif kitle katılımının olduğu bir alan haline gelmektedir. Medya, giderek sadece izlemek için bir şey değil ama daha çok 'yapacak bir şey' haline gelmektedir (Trine Syvertsen, 2001, 319, akt. Tuerling, 2018). İzleyici artık sadece televizyon 'izlememekte' fakat televizyona- realite TV örneğinde olduğu gibi- tweet atarak, bloglar yazarak ve yorumlarını paylaşarak katılmaktadır (Tuerling, 210, 211:2018).

Bu dönüşümün bir sonucu olarak, üretim ve tüketim arasındaki yarı-geçirgen sınırlar tedricen aşınmıştır. Bunun yanında, bu yeni izleyici katılımının ücretsiz olarak yayıncılara sunulan yeni bir emek-çalışma biçimi olduğuna da vurgu yapılmaktadır (Andrejevic 2004, 2008, akt. Tuerlings, 2018). Tüketicinin üreticiye dönüştüğü bu çalışma biçimi tüketicisi olarak da tanımlanmaktadır (Ritzer ve Jurgenson, 2010). Tuerling'e (2018) göre televizyon endüstrisindeki yeniden yapılandırmalar farklı üretici, izleyici ve eleştirmen kategorileri oluşturmaktadır. Bu kategoriler kültür endüstrisi içinde yeni melezler olarak televizyon tarafından yeniden birleştirilmektedir.

Couldry (2012), medya pratiklerimizin genel anlamda, sadece medya teknolojilerinin gündelik bağlamlarda, bizim daha geniş alışkanlıklarımızla örtüştüğü için değiştiğini belirtmektedir. Couldry'e göre, bireyler çoklu medya içinde çoklu görevler edinmektedirler. Hem ekonomik gücü yüksek olanlar hem de ekonomik gücü olmayanlar için çoklu platformlarda sosyal ve bireysel olarak iletişim kurma kabiliyeti oldukça basitleştirilmiştir. Bu çevrimiçi basitleştirilmiş yeni yollar aynı zamanda alışkanlık haline gelmiştir.

Bunun yanında, televizyon izleyicisinin sosyal medya platformlarındaki gelişmelerden nasıl etkilendiği sorusuna yanıt aranırken, ulusal medya kültürlerinin, sosyal platformların kamu ya da ticari yayıncılar tarafından kullanılıyor olmasının, ve televizyon üreticilerinin ve sosyal medya şirketlerinin özel teknik-ticari stratejilerinin de dikkate alınması gerektiği belirtilmektedir (Moe, Poel ve Dijck: 2016).

Sosyal medyanın izleyicileri aktif birer katılımcı ya da üreticiye dönüştürdüğü (Benkler 2006: Bruns 2008; Jenkins 2006; Shirky 2008) belirtilmektedir. Facebook ve Twitter, kullanıcının çevrimiçi içerik üretme ve paylaşmaya eğilimli olduğu alanlar olarak ortaya çıkmaktadır. Ancak, izleyiciyi 'kullanıcı' ya da 'üretici' olarak yeniden kavramsallaştıran

birçok kişi sosyal medya platformlarının kurulmasında teknolojinin, iş dünyası modellerinin ve yöneticilerin rolünü görmezden gelmiştir (van Dijck 2013). Moe, Poel ve Dijck'a (2016) göre sosyal medyanın televizyona entegre olmasının izleyiciyi daha çok metalaştırdığını belirten ekonomi politikçilerin (örneğin: Fuchs 2011) görüşleri televizyon, sosyal medya ve izleyici arasındaki karışık ilişkiyi açıklayamamaktadır. Yazarlar, izleyiciyi tanımlayan bazı yeni kavramlardaki eksikliğe dikkat çekmekte ve sosyal medya platformlarını oluşturan şirketler, iktidarlar gibi güçlerin önemine vurgu yapmaktadır. Yazarlara göre televizyon, sosyal medya ve izleyici arasında çok daha karışık bir ilişki bulunmaktadır.

Medya sistemlerinin (İngiltere ve Amerika Birleşik Devletleri) artık melez, çelişkili, daha eski ve daha yeninin karışımı ve Andrew Hoskins ve Ben O'Loughlin'in (2010) belirttikleri üzere 'yenilenmiş' medyalar olduğu belirtilmektedir (Chadwick, 2013). Chadwick'e göre (2013), televizyon internet karşısında büyük bir evrim geçirmiştir. Televizyon haberleri izleyicilerin yorumlarına çok sık yer vermektedir. Melez sistemde çevrimiçi yorum yapmak izleyiciyi hem özne hem de nesne konumuna getirmektedir. Televizyon kullanıcısı-izleyicisi sosyal medya üzerinden habere aktif olarak ve farklı biçimlerde katılarak haberin hem öznesi hem de haberin içinde yer alarak nesnesi olmaktadır.

Sosyal Medya Olarak Twitter

Twitter (reklam ve program içeriğiyle birlikte), sosyal medya ağları içerisinde izleyiciye erişim ve izleme sağlayan en iyi ağ sitesi olarak görülmektedir (Wilson, 2016: 179). Wilson'a göre, Twitter gerçek zamanlı, herkese açık bir sohbete ev sahipliği yapan tek yerdir.

Timisi (2015), Twitter'ın işlevi ve önemini şu şekilde ifade etmektedir:

Twitter olanı anında dolaşıma sokan bir mecradır... ve olanın temsili arasındaki aralığın daralması temsil pratiğinin toplumsalı dönüştürmesi ve toplumsalın kendisinin bizzat temsil olması anlamına gelmektedir...Yurttaş gazeteciliği, günceli takip etme, yorumlama, kamuoyu oluşturma, gündem yaratma işlevleriyle Twitter tüm potansiyelini henüz ortaya koymuş değildir. Twitter'ın mikro düzeyde katılım ve etkileşim ile makro gerçekleri dönüştürme, dönüştürürken temsil etme kapasitesi ile uzun ömürlü bir sosyal medya olacağı öngörülebilir (2015:12).

Twitter'ın , televizyonun sosyal medya ile etkileşiminde birinci sırada olduğu belirtilmektedir. Chadwick (2013), Twitter 'ın gücünü geri besleme gibi tekniklerle televizyona olan yakınlığından ve dağınık gerçek zaman olaylarını birleştirme ve temsil etmesinden aldığını söylemektedir. Twitter'ın belli bir konu hakkında *hashtag* (etiket) biçimlerinde bir araya

getirilen filtrelenmeyen gerçek-zamanlı akış üretimine imkan veren teknik olanakları canlı televizyon dinamiklerine uysa da bu mecraayı ‘kitlelerin mikrofonu’ olarak tanımlayan yaklaşımların tartışmalı olduğu ifade edilmektedir (Moe, Poel ve Dijck:2016).

Hashtag (etiket), Twitter içinde makro iletişime izin veren, bir koordinasyon aracı, popüler bir konu ya da olay etrafında bir mesaj alışverişi kurma yolu olarak tanımlanmaktadır. Ancak, bu katmanda bütün kullanıcıların katkısı ile oluşturulan homojen bir deneyim olarak tanımlanmamaktadır. Çünkü, Twitter’da yer alan bilgi onu takip eden ağlar, doğrudan kullanıcı ve kullanıcı etkileşimleri ve konuya özel arama aktiviteleri ile birçok farklı biçimlerde akararak oluşturulmaktadır (Pond, 2016).

Wilson, televizyon endüstrisi tarafından izleyicinin sanal ortamda bir araya gelmesi için dijital alana itildiğini ve özellikle Twitter’ın yayıncıların izleyici verilerine ulaşmasına imkan sağladığı için değerinin küçümsenmemesi gerektiğine dikkat çekmektedir (2016: 179).

Sosyal medyanın televizyonda izleyici oranlarını (*ratings*) gitgide daha fazla tanımlayan altyapısı televizyonun hâkimiyetini göstermesi açısından ele alınması gereken bir konu olarak değerlendirilmektedir. Twitter ve Nielsen-Amerika’nın en büyük rating şirketi- arasında 2013’de yeni bir ortaklık gerçekleşmiştir. Bu ortaklıkla, bahsedilen şirket, televizyon programlarının popülaritesini bu büyüklükte ölçebilen ilk şirket olmuştur (Moe,Poel ve Dijck:2016). Bu gelişmelerin, sosyal TV analitiklerinin piyasa bilgilendirme rejimi olarak kurumsallaşmasına yol açtığı ve izleyici metasını yeniden yapılandığı da belirtilmektedir (Kosterich ve Napoli, 2016).

Televizyon ve Twitter Etkileşiminde Bir Alımlama Analizi Denemesi

Çalışmada *Fox TV*’de yayınlanan, İsmail Küçükkaya tarafından sunulan ve önemli bir izlerkitleye sahip olan *Çalar Saat* programının 4 Mayıs 2018 gününe ait olan kodları ile programda açılan etiket kullanılarak Twitter’da yorum yapan katılımcıların kodaçimleri araştırılmıştır.

Araştırmanın Yöntemi

Stuart Hall (1993) “ileti biçimlerini” kaynaktan alıcıya geçen olayın gerekli “görünüm biçimi” olarak değerlendirir ve “ileti biçimlerini” belirgin bir an olarak görür. Bu belirgin anın daha geniş anlamda iletişim sistemi ile ilişkisine ve toplumsal yönüne vurgu yapar. Hall, televizyon programının üretim sürecinde iletiyi oluştururken, anlamlar ve düşünceler, üretim rutinleri, tarihsel olarak tanımlanan teknik beceriler, profesyonel ideolojiler, kurumsal bilgi, tanımlar, varsayımlar ve izleyiciler hakkındaki varsayımların oynadığı role dikkat çeker.

Kültürel Çalışmalar içinde önemli bir yere sahip olan Hall, metinlerin izleyiciler tarafından hegemonik , müzakereci ve karşıt okuma olarak üç farklı biçimde kod açımına uğratılabileceğini belirtmiştir. Bunun yanında, kodlama ve kod açımında her zaman bir simetri bulunmamaktadır. Tercih edilen ya da baskın okumada mesaj, kurulduğu-vermek istenilen anlamıyla kod açımına uğramaktadır. Müzakereci okuma, tercih edilen okuma ile karşıt okuma arasındaki bir karışımı ifade etmektedir. Karşıt okumada ise izleyicinin kod açımına uğrattığı anlam, üreticinin vermek istediği anlamın karşısındadır. Hall, bu model aracılığıyla medya kontrolünü elinde bulunduranların metinlerin baskın anlamını öne çıkarmaya eğilimli olduğunu belirterek izleyicinin içinde bulunduğu sosyal ve ekonomik durumun bu okuma biçimlerini şekillendirdiğini varsaymıştır (Shaw, 2017).

Dijital alan olarak Twitter ve televizyon arasındaki etkileşimde izleyicinin kodlama ve kod açımının bazı bağlamlar altında şekillendiği görülmektedir. Kültürel sermayesi² yüksek olanlar sosyal medyayı *sert haber* hakkında, tartışma ve görüş bildirmek için önemli bir alan olarak değerlendirmektedir. Kültürel sermayenin azalmasıyla bu eğilim düşmektedir. Daha az ayrıcalıklı olanlar ise sosyal medyayı spor, suç, kaza gibi daha ‘yumuşak haber’ konularında güncellemelerden haberdar olmak için kullanmaktadır (Lindel, 2017:11). Bu çerçevede araştırmada incelenen Twitter kullanımının, toplumun kültürel sermayesi yüksek kesimlerini temsil ettiği varsayılmıştır.

Bu çalışmada incelenen programın 4 Mayıs 2018 günü olan yayını, hem programda açılan ve aynı gün *gündem konusu* (TT) olan etiketin (#HayırlıOlsun) kullanıldığı Twitter mesajları hem de program sunucusunun Twitter hesabında paylaştığı altı iletiye yapılan yorumlar aracılığıyla izleyici- katılımcıların gerçekleştirdiği kodaçımını incelenmiştir. Program hem yayınlandığı gün hem de sonrasında araştırmacı tarafından izlenilmiştir. Nitel betimleyici bir çalışma olarak araştırma dahilinde söz konusu Twitter mesajlarının toplanmasında NVIVO 10 NCapture programı kullanılmıştır. NCapture programının kaydettiği 189 tweet bu kapsamda incelenmiştir.

Araştırmanın Bulguları

Sabah kuşağında yayınlanan *Çalar Saat* adlı televizyon programı siyasetten ekonomiye, spordan kültüre uzanan geniş bir yelpazede gündemi aktaran bir programdır. İncelenen günkü

² Fransız Sosyolog Pierre Bourdieu'nun geliştirdiği kavramlardan biri olarak kültürel sermaye (diğerleri ekonomik, sosyal ve simgesel sermayedir) sınıflar arasındaki farklılıkların dağılımını ve beğenin yapılandırılmasını açıklamak için kullanılmaktadır. Bourdieu'ya göre kültürel sermaye diğer sermaye biçimleri ile ilişkilidir. Aileden miras alındığı gibi eğitim yoluyla da edinilmektedir (Bourdieu, 2015).

yayında da yine farklı alanlardan derlenmiş farklı haber başlıkları ve söylemleri bulunmaktadır. Ancak bu çalışmada, **Cumhurbaşkanlığı seçimleri için özellikle açılan #hayırlıolsun** etiketine bağlı kalınarak ele alınan haber ve söylemler dikkate alınmıştır. Dolayısıyla, iktidar partisinin seçim vaatleriyle ilgili gelişmeler kapsam dışı bırakılmıştır.

Televizyon Programının Haber Söylemleri

Çalar Saat adlı televizyon programının yayın akışı şu şekilde gerçekleşmiştir:

1. Sunucu: “Bugün gündemde siyaset var. 51 gün sonra sandığa gidecek siyasi partilerdeki gelişmeler. Her partiden sizler için haberler var. İkinci hattımız da enflasyon . Dolar. Dolar dün 4.25'lere kadar geldi.”
2. Sunucu, siyasi partilerin Cumhurbaşkanı adaylarının durumunu özetlemektedir: Cumhurbaşkanı ve AKP Genel Başkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın adaylığı, İyi Parti Lideri Meral Akşener'in 100 bin imza ile adaylık peşinde koşarken diğer yanda YSK'dan çıkacak herhangi bir karara karşı yine de grup kararı alma hazırlığı.

Sunucu: “CHP Lideri Kılıçdaroğlu'nun dün *Çalar Saat*'te duyurduğu üzere bugün diyecek ki kardeşim Muharrem İnce aday diyecek ve Muharrem İnce daha sonra CHP lideri tarafından anons edildikten sonra Hacı Bayram Camii'ne gidilecek. Cuma namazından sonra Birinci Meclis'e doğru yaya olarak yürüyecekler. Orada bir konuşma yapacak efendim. Dün ağırlamıştık Saadet Partisi lideri Karamollaoğlu 100 bin imza konusunda tıpkı kendisi gibi Doğu Perinçek de adaylık çalışmalarını başlattı. Selahattin Demirtaş da HDP'nin aday. O da yapmış olduğu bir açıklama ile partisinin tabanına selam yolladı.”

3. Sunucu :“Hayırlı olsun demek düşünüyor bize efendim ve demokrasi kazansın.”
4. Haber: Cumhurbaşkanı Erdoğan, Özbekistan ziyareti sonrasındaki Güney Kore ziyaretinden Türkiye'ye dönüşünde kendisine eşlik eden gazetecilerin sorularını yanıtladı. Cumhurbaşkanı Erdoğan'dan Abdullah Gül açıklaması: “Konuşmaya gerek yok” dedi. Muhalefetin Cumhurbaşkanı adaylarını belirleyememiş olmalarını eleştirdi. Muhalefetin gündeme aldığı 4'lü ittifak için “başarılı olamayacaklar” dedi. Recep Tayyip Erdoğan - Cumhurbaşkanı Erdoğan: “Muhalefet Parlamento'da da umduğunu bulamayacak.” Erdoğan: “Cumhur ittifakı açık ara önde.”
5. Sunucu: “Eğer ben de o uçakta olsaydım şu soruyu sorardım. Türkiye'de yedi ayrı gazetenin manşetinde vardı. Gül'e aracılar ve Genelkurmay başkanı Hulusi Akar ile birlikte Cumhurbaşkanlığı sözcüsü İbrahim Kalın'ı yolladığımız ve adaylıktan

- vazgeçmesi konusunda telkinlerde bulunduğunuz manşetlerde vardı. Bu konuda bir açıklama yapar mısınız, diye sorardım. Bu konudaki soru işaretleri duruyor. Kimse konuşmadı. Bence yakışık almadı.”
6. Sunucu, izleyicileri oylarını kullanmaları konusunda uyarmaktadır. “Görev alın ve tatil ve seyahat planlarınızı ona göre yapın.”
 7. Sunucu : “HayırlıOlsun etiketimiz”; seçimden yola çıktık ama siz de bizimle görüşlerinizi paylaşabilirsiniz.”
 8. “Sözcü gazetesi: ATA’NIN YOLUNDA Bugün adaylığı açıklanması beklenen Muharrem İnce”. (Gazete haberinin altında Meclis’in 23 Nisan 1920’de Mustafa Kemal ve arkadaşları tarafından açılmasına ilişkin haber aktarılıyor. İnce’nin de Meclise yürüyeceği belirtiliyor. Program sunucusu bugün izleyicileri ile kitaplığından paylaşacağı kitabı göstererek Lord Kinross’un Atatürk-Bir Milletin Yeniden Doğuşu adlı kitabından 23 Nisan 1920’de neler olduğunu aktaracağını belirtiyor.)
 9. Sunucu: “Burası Türkiye’nin tarafsız tek kanalı. Tüm parti liderlerini Demokrasi Meydanı’na davet ediyoruz. Davetimiz hepinedir. Bağımsız kanalda hepimize yer var. Ama sorularımızı yanıtlayacaksınız. Çünkü gazeteci bunun için var. Halkın merak ettiği soruları muhatabına sormak için.”
 10. Sunucu: “Bugün Nedim Şener de Devlet Bahçeli’yi eleştiriyor. Mesela bir PKK var bir HDP var. 6 milyon insan var oy veren. Onlar PKK’lı mı? Hayır. Oy veren insanlar üzerinde şüphe bulutları oluşturmak yakışmadı Bahçeli’ye. Bizi kaygılandırdı. Kaygılandım.”
 11. Sunucu: “AK Partide 22 Milletvekili aday olmadı: Ahmet Davutoğlu, İsmail Kahraman, Mehmet Ali Şahin, Beşir Atalay, Cemil Çiçek, Ali Babacan adaylık başvurusunda bulunmadılar. MHP’de 5 Milletvekili imza vermedi Erdoğan için: Oktay Vural, Şefkat Çetin, Zihni Açıba, Atilla Kaya, Kadir Koçdemir.”
 12. Sunucu: “Dün herhalde 13-14 ayrı haber kaynağımla görüştim. Bunlardan 10 tanesi milletvekiliydi. Aradıklarımın bir tanesi Ümit Özdağ’dı. Her kesimden haber kaynağı. “Sizi Uganda’dan selamlıyorum” dedi. “Memleketi Uganda’ya çevirdiler baksana” dedi. Ümit Özdağ *Çalar Saat*’in konuğu.”

13. Sunucu, MHP Lideri Devlet Bahçeli'yi sağduyulu bir politikacı olarak tanımlıyor. Kendi tabanını iyi yönettiğini ifade ediyor. *Ortadoğu* ve *Yeniçağ* gazetelerinde yer alan Bahçeli'nin açıklamaları ne anlama geliyor, diye soruyor.
14. Haber: “ Ünal (AK Parti Sözcüsü): ‘Bahçeli hassasiyete dikkat çekti. AK Parti hassasiyete katılıyor’ açıklaması yaptı. ‘İmza verenler mercek altına mı alınacak?’ Bahçeli : ‘FETÖ’nün seçmen ayağı var’. İsim vermedi ama Akşener hedefte. Diğer adaylar için de 100 bin imza mercek altına alınacak mı?”
15. Sunucu: “Bundan ne anlamalıyım?”
16. Özdağ: “Devlet Bahçeli'nin korkak olduğunu anlamalısınız. Demokrasi düşmanı. Seçmenden korktuğunu. İyi Parti'den korktuğunu anlamalısınız. Mahir Ünal'ın da demokrasi düşmanı olduğunu anlamalısınız. Bu açıklama halkı, seçmeni tehdit etmektedir.”
17. Sunucu: “Neden bunu söylemiş olabilir?”
18. Altyazı: Ümit Özdağ *Çalar Saat*'in konuğu: “Bu açıkça halkı ve seçmeni tehdit etmektedir.”
19. Altyazı: “Akşener'in adaylığını önlemek için her türlü yolu denediler.”
20. Sunucu, bilgisayar ekranından bir mesaj okuyor: “Şahin Mengüç şimdi mesaj attı. Sevgili İsmail. CHP'li bir isim. Ben Bahçeli'nin bu tehdidi nedeniyle Meral Hanım'a imza vereceğim.”
21. Altyazı: Ümit Özdağ *Çalar Saat*'in Konuğu: “Bahçeli bu açıklamasıyla Akşener'in imza sayısını arttırdı.”
22. Sunucu: “Bahçeli FETÖ ile mücadele kapsamında bunu söylemiş olabilir mi?”
23. Özdağ, Bahçeli'nin daha önce attığı bir tweet'i telefonundan bulup okuyor.
24. Altyazı: “Devlet Bahçeli'nin sözüne güvenilmeyeceğini düşünüyorum.”
25. Altyazı: Ümit Özdağ *Çalar Saat*'in Konuğu: “100 bin imzayı kısa bir zamanda toplayacağız.”
26. Altyazı: Ümit Özdağ *Çalar Saat*'in Konuğu: “Akşener'in adaylığı için grup kararı gündemimizde yok.”
27. Altyazı: Ümit Özdağ *Çalar Saat*'in Konuğu: “Şu an için görünen tabloyla 2. turda Erdoğan ve Akşener yarışır.”

28. Özdağ, televizyonların uyguladığı sansürden şikâyet ediyor. “ Akşener’e yapılan sansür Türk tarihine utanç olarak geçecek.”
29. Özdağ, “Muharrem İnce CHP’nin gösterebileceği en iyi aday kendi içlerinden. AK partililere sesleniyorum, cesursanız TV’de gelin tartışalım.”
30. Altyazı: Ümit Özdağ *Çalar Saat*’in Konuğu: “Çok net biliyoruz, İyi Parti’yi seçime sokmayacaklardı.”
31. Altyazı: Ümit Özdağ *Çalar Saat*’in Konuğu: “Her parti seçmeni kendi partisinin üzerine damga vuracak. “Kimse İyi Parti’ye bir irade dayatmış değil. 4’lü ittifak içimize sınıyor. 4’lü ittifakın hedefi hukukun üstünlüğünü tesis etmek. Böyle bir rejimi Türk halkı hak etmiyor, izin vermeyeceğiz. Amacımız güçlü parlamenter sisteme dönüş.”
32. Sunucu, bilgisayar ekranından CHP İstanbul Milletvekili İlhan Keskin’in mesajını aktarmaktadır. Özdağ’a, “Son tweet’i siz atın son sözü Türkiye’imize söyleyelim. Demokrasi Meydanı.”
33. Özdağ: “Yaşasın Demokrasi ve Hukuk Devleti.”
34. Sunucu, seçtiği köşe yazarlarının yazılarının özetini aktarmaya başlamaktadır. Ertuğrul Özkök: “HDP’yi niye dışlıyoruz?” Sedat Ergin: “Daha çok demokrasi, daha çok özgürlük, daha çok bağımsız yargı.” Güneri Cıvaoğlu: “Erdoğan üslubu sertleştiriyor mu?” Emin Çölaşan: “Oyum CHP’ye. İkinci adayım Akşener#imza işi sakat.” Haşmet Babaoğlu: “Batı Bağımsız Türkiye’den Korkuyor.” Dilek Güngör: “Ekonomiye operasyon çekenler kimler?” Ahmet Kekeç: “Erdoğansız Türkiye isteyen Ak Partili kim?” Hüseyin Gülerce: “2. tur hesabı. Akşener mi? CHP adayı mı?”
35. Altyazı: Faiz: %14,85, Dolar: 4,22 TL, Euro: 5,07 TL, Altın(gr): 178 TL, Çeyrek: 291 TL. (Sunucu belirtilen değerleri okumaktadır.)
36. Altyazı: Enflasyon rakamları açıklandı, dolar tarihi rekor kırdı.
37. Haber: Başbakan Yıldırım’ın ekonomideki son duruma ilişkin görüşleri aktarılmaktadır: “Terörle başaramadıklarını ekonomik terörle. Türkiye’nin kredi notunun düşürülmesini siyasi bir karar olarak değerlendiriyoruz.”
38. Sunucu: “Bugün gündem maddelerinde neler var efendim. Biz bugün *Çalar Saat*’te nasıl bir gündem sunduk? Nasıl bir haber akışı hazırladık sizlere? Bugün saat 10:00’den itibaren CHP Cumhurbaşkanı adayını açıklayacak. AK Parti ve MHP’nin ortak adayı Sayın Erdoğan, İyi Parti Meral Akşener’i aday gösterdi. Hem imza topluyorlar hem de grup

kurmaları söz konusu. HDP'nin adayı Selahattin Demirtaş olacak. Vatan Partisi grubu Perinçek'i aday gösteriyor. YSK, 100 bin imza toplaması için vizesini verdi.

Bunun dışında CHP bugün Kılıçdaroğlu toplantı yapacak ve salon toplantısı. Kalabalığın içinde diyecek ki Cumhurbaşkanı adayımız Kardeşim Muharrem İnce diyecek. Muharrem İnce daha sonra Hacı Bayram'da Cuma namazı kıldıktan sonra Birinci Meclise doğru arkadaşlarıyla beraber yürüyecek ve orada Cumhurbaşkanı seçimine başlayacak efendim bugün itibariyle.”

39. Sunucu, AK Parti ve MHP'den aday olmayan isimleri tekrar okumaktadır. “Türkiye'nin bir sonraki Cumhurbaşkanı olmak için ter dökecekler. Biz de diyoruz ki vatana, millete, demokrasimize hayırlar getirsin, hayırlı olsun diyoruz İsmail Küçükkaya ile Demokrasi Meydanında.”

40. Sunucu: “Ekonomi bugün gündem maddelerimiz içerisinde çok özel ve önemli, ağırlıklı yer tutuyor. Bir taraftan enflasyon bir taraftan dolara bakacağız. Euro ne oldu? Nisan ayı enflasyonu açıklandı. Yine maalesef artış var. Üstelik rekor bir artış ve piyasalara gittiğiniz zaman, çarşıya, markete gittiğiniz zaman gerçekten her şey ateş pahası haline gelmeye başladı ve uluslararası derecelendirme kuruluşlarından gelen notlarda çok tartışma konusu olmakta. Bugün Dilek Güngör *Sabah* köşesindeki yazısında ekonomik bir operasyon çekildiğini Türkiye'ye söylüyor.”

41. Haber: Altyazı: Nisan ayı Enflasyonu Rekor Kırdı : Enflasyon Tek Hane Çok Zor: Yüksek Enflasyon Dolar'ın da Ateşini Yükseltti: Memur ve Emeklinin Maaşı Enflasyonla Eridi.”

42. Sunucu: “Şimdi bakın *Milli Gazete* bugün şöyle bir sayfa yapmış ‘İthalat tam gaz’.” Sunucu ilgili haberdeki farklı alanlarda yaşanan ithalat artışından örnekleri aktarmaktadır.

43. Sunucu: “Buradan bir kez daha sesleniyorum. Tüketim ve ithalata dayalı bu büyüme modeli ile bu tüketim modeli ile biz bir yere gidemeyiz.”

44. Haber: Altyazı: İsmail Küçükkaya ile *Çalar Saat*: Tarımda Dışa Bağımlıyız: İsmail Küçükkaya ile *Çalar Saat* 2017 yılında 3,8 milyonluk buğday, 6,1 milyonluk pamuk ithal edildi.”

45. Sunucu: “Ekonomi ve üreticilere dair haberlerimiz böyleydi. Siyasi kesime de şöyle bir bakmak istiyorum. Siyasi gelişmelerde bugün CHP lideri Kılıçdaroğlu saat 10:00'da diyecek ki kardeşim Muharrem İnce aday. Hacı Bayram'a gidecek. Birinci Meclise

yürüyecekler. Bunun dışında sizlerle paylaşmak istediğim bir not daha var. Çok yazar var paylaşmak istediğim. Çarpıcı. Bugün İsmail Küçükkaya ile Demokrasi Meydanı'nda hayırlı olsun dedik. Sporla başladık. Siyaset, ekonomi, imar barışından bahsettim.” Sunucu, günün yazarlarından daha önce de aktarılan Cumhurbaşkanlığı için oluşturulan ittifaklarda HDP'ye yer verilmemesine ilişkin Ertuğrul Özkök'ün köşe yazısını tekrar okumaktadır. Sunucu: “Ayrıca, Mehmet Barlas ve Mehmet Altıok da Milletvekilliği üzerinden CHP'ye ve Kılıçdaroğlu'na göndermelerde bulunmuşlardır efendim.”

46. Sunucu: “Şimdi fotoğraflar eşliğinde Türkiye'nin gündemine sıra geliyor.” Sunucu AK Partide aday olmayan ve MHP'de Erdoğan için oy vermediği söylenen Milletvekillerine ilişkin haberi tekrar aktarmaktadır.
47. Sunucu: “Biz bugün Erdoğan'a söyledik. Hayırlı olsun dedik. Akşener'e söyledik hayırlı olsun. Biz Perinçek'e. Şimdi CHP'nin adayı Muharrem İnce'ye de hayırlı olsun diyoruz.”
48. Sunucu: “Şimdi bir fikrimi söylemezsem size karşı yanlış yapmış ve samimiyetsiz olurum. Hani kızacaklar diye. Ben tarafsız olduğuma inanıyorum. Demokrasiden ve sizden yana olduğumu düşünüyorum. CHP lideri ile ilgili bir çift sözüm var. Bakın, yeri geliyor çok eleştiriyoruz yeri geliyor destekliyoruz. Bütün partilerde olduğu gibi ama 15 Milletvekilini YSK'nın olası yasağına karşı İyi Partiye göndermesi bir demokratik olgunluktur. Kendisinin aday olmayıp bir başka ittifak üzerinde çaba göstermesi demokratik olgunluktur. Kızın kızmayın bana da doğru gelmedi ama Abdullah Gül'ün ismi üzerinde uzlaşma araması ve buna samimiyetle katkı vermesi demokrasiye katkıdır ve kendisine rakip olmuş bir ismi bakın, kendisine en az iki defa Genel Kurul'da meydan okuyup kendisini eleştirmiş bir ismi bugün Cumhurbaşkanı aday olarak açıklıyor. Bence kesinlikle bir olgunluktur. Seçim kazanır ben orasında değilim. Beni ilgilendiren şey yüksek katılımıdır. AK Parti, MHP, CHP, HDP, İyi Parti, Saadet Partisi, Vatan Partisi çoğul yapı benim ülkem için hak ettiği bir yapıdır efendim. Dolayısıyla CHP liderinin son dönemdeki siyasi yapıp etmelerini bir yurttaş olarak beğendiğimi söylemek isterim. Çok fedakârca bir çaba. Gerçekten bunu da söylemezsem hani hem kendi düşündüğüm hem de size söylemezsem o zaman da ben sahtekar olurum yani samimiyetsiz olurum. Ama bu söylediklerimin parti ile ilgisi yoktur. Onu da samimiyetle söylemek isterim.”
49. Sunucu: “Çok sıcak bir mesaj gelmiş efendim. Yönetmenim Savaş Yıldız diyor ki bakın: A! Muharrem İnce ‘Biz hazırız’ diye bir tweet atmış az önce. Bakın. Bize tıpkı Erdoğan, Akşener, Temel Bey'de, Selahattin Demirtaş'a söylediğimiz gibi, bize de düşen vatana, millete hayırlı olsun demektir efendim.”

50. Sunucu, Ertuğrul Özkök'ün 'Devletin tanıdığını Millet ve Cumhuriyet tanımayanlar mı?' konulu köşe yazısını tekrar aktarıyor. HDP'ye oy veren 6 milyondan fazla kardeşimizden bahsediyor. Tıpkı onlar da AK Partiye, CHP'ye, MHP'ye, İyi Parti'ye, Vatan'a oy vermiş kardeşlerimiz gibi öz kardeşlerimizdir efendim, diyor.
51. Sunucu: "Şimdi sosyal medya mesajları ile devam ediyorum" diyerek Twitter'da seçtiği bazı tweetleri aktarmaktadır. Sunucu: "Sedat Bozkurt bizim Ankara temsilcimiz. Dün bir parça da konuştuk. Sağ olsun Ankara kulislerini anlattı. Muharrem İnce, Meral Akşener, Temel Karamollaoğlu 3 silahşörlere karşı mücadele gerçekten çok ama çok zor olacak. Hatta tek başına rakip, keşke Gül olsaydı diyen de çıkacaktır. Sonuca etkisi ne olur bilemem ama sıkıntı yaratacağı kesin."
52. Sunucu: "Yani, bu çok taraflı seçimin heyecan yaratacağını, rekabeti arttıracaklarını söylüyor deneyimli gazeteci Sedat Bozkurt. Tuncay Özkan, 'Türkiye'yi fabrika ayarlarına döndürecek, adaletin yeniden tesis edilmesini sağlayacak, halkın tüm kesimlerini kucaklayacak, 25 Haziran'ın Cumhurbaşkanıyla tanışmaya #HazırMısınTürkiye' dedi ve bir sosyal medya paylaşımı yaptı."
53. Sunucu: "Özel bir hafta. Önemli bir haftaydı efendim. Birazdan Milli Mücadele dönemini ve o günleri hatırlayalım. Gazi Mustafa Kemal Paşa ve dava arkadaşlarını saygıyla, bitimsiz özlem duygularıyla selamlıyorum. İsmail Küçükkaya ile mavi bir sabahınız".
54. Sunucu programın başında duyurduğu Lord Kinross'un *Atatürk* adlı kitabından bir bölüm okumaktadır: " Meclis 23 Nisan 1920'de açıldı. Meclis'in açılışı cumaya rastladı. Daha önce Hacı Bayram Camii'nde topluca namaz kılınıp, dua edileceğini Gazi Mustafa Kemal Atatürk bildirdi. Hacı Bayram'da Cuma namazı kılacağız. Topluca dua edeceğiz denildi. İlk Büyük Millet Meclisi 23 Nisan 1920 günü bu dini törenler içinde kapılarını açtı. Mustafa Kemal'in askerleri Sultan'ın, çetecilerin girişebilecekleri bir saldırıya karşı yakındaki tepelerde mevki aldılar. Ankara dolaylarından gelen halk sırtlarında en iyi çullarıyla daha sabahın erken saatlerinde sokağı doldurmuşlardı. Ankara'da öğleyin açılış törenine yakın Hacı Bayram Camii'nin içi öylesine dolmuştu ki Mebuslar bile caminin içine giremediler. Mustafa Kemal ve yanındakiler halkın itiş kakışları arasında Meclis'e doğru yürüdüler. İlk Meclisin üstü kırmızı beyaz dev bir Türk bayrağı ile sarılmıştı. Bayrağımız dalgalanmaktaydı. Bir çift koç kurban edildikten sonra Mustafa Kemal ilerledi ve Meclis salonunun kapısındaki kurdeleyi kesti ve Birinci Meclis'in Milli Mücadeledeki bu tarihi önemi böylece başlamış oldu".

Programda gerek altyazılar ve haber yayını gerekse sunucunun söyleminde sıklıkla demokrasi vurgusu yapılmaktadır. Üzerinde ağırlıklı durulan konulardan biri de *Çalar Saat* programının seçime girecek her partiye ve Cumhurbaşkanı adayına eşit mesafede yer aldığıdır. Zaman zaman parti söylemleri de kullanılarak sunucu kendi yorumunu aktarmıştır. Programda her partiden, her adaydan bahsedildiği görülmektedir. Programda dikkat çeken diğer bir söylem ise sunucunun CHP Cumhurbaşkanı adayı İnce'nin adaylık açıklamasını program içinde dört kez ayrıntılarıyla vermiş olmasıdır. Bunun yanında sunucunun programın başında duyurduğu ve sonunda ayrıntılarıyla aktardığı kitapta Meclis'in açılışıyla ilgili verilen bilgiler ile İnce'nin adaylık sürecine ilişkin haberler arasında paralellik kurulduğu düşünülmektedir.

Habercinin Twitter İletileri ve İzleyici-Katılımcı Okuma Biçimlerinden Kesitler

Program sunucusu, kişisel Twitter hesabından 4 Mayıs günü saat 07:11:29'da televizyonda yayınlanacak program gündemine ilişkin paylaşımda bulunmuştur. Bu paylaşımlara yapılan yorumlara araştırma kapsamında araştırmanın genel varsayımlarından yola çıkarak yer verilmiştir. Twitter alanında sunucunun program içeriği ile paralel olarak paylaştığı iletiler şu şekilde kategorilendirilmiştir;

A: Hegemonik Okuma

B: Karşıt Okuma

C: Müzakereci Okuma

D: Simetrik olmayan Okuma

Program sunucusunun televizyondaki program gündemine paralel olarak Twitter 'da paylaştığı iletiler ve izleyici-katılımcı okuma biçimlerinden bazı kesitler şu şekildedir;

1. “Günaydın Türkiye; 4 Mayıs 2018. Seçime 51 gün var. Fotoğraf netleşiyor. #HayırlıOlsun diyoruz. Ülkemiz ve demokrasi kazansın.

1.A. “Özgür, Yeni Demokratik, Laik, Türkiye Cumhuriyeti için.! Sandık Başına. Cumhuriyet'in bekçileri. Aydınlık günler. Atatürk'ün evlatlarına.”

(İleti, seçim sandığı üzerinde CHP yazan bir zarfı gösteren fotoğrafla desteklenmiştir).

“Eğer Sn. Kılıçtaoğlu sağ gösterip sol vurmazsa sn. muharrem incenin adaylığı güzel olur renk katar seçim dönemine ama inşallah siyasetçiler söylemlerinde sertliğin dozunu iyi ayarlarlar seçim sonuçları şimdiden ülkemize [#hayırlıolsun](#)”

B. “Aydınlık bumu CHP çöp dür pislik tir zulümdür alkol fuhuş dur”.

“beyaz türklerin yeni kuklası #HayırlıOlsun kazanamaz üzgünüm”.

(Kod açımı karşıt okuma olarak değerlendirilmiştir. İleti çöp yığını gösteren bir fotoğrafla desteklenmiştir).

“İsmail bey Tayyip bey yeniden kazanırsa demokrasi kazandı diyecekmisiniz yoksa şaşkın şaşkın bakacakmısınız bu twitinizle seçim sonucunu birlikte değerlendirecem. Kolay gelsin”

C. “#HayırlıOlsun ismail by Fetönün Yargı darbesi AdliMahkumlar Üzerinden Hüküm Sessiz Kalmayın 8 milyon Adalet Arayışı İçersinde. #KişiyedeğilHerkeseAdalet”.

“Fetoculer bu ulkede oy kullanacaklar. oy verdikleri parti veya destekledikleri aday fetocu mu olacak”

2. #HayırlıOlsun Türkiyem; işte Çalar Saat Gazetemiz.

A. “fizik” öğretmeni ama daha ilk günden bazılarının “kimyasını” bozdu...”

B. Kemal secilmeyeceğini bildiği için inceden kurtuldu bu sayede tekbasına kaldı rahat milletvekili olur koltuğu yine bırakmadı tayyip kimse deviremez adam yok çünkü fazla milletvekili alıp tayyip elini bağlamak dertleri başkanlık hikaye

C. Bu günden itibaren Kemal beyin kürsüyü tamamen Muharrem İnce'ye bırakması seçime kadar hiç konuşmaması gerek. Umarım bunu yapar ve yeni bir siyasi gaf yapmaz..

3. #HayırlıOlsun Türkiyem

A. İnce ince geliyoruz #HayırlıOlsun

Güneşli günlere #ince #ince ama güvence altında yürümeye #hayırlıolsun

B. Senin gibi adiler Türkiyem demesin amerika veya israilim deyin ama turkiyemi agziniza almayın sizler kimin kopegisiniz

“25 Haziran günü seni Fatih Portakal ile yan yana görmek istiyorum”

C. “Bütün bu yaşananlardan sonra, bir chp li olarak meral akşener için imza vereceğim”

D. “Sayın ismail bey herşey hayırlı olucakta bir senin ekranlarda olman hayırlı değil sizi gördüğüm zaman günlerce malul sayılmayan gazilerimizi gündeme getirmeniz için yazdığım yazılar aklıma geliyo tabi siz okumadınız acayip sinir oluyorum size eleştiriye açıksınız ya buyrun ...”

4. CHP Lideri Kılıçdaroğlu bugün; “Kardeşim Muharrem İnce Cumhurbaşkanı adayımızdır” diyecek. Biz de diğer adaylarda olduğu gibi memlekete #HayırlıOlsun diyoruz.

A.” İnce den ince hep birlikte baharı getireceğiz memlekete barış kardeşlik türküleri çalacak analar bacılar halay çekecek kardeşler alkış tutacak memleket sevgi dolacak”
“Seçime giderken ancak bu kadar özverili ve akıllıca davranılabildi,Sn. Kılıçdaroğlu ve CHP'yi yürekten kutluyorum.Demokrasi adına egolardan sıyrılmış bir muhalefet görmek umut verici.”

B. “TEK ADAYIMIZ SAYIN REİSİMİZ RECEP TAYIP ERDOĞAN YOLUN AÇIK OLSUN”

“ne o ismail çok sevinmiş gibisin, seçim akşamı sendeyim. suratınızın aldığı hali görmek için sabırsızlanıyorum.”

C. “Acaba dermi kardesim.ince yoksa ince ince güle güle gitmi demek bu akkimda deli.sorular ismail cvp verirmisin”

“Sayın ince bence siyasi hayatini bitirdi. Kurultayda chpnin cb adayı kesinlikle genel başkan olmalıdır diyen sayın inceyi sizce kemal bey neden aday gösterdi? Ben soyleyim, ileride bana rakip olmasın diye. Cb olamayacak, vekil olamayacak, genel baskanda.”

“Hadi bakalım ormanlara, meralara sıra geldi. 49 yıllığına kiraya verilecek yeşillerde YAPILAŞMAYA da İZİN verilecek. Bu durumu şiddetle kınıyorum!!!! #HayırlıOlsun #AkpyeOyVermem #BuSonSeçim #HazırMısınTürkiye”

D. “Biz çiftçiler ödenmeyen çeklerimizin mücadelesini verirken şimdide kanun tasarısı ile çeklerini ödemeyen insafsızlara AF geliyor..hayırlı uğurlu olsun #HayırlıOlsun”

5. Deniz Baykal CHP Antalya Milletvekili adayı.

A.” #hayırlıolsun ”

“Antalyalıyım,Antalyadayım, Ben Antalyayım... Umarım o gelecek ve Antalyaya iyi gelecek”

B. “Biri deniz baykala dur desin artık”

“otur dinlen artık.bahçende çilek domates ek .bırak bu hırsı deniz dedeeee”

Hemen hemen tüm katılımcılar karşıt okuma gerçekleşmiştir.

C. Müzakereci okuma ile karşılaşılmamıştır.

D.” <https://m.youtube.com/watch?feature=share&v=bFSksmoPPzg> ... günün havası

Muharrem İnce'den Selendi Havası Oyunu”

6. Tolga Ağar AK Parti Elazığ Milletvekilliği adaylığı için başvurusunu yaptı.³

6. A. “Artık değişim olsun bu AKP sıktı 16 yıldan beri yav”

B. “Siyaseti "aile işi" yapanlar”

“Bu ve caner gibi tipler seileceklerinden değil taraflarını belli etmek için aday adayı olan yancılar.. Mehmet Ağar ın oğlundan da bunu beklerdik.”

“Muharrem İnce Cuma namazına gidecekmiş İnşallah akşam fazla kaçırmamış tırda ağzındaki koku çıkmıştır”

C. Görülmedi.

D.” İsmail bey 'pazar gunu sizleride bekliyoruz 'bir haber yapin ve sesimiz olun binlerce insanin duasini da alin”

(Mahkum yakınlarnın etkinliğine ait bir ilan paylaşılmıştır).

7. *alar Saat* programının açtığı #HayırlıOlsun etiketi aynı gün *trending topic* olmuştur. Aşağıdaki başlık altında ilk olarak Twitter kullanıcılarının programda dile getirilen görüşlere katkısı (retweet (RT)- iletiyi paylaşma, likes (iletiden hoşlanma), kalp, yorum) sayıları verilmiştir. Ayrıca açılan etikete katılımcıların katılım oranları da belirtilmiştir.

Trending topic olarak #hayırlıOlsun etiketi içindeki bazı izleyici yorumları şoyledir;

A. “Tepeden tırnağa cesaret, herşey Türkiye’yi sevmekten ibaret..Muharrem İnce’nin Cumhurbaşkanlığı#HayırlıOlsun”

B. “#Protesto ediyorum@kucukkayaİsmail Kılındaroğlu dan hayır beklemek ölüden...beklemek gibi bişey dimi İsmail..”

C. “Sen gerçekten tarafsız olduğuna inanıyormusun hayret”

Sunucunun Twitter katılımlarına İzleyici-Katılımcının Twitter Kullanım Biçimleri

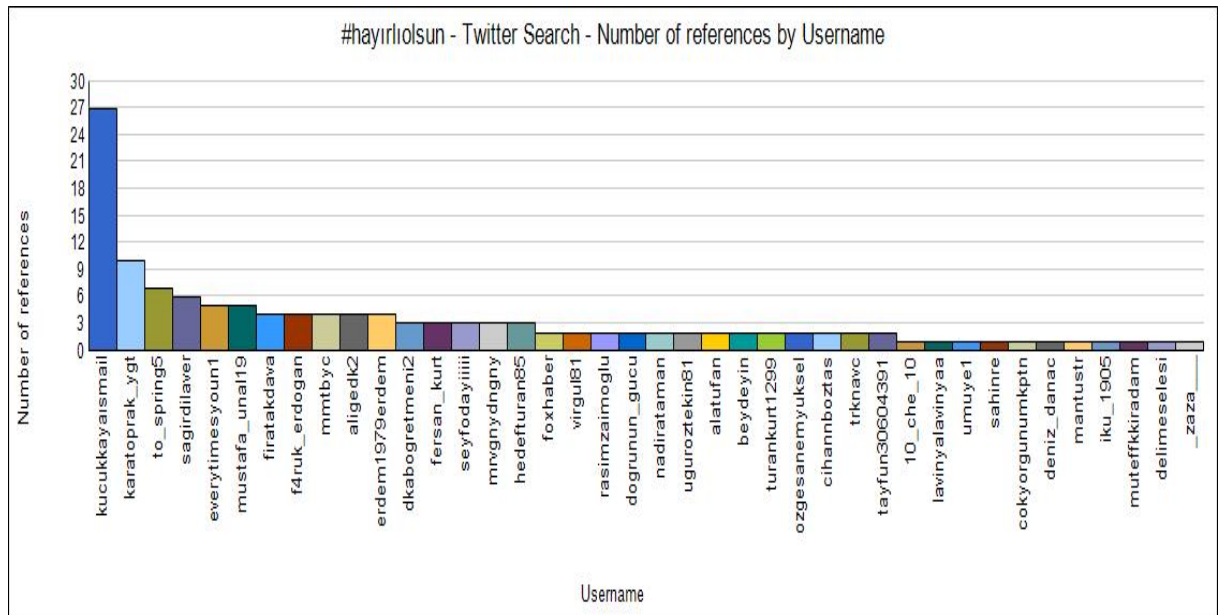
(Tablo:1):

	1	2	3	4	5	6	toplam
RT	91	99	43	274	22	3	532
Likes	1,664	910	725	4,027	466	27	7819
Yorum	291	222	78	167	125	13	896
Kalp	1.7K	910	725	4.0k	466	27	7828

³4. İzleyici-Katılımcı okuma biçimlerinden kesitler, program sunucusunun Twitter iletilerinin sıralamasına göre düzenlenmiştir.

#HayırlıOlsun Etiketine Tweet Katılım Oranları (Tablo:2)

Saat	Katılım Sayısı
10:54	1.448
10:54	2.453
11:07	2.329
11:07	13K
15:00	13K

#Hayırlıolsun Etiketini Kullanıcı Referans Oranları (Şekil:1)

Tablo'da Twitter alanına en fazla katılımın Televizyon program sunucusu tarafından yapıldığı görülmektedir. Bu verinin Televizyon ve Twitter arasındaki etkileşimi göstermesi açısından önemli olduğu düşünülmektedir.

Değerlendirme ve Sonuç

Geleneksel medya olarak değerlendirilen televizyon ve bir mikroblog hizmeti olarak Twitter arasında izleyici-katılımcı üzerinden bir etkileşim söz konusudur. Bu etkileşimde televizyon programı üzerinden üretilen söylemler ve medya tüketimi Hall'un kodlama ve kodaçımı tanımlaması bağlamında değerlendirilmiştir. Twitter kullanıcısı olarak izleyicinin nasıl bir yorumlama yaptığı araştırılmıştır.

Bu çerçevede araştırmada öncelikle günümüzde değişen- melezleşen medya ortamına dikkat çekilmiştir. İletişim teknolojilerindeki gelişmelerin medya ortamını yeniden biçimlenmeye, izleyiciyi ve medya tüketimini yeniden tanımlamaya zorladığı görülmektedir. Bu alandaki tartışmalarda üretim ve tüketim pratiklerindeki değişimin altının çizildiği görülmektedir. Bu çerçevede televizyon ve dijital alandaki pratiklerin iç içe girdiği söylenilebilir.

Televizyon izleyicisi eş zamanlı olarak dijital alanda ikinci ekran üzerinden paylaşımlarda bulunmaktadır. Araştırma kapsamında izleyicilerin senkronlu aktivite ve tamamlayıcı aktivitelerde bulunduğu gözlenmiştir. Bu paylaşımlarda izleyici-katılımcılar aktarılan söyleme ilişkin yorumlarını güçlendirmek amacıyla, fotoğraf, emoji, hipermetin paylaşımı gibi pratiklerde de bulunmaktadır. İzleyiciler tarafından kullanılan hipermetin uzantıları kimi zaman konuya ilişkin videoya, başka bir metne ya da başka bir göstergeye işaret etmektedir.

Buna ek olarak, Twitter'ın televizyonla etkileşiminde kullanıcılarına farklı uygulamalar aracılığıyla da katılım imkânı sunduğu görülmektedir. Tablo-1' de gösterildiği üzere izleyici-katılımcılar retweet (RT), beğeni ve kalp ikonu gibi uygulamalar aracılığıyla da programda kurulan söyleme ilişkin görüşlerini aktarmaktadır. Araştırma kapsamında izleyicilerin kullandığı bu uygulamalar katılım yapılan tweetin onaylanma biçimi olarak değerlendirilmiştir. İzleyiciler habercinin konuya ilişkin açtığı etiket altında ve daha sonra *gündem konusu* (TT) olan etiket altında yorumlarını paylaşmıştır.

Katılımcılar, Atatürk ve laik devlet konusunu öne çıkaran paylaşımlarda bulunmuşlardır. Bunun programda kodlanan baskın anlam ile uyum içinde olduğu düşünülmektedir. Bu paylaşımlar aynı zamanda hâkim siyasi yapının Atatürkçü olmadığı ve laiklikle ilgili kaygıların bulunduğu yönelik görüşlere işaret etmektedir. Muhalefet partisinin söyleminde de sık sık bu konuların dile getirildiği görülmektedir.

Karşıt okuma örneği olarak değerlendirilen bir tweette Muhalefet Partisi CHP, “alkol, fuhuş, zulüm” ile özdeşleştirilmiştir. Burada CHP milletvekillerinin alkol tüketimi, CHP Cumhurbaşkanı adayının bira içtiğini gösteren bir fotoğrafı da Twitter'da ilk paylaşılan fotoğraflardan biri olmuştur ve öne çıkarılmıştır. Bu söylemde, CHP Eski Genel Başkanı Deniz Baykal'ın istifasına neden olan kaset skandalına ve CHP'nin tek parti dönemi uygulamalarına gönderme yapıldığı düşünülmektedir.

Sunucu programda kendi duruşunu tanımlamak olarak değerlendirilen tarafsızlık, halk adına orada olma gibi söylemleri program boyunca sürekli tekrar etmiştir. Ancak, bazı katılımcıların haberciyi “CHP yanlısı” ve “Tayyip karşıtı” olarak değerlendirdiği görülmüştür.

Program sunucusu CHP lideri Kılıçdaroğlu’nun, İnce’yi aday gösterdiği için olgun bir davranışta bulunduğunu yinelemesine rağmen müzakereli okumalarda İnce’nin neden CHP Cumhurbaşkanı adayı seçildiği ve CHP Genel Başkanı Kılıçdaroğlu’nun ve CHP’nin bundan sonra nasıl bir politika izlemesi gerektiğine yönelik yorumların yer aldığı görülmüştür. “Sayın İnce bence siyasi hayatını bitirdi. Kurultayda CHP’nin cb adayı genel başkan olmalıdır diyen sayın İnceyi sizce Kemal Bey neden aday gösterdi? Ben söyleyim, ileride bana rakip olmasını diye. Cb olamayacak, vekil olamayacak, genel başkan da.”

Simetrik olmayan okumaların haber gündemindeki diğer haberlerle daha çok ilgili olduğu söylenilebilir.

Araştırma bulguları, programda kodlanan haber söylemlerinin izleyici-katılımcı tarafından farklı biçimlerde okunduğuna işaret etmektedir. Hall’un tanımladığı üç farklı okuma biçiminin yanında yine Hall’un belirttiği simetrik olmayan okumalar da bulunmaktadır. Programın haber içeriğine en fazla yorum, siyasi haber türünde gözlenmiştir. Bu durumun kültürel sermayesi yüksek izleyicinin haber tüketimi ile ilgili olduğu düşünülmektedir. Bu kesim Twitter’i *sert haber* tüketimi için televizyon gündemi ile paralel olarak kullanmaktadır. Sosyal medyayı tartışma ve görüş bildirmek için önemli bir alan olarak değerlendirdiği belirtilen bu kesimin bu dijital bağlamda da kendini yeniden ürettiği öne sürülebilir. Ancak, katılımda bulunan izleyicilerin yorumlarının program hakkındaki tüm görüşleri temsil ettiği gibi bir ön kabul söz konusu değildir. Her Twitter katılımcısının araştırılan televizyon programını izleyip izlemediği ya da televizyon programını nereden izlediği de öngörülememektedir.

Genelde sosyal medya özelde Twitter kullanıcısı, kimliği net olarak ortada olmayan, kendisi hakkındaki bilginin, kendini ifade ettiği kadarıyla sınırlı olan özelliktedir. Hatta verdiği bilgilerin doğruluğu bile şüphelidir. Dolayısıyla esasen alımlama çalışmalarında önemli değişkenler olarak kabul edilen ve izleyicilerin yorumlarının analizinde araştırmacıya yol gösteren sosyo-demografik özelliklerin tespiti mümkün gözükmemektedir. Bu durum araştırma alanının doğasından kaynaklanan çıkmazlardan oluşmaktadır. Ancak araştırmanın bu sınırlılıklara rağmen ilgili konuda yapılan ilk araştırma olması ve literatüre katkısı açısından önemli olduğu düşünülmektedir.

Son olarak, Twitter kullanıcılarının araştırma kapsamındaki program sunucusuna, kendi siyasi görüşünün karşısında bulunan siyasilere yönelik hakaret içeren söylemlerde bulunduğu bulgulanmıştır. Yine kullanıcıların görüşlerini hiçbir baskı hissetmeden özgürce ifade edebildikleri bulgulanmıştır. Yorumların gerçek kişilerin karşısında değil de bir platform üzerinde yapılmasının bu serbestliği de beraberinde getirdiği düşünülmektedir.

Kaynakça

- Chadwick, A. (2013). The Hybrid Media System: Politics and Power. *Oxford Scholarship Online*, DOI: 10.1093/acprof:oso/9780199759477.001.0001
- Couldry, N. (2015) *Media, Society, World, Social Theory and Digital Media Practice*, UK, USA : Polity Press.
- Bourdieu, P. (2015). *Ayrım Beğeni Yargısının Toplumsal Eleştirisi*, Derya Fırat ve Günce Berkkurt (Çev.). Ankara: Heretik.
- Büker, N. (2013).Televizyon Teknolojisi ve Yeni Medya. Müge Demir (Ed.), *Yeni Medya Üzerine...Yeni İletişim Teknolojileri içinde* (s.137- 170). Konya: Litaratürk.
- Hall, S. (2005). Kodlama, Kodaçımılama. Yiğit Yavuz (Çev.). Şahinde Yavuz (Ed.),*Medya ve İzleyici Bitmeyen Tartışma içinde* (s.85-98). Ankara :Vadi.
- İliç, D.T. (2015). Sosyal Reytng: Biri Ne İzlediğimizi İzliyor. Sedat Özel (Ed.), *Yeni Medya Çağında Televizyon içinde* (s.109-128). İstanbul: Derin.
- Jenkins, H. (2016). *Cesur Yeni Medya Teknolojiler ve Hayran Kültürü*. Nihan Yeğengil (Çev.). İstanbul: İletişim.
- Kosterich, A. ve Napoli, P.M. (2016). Reconfiguring the Audience Commodity: The Institutionalization of Social TV Analytics as Market Information Regime. *Television & New Media*, 17(3). DOI: 10.1177/1527476415597480 tvn.sagepub.com
- Lindell, J.(2017). Distinction recapped: Digital news repertoires in the class structure. *New Media & Society*, <https://doi.org/10.1177%2F1461444817739622>
- Moe, H., Poell, T., van Dijck J. (2016). Rearticulating Audience Engagement: Social Media and Television. *Television & New Media*, 17(2). DOI: 10.1177/1527476415616194 tvn.sagepub.com
- Pond, P. (2016). Twitter Time: A Temporal Analysis of Tweet Streams During Televised Political Debate. *Television & New Media*, 17(2). DOI: 10.1177/1527476415616190 tvn.sagepub.com
- Teurlings, J. (2018). Social Media and the New Commons of TV Criticism. *Television & New Media*, 19(3 Ds:O//dIo: i1.o0r.g1/107.171/1775/2175247467461471770099599
- Ritzer, G. ve Jurgenson, N. (2010). Production, Consumption, Prosumption, The nature of capitalism in the age of the digital 'prosumer'. *Journal of Consumer Culture*, <https://doi.org/10.1177%2F1469540509354673>
- Shaw, A. (2017). Encoding and decoding affordances: Stuart Hall and interactive media Technologies.*Media, Culture & Society*, <https://doi.org/10.1177%2F0163443717692741>
- Timisi, N. (2015). *İletişim Çalışmalarında Dijital Yaklaşımlar Twitter* , Selva Ersöz Karakulakoğlu, Özge Uğurlu (Çev.). Ankara :Heretik
- Wilson, S.(2016). In the Living Room: Second Screens and TV Audiences. *Television & New Media*, DOI: 10.1177/1527476415593348