



Esmâ Gültüvin GÜR OMA Y

Öğr. Gör. Dr., İstanbul Üniversitesi / Siyasal Bilgiler Fakültesi / İşletme Bölümü, İstanbul, Türkiye
Lect. Dr., Istanbul University, Faculty of Political Sciences / Department of Business Administration, Istanbul,
Türkiye

e-posta: gultuvin@istanbul.edu.tr

<https://orcid.org/0000-0001-8790-646X> - <https://ror.org/03a5qrr21>

Atıf/Citation: Gür Omay, Esmâ Gültüvin. (2023). Skandal Söylemi ve Yeni Medya: Eleştirel Söylem Analiziyle Hürriyet Haber Sitesi Örneği. *Avrasya Uluslararası Araştırmalar Dergisi*, 11 (35), 998-1020 <https://doi.org/10.33692/avrasyad.1254722>

Makale Bilgisi / Article Information

| | |
|-----------------------------|---|
| Makale Türü /Article Types: | Araştırma Makalesi/Dissertation Summary |
| Geliş Tarihi /Received: | 22.02.2023 |
| Kabul Tarihi/Accepted: | 26.05.2023 |
| Yayın Tarihi/Published: | 20.06.2023 |

SKANDAL SÖYLEMİ VE YENİ MEDYA:

ELEŞTİREL SÖYLEM ANALİZİYLE HÜRRIYET HABER SİTESİ ÖRNEĞİ

Öz

Bu makalenin amacı, yeni medyada bir skandalın nasıl inşa edildiğini anlamak ve bu süreci aydınlatmaktır. Bekçi gazeteciliği (watchdog journalism) bakış açısından skandalların önemli olduğu günlere oranla, yeni medya sayesinde skandallar dönüşüm geçirmiştir. Skandallar artık toplumsal düzeyde normların ihlalden daha fazlasını ifade etmektedir. Günümüzde skandallar, artan iletişim hızı, dijital trafik, dikkat ekonomisi, görünürlük ve etkileşim getirmekte ve böylelikle gazetecilik alanında bir söylem işlevi görmektedir. Yeni medya, çoğu haberi skandal söylemiyle sunmaktadır. Bu tür haberler nedeniyle okurların bu tarz haberlere olan ilgisi azalırken, haberciliği ve haber üretimini dönüştüren dijital platformlar, kullanıcının ilgisini bu şekilde çekmeye çalıştığından ve haberler de platform mantığından etkilendiğinden, skandallar yeni bir bakış açısıyla incelenmesi gereken olgular haline gelmiştir. Bu çalışma, nitel araştırma yöntemlerinden eleştirel söylem analizi kullanarak yeni medyada inşa edilen bir söylem haline gelen skandalları incelemeyi amaçlamaktadır. Veriler, ana akım gazetelerden olan *Hürriyet* gazetesinin internet sitesinden toplanmıştır. *Hürriyet* gazetesi hem yüksek okur oranı hem de ana akım medyayı temsil etmesi ve *Hürriyet* gazetesinin haber sitesinin en çok trafiğe sahip haber sitesi olması nedeniyle seçilmiştir.

Çalışmanın örneklemini olarak amaçlı örneklem tercih edilmiştir. Amaçlı örneklem çalışmanın amacıyla uyumluluk göstermektedir. Kısa süreli (bir haftalık) zaman aralığında yer alan haberler incelenmiş, bu süre zarfında on skandal haberine ulaşılmıştır. Kısa süreli zaman diliminde yer alan skandal haberlerinin çokluğu yeni medyanın skandal konusundaki tutumuna ışık tutar niteliktedir. Çalışma, skandalın bir söylem olarak yeni medyada inşasının,





Skandal Söylemi ve Yeni Medya: Eleştirel Söylem Analiziyle Hürriyet Haber Sitesi Örneği

tık yemi (click-bait) görevi görerek, dijital trafiği artırarak ticari olarak kazanç sağlamakta olduğunu göstermektedir. Bu açıdan yeni medya skandal söylemini yeniden inşa etmiş, skandalları bekçi gazeteciliğinin önemli bir unsuru olmaktan çıkarmış, skandallar dijital trafiği artırıcı bir öge haline gelmiştir.

Anahtar kelimeler: Skandal, Söylem, Yeni Medya, Eleştirel Söylem Çözümlemesi, Haberler

SCANDALOUS DISCOURSE AND NEW MEDIA: EXAMPLE OF HURRIYET NEWS SITE WITH CRITICAL DISCOURSE ANALYSIS

Abstract

The aim of this paper is to define and understand how a scandal operates in the new media. Unlike the old days when scandal used to stand for watchdog journalism's critical asset, new media transformed the scandal as well. Scandals now refer to more than transgression of norms on societal level. Because, today scandals rather act as a discourse on journalistic level which bring speed, digital traffic, attention, visibility and interaction. Scandals are obscured in the dust of new media frenzy covering scandal. As new media seeks attention, journalistic practices such as watchdog journalism stays in the background. The digital platforms that transformed the media and journalism and the formation of news seek attention of the user no matter what happens. News are tailored according to platform logic. This paper aims to analyze the scandal as a discourse in the new media by the help of critical discourse analysis. In this paper, news about scandal are analyzed by critical discourse analysis. The data were collected from the website of *Hürriyet* newspaper, which is one of the mainstream newspapers. *Hürriyet* was chosen because it represents the mainstream media, and as the news site of *Hürriyet* has the most traffic when compared to other newspapers websites in the Turkish media.

Purposive sampling was chosen as the sample of the study. Purposive sampling is compatible with the purpose of the study. The news in a short-term (one-week) time period were examined, and ten scandalous news were analyzed during this period. The abundance of scandalous news in a short period of time sheds light on the new media's attitude towards scandal. The study shows that the construction of scandal in new media as a discourse is commercially profitable because it increases digital traffic by acting as a click-bait. In this respect, the new media has reconstructed the scandal as a discourse, and scandals have ceased to be an important element of watchdog journalism and have become an element that increases digital traffic.

Keywords: Scandal, Discourse, New Media, Critical Discourse Analysis, News





Giriş

Modern çağda skandallar olgusal ve söylemsel olarak hayatımıza yerleşmiş durumdadırlar. İletişim süreçleri açısından zengin kaynaklar olan skandallar, günümüz toplumunda yeni medyanın gözde haber söylemini oluşturmaktadır. Yeni medyanın getirdiği karşılıklı etkileşim, çok yönlü enformasyon akışı, sosyal ve kültürel akımlar, magazinleşme, dikkat ekonomisi gibi unsurlar skandalların ön plana çıkmasını kolaylaştırmıştır. Skandallar okur bağlılığı ve merak duygusu uyandırdığı için medyanın popüler konuları arasında yer almıştır. Yeni medyada skandala düşkünlük ise basın bekçi köpeği gazetecilik (watchdog journalism) yapmasının bir göstergesi olarak, dijital trafiği artırmak, ilgi çekmek ve basın kuruluşlarının ideolojik konumlarını sağlamlaştırmak amacıyla kullanılmaktadır (Tumber ve Waisbord 2019: 2). Ne var ki, skandal oluşturacak olaylar her gün meydana gelmemektedir. Bu durumda yeni medya rutin olayları da skandal çerçevesine oturtmakta, bir skandal söylemi tasarlamaktadır. Yeni medyada üretilen skandal söylemi, dikkat çekici içerikler oluşturmaya olanak sağlayarak, tık yemi (click-bait) görevi görürken, dijital trafiği artırmakta, ticari olarak kazanç sağlamaktadır. Diğer yandan bu içerikler, sosyal medyada etkileşim sağlayarak skandal söylemini de yaymaktadır. Bu nedenle, norm ihlallerini ortaya çıkaran bir olgu olan skandal bir söyleme dönüşmüştür ve yeni medyada sürekli tekrar edilmektedir.

Kavram Olarak Skandal

Skandal, etimolojik olarak Latince “scandalum” ve Yunanca “skandalon” kelimesinden gelmiştir. Sözcük olarak, Yunanca’da “engel”, Latince “suç nedeni” anlamlarını taşımaktadır. Erken dönem Yahudi ve Hristiyan geleneğine göre, “skandalon” insanların Tanrı’ya olan inançlarını test etmek amacıyla, insanların karşısına çıkan bir engeldir. Daha sonra Hristiyan teolojisinde “skandalum” sözcüğü günah sayılan eylemlerle ilişkilendirilmiştir (Allern ve Pollack 2012: 11). Daha sonra toplumca hoş görülmemeyen, tasvip edilmeyen olayları nitelermeye başlayan skandal sözcüğü, Türkçeye Yunanca kökenli bir sözcük olarak geçmiştir. Türkçede kazandığı anlam, evrensel kullanımıyla aynıdır. Türk Dil Kurumu’na göre skandal şu şekilde tanımlanmakta ve açıklanmaktadır:

1. Toplumda büyük yankı uyandıran, toplumca hoş görülmemeyen, toplumun duygularını inciten, küçük düşürücü, utanç verici olay ya da durum.
2. Hoşa gitmeyen, beğenilmeyen şeyler için de kullanılır (<https://sozluk.gov.tr>).

Görüldüğü gibi, toplum tarafından hoş karşılanmayan durumlar skandal kavramı ile nitelenmektedir. Dolayısıyla tarihsel süreçte skandalların içeriği değişse de skandal kavramı toplumsal alana vurgu yapmaktadır.

Skandala Bakış

Skandal, günlük hayatta, haberlerde ve dijital mecralarda sıklıkla karşımıza çıkan bir olgudur. İnsanların habere olan gereksinimleri ve dijital mecralarda geçirdikleri süre arttıkça skandal kavramıyla ya da sözcüğüyle daha fazla karşılaşılmaktadır. Bu durum ise skandal





Skandal Söylemi ve Yeni Medya: Eleştirel Söylem Analiziyle Hürriyet Haber Sitesi Örneği kavramının verdiği ipuçlarının değerlendirilmesini gerektirir. John Thompson, skandalın beş niteliğini şöyle tanımlamıştır:

1. Skandallar değerler, normlar ve etik kodların ihlal edilmesidir,
2. Skandallar gizlilik içerir,
3. Skandal kamuya intikal ettikten sonra insanlar etik ihlalini tasvip etmezler,
4. Skandal aracılığıyla bazı insanlar öfkelerini kusar,
5. Skandalın taraflarının kötü şöhret yapmaları sözkonusudur (2000'den aktaran Mandell ve Masulo-Chen 2016: 5).

Bu durumda skandalın rutin, sıradan bir olay olmadığını söyleyebiliriz. Günümüz dünyasında skandallar dar çerçeveleri kapsayan olaylar olmaktan çıkmış, iletişim araçlarının gelişimi ve dijitalleşme sayesinde bazen küresel ölçekte dünyayı etkileyen olaylar haline gelmiştir. Skandalların ortaya çıkmasında yeni medyanın önemli bir rolü vardır. Haberler olmadan skandalların ortaya çıkması zordur. Medya skandallara ihtiyacı olan oksijeni sağlar. Skandallar, iletişim ve haberler açısından son derece zengin içeriklere sahiptir. Skandallar, iletişim süreçleri açısından, çok yönlü enformasyon akışı, kamuoyunun skandala yönelik çok yönlü tepkisinin yanı sıra skandala karışan bireylerin ve kurumların da tepkisi ve çok çeşitli söylentilerin dolaşımında olması gibi unsurlardan oluşan zengin içerikler sunar. Aynı zamanda medya pratiklerini, sosyal ve siyasal akımları, kuramları, tartışmaları da aydınlatmaktadır (Tumber ve Waisbord 2019: 10).

Skandalların bir başka özelliği de norm ihlalini oluşturan davranışların diğer insanlar tarafından fark edilmesidir. Sadece norm ihlalinde bulunan kişilerin bildiği, diğer insanların farkında olmadığı olaylar skandal sayılamaz. Bir olay, kamuoyunun "spot ışığı" altında skandal niteliği kazanır. Önemli diğer bir unsur da bu olaydan etkilenen ve bu durumu kabul edilemez bulan kişilerin varlığıdır. Medya tüketicileri haberleri ilgiyle karşılamadıkça ve hakkında daha fazla bilgi talep etmedikçe skandal ortaya çıkamaz. Skandallar açısından yine önemli bir başka unsur ise kamuoyunda skandal hakkındaki eleştirilerini dile getiren kişilerdir. Bir skandalın oluşabilmesi için, gazetecilerin sadece gerekli kaynakları ortaya çıkarması değil, skandala gelen tepkileri de yansıtabilmesi gereklidir (Allern ve Pollack 2012: 12).

Genel görüşe göre, skandal terimi toplumun farklı kesimlerinde oluşan norm ihlallerini nitelendirmek için kullanılmaktadır. Modern kapitalist toplumlarda, gazetecilik pratikleri toplumun normlarını koruma görevini üstlenmiştir. Skandallar, siyasal, finans, spor, sağlık gibi alanlarda görülebilmektedir.

Skandalların Medyadaki Tarihçesi

Tabloid gazeteciliğin öncüsü sayılan skandal vesikaları, Londra'da 1700'lerin sonunda ortaya çıkmıştır. İngiltere'de Naiplik dönemi ya da Kral George çağı olarak bilinen dönem skandal vesikaları ya da gazeteleri denilen yayınlarla doluydu. Dedikodunun altın çağı olarak nitelenen bu döneme yol açan çeşitli nedenler bulunmaktadır. 1695'de Londra'da





basımevlerinin sayısını sınırlayan “Lisans Yasası” lağvedilmiştir ve bunun öncesinde 1688’de İngiliz parlamentosu monarşinin gücünü önemli bir şekilde sınırlamıştır. Bu nedenle, yayınların birçoğu güçlü ve önemli kişiler hakkında yapılmaktaydı. Londra’da nüfus artışıyla beraber, toplumda suç oranında ve zararlı alışkanlıklarda artış görülmeye başlamıştır. Naip Prens George zamanında sarayın harcamalarının artması ve lükse odaklanması, bir anda lüks düşkün, ahlaki olarak zayıflamış bir toplum ve bir monarşinin ortaya çıkmasına neden olmuştur. Süreci hızlandıran diğer faktörler arasında hakaret ve iftiraya yönelik yasaların olmayışı ve kitle yayıncılığının ortaya çıkması da sayılabilir (Taylor 2020).

ABD’de ise 19. yüzyılın ortalarından itibaren yaşanan büyük sosyal değişimlerle ve Avrupa’dan ve kırsal bölgelerden gelen göç dalgasıyla, 1820-1860 arasında New York’ta nüfus oranı artmıştır. Bu artış, enformasyon ve haber arayışı içinde bir okur kitlesinin oluşmasına yol açmıştır. Endüstrileşmenin ve kitle iletişimindeki gelişmelerin etkisiyle gazetelerin, dergilerin ve diğer yayınların sayısında artış görülmüştür; okuryazarlık oranının yükselmesi de gazeteciliğin gelişimine katkı sağlamıştır. “Sarı Basın” olarak adlandırılan tabloid basının ortaya çıkışı Amerika’da gazeteciliğin çehresini değiştirerek, dedikodu ve skandal ağırlıklı bir gazetecilik türünü ortaya çıkartmıştır. Buradaki amaç, okurları eğlendirmek ve böylelikle okur çekerek reklam gelirlerinden alınan payı artırmaktır. Amerikan medyası erken dönemlerinde, siyasi, dini ve iş hayatı ile ilgili haberlere yer verirken, daha sonraları tabloid gazeteler, üst sınıfların dedikodu ve skandallarını gündeme getirmiştir. Bu durum ülkenin değişen sosyal ve kültürel dokusuyla da ilişkilidir. Endüstrileşme, kentli işçi sınıfının ortaya çıkışı ve Amerikan medyasının onlara ulaşma isteği de skandalların ve sansasyonel haberciliğin ortaya çıkışını hızlandırmıştır (Bulla ve Sachsman 2017: xix).

Türkiye’de ise basının gelişimi sırasında, skandal haberlerine yer verilme süreci basında magazinleşme olgusu ile başlamıştır. Türkiye’de magazinleşme terimi, sansasyonel habercilik ile özdeşleşmiştir. 1980’lerde neo-liberal ve neo-kapitalist politikalar sonucu oluşan yeni rekabet ortamı ve apolitikleşmeye bağlı olarak daha çok sansasyon ve skandala dayalı daha eğlendirici içeriklerle dolu yayınlar ön plana çıkmıştır.

Yeni Medyanın Skandallara Yaklaşımı

Skandallar haber seçim sürecine bağlıdır ve haber üretim sürecini bireysel, örgütsel, kurumsal ve sosyal açıdan etkiler. Bir skandalın ortaya çıkabilmesi için kamuya paylaşılması gerekir. Bu yüzden medya skandalın ortaya çıkmasında kilit rol oynamaktadır. Skandalı medya ortaya çıkartır ve böylelikle görünür hale getirir. Skandalın ortaya çıkması, kamuoyunun skandalın farkında olmasına bağlıdır. Toplumlarda skandala yol açan eylemler belirli olmasına karşın, skandalın kendisi değişken bir yapıya sahiptir. Fakat dijital çağda skandal algısı önemli ölçüde değişmiştir; çünkü dijital çağ alışkanlıkları değiştirmiş ve insanların özel hayatlarını kamuya açık hale getirirken, aynı zamanda sosyal medyada başkalarının hayatı izlenir hale gelmiştir. Sosyal medya platformlarının yükselişi ve başlı





Skandal Söylemi ve Yeni Medya: Eleştirel Söylem Analiziyle Hürriyet Haber Sitesi Örneği

başına bir iletişim kanalı oluşturmaları, geleneksel medyanın önemini azaltmış ve olaylara yaklaşımını değiştirmiştir (Barkemayer vd. 2020: 393). Medya artan hızıyla skandal tüketimini kolaylaştırmış ve kamusal alanla özel alan arasındaki çizgiyi bulanıklaştırmıştır. Bu nedenle, skandalların anlamı değişmekte ve skandalları ortaya çıkarmak sadece geleneksel medya ile sınırlı kalmamaktadır. Artık gazetecilere enformasyon aktaran, sosyal medyada basına ihbarlarda bulunan, etik ihlallerini veri toplayarak analiz eden çeşitli aktörler bu sürece katılmış durumdadır. Vatandaşlar, skandallara katılma konusunda örneğine rastlanmamış bir beceri göstermektedir. Çok çeşitli yollarla haberlere müdahale etmekte, bilgi akışında aktif bir rol almakta ve skandalları sosyal medya platformları, bloglar, mesajlar ve diğer dijital alanlar aracılığıyla yaymaktadır (Tumber ve Waisbord 2019: 6). Medyanın skandala olan ilgisi zaman içinde gelişmektedir. Bir skandalın medyada yer alması sürecinde skandal haberlerin zirve noktasına ulaşması on yedi haftayı bulmaktadır. Bu noktadan sonra, habere olan ilgi düşüşe geçmekten ziyade yerel bir yükseliş de göstermektedir. Bunun nedeni skandal sürecini çeşitli yeni gelişmelerin etkilemesidir. Daha sonra aynı kategorideki birçok skandalın birbirine benzemesi sonucunda daha az etkileşim ve medya ilgisi gözlemlenir, bu da rutinleşme ve sıkılma sürecine işaret eder (Barkemayer vd. 2020: 392-389).

Skandal, sansasyon ve dedikodu dijital çağın gelmesiyle canlanmıştır. Haberler hafif, sığ, eğlenceli, skandal dolu ve dedikoducu olduğunda kitleler onunla daha fazla ilgilenmektedir (Hammarlin 2019: 13). Medyatik bir skandal sadece ifşa edilen değil, gösterilen, haberi yapılan, sahnelenen ve her gün canlı tutulan bir durumdur. Ne var ki, medyada yayınlanan bir skandal aynı zamanda olayı hikâyeleştirme, dramatize etme ve atraksiyonu da içermektedir. Lull ve Hinerman'a göre bir olayın skandal haline gelmesi için önemli bir kriteri de olayın toplumda yaygın ilgi merak uyandıracak şekilde aktarılması ve tartışmalara yol açmasıdır (Ekström ve Johansson 2008: 72).

Sosyal medya platformlarının gelişimiyle kitle iletişim araçları, gündem belirlemede tekil etkisini kaybetmeye başlamış, alternatif medya kanallarının ortaya çıkışı gündemi değiştirmiştir. 2014 sonrası haber ve enformasyon açısından yeni medya düzenine beş şirket hâkim olmuştur. Bu platformlar büyük beşli olarak anılmaktadır. Büyük Beşli olarak anılan platformlar, Amazon, Alphabet (Google hizmetleri), Microsoft, Meta (Facebook) ve Apple'dır. Örneğin Meta (Facebook ve ona bağlı hizmetler) sosyal ağ hizmetlerinde veri trafiğinin %80'ini kontrol etmektedir (Van Dijck vd. 2018: 13). Büyük ölçüde gündemi alternatif medya ve büyük veri ortamları belirlemektedir. Yeni medya düzeni eskisine göre büyük ölçüde değişmiştir.

Dijital iletişimin diğer bir özelliği ise yayılma hızıdır. Dijital enformasyon küresel olarak yayılabilmektedir. Dijital iletişim gizli değildir. Bir kere enformasyon paylaşıldı mı bir bireyden diğerine hızlı bir şekilde yayılır, enformasyonun asıl yayıcısı ve asıl ulaşması istenen kitlesi kaybolur. Dijital iletişim aynı zamanda kalıcı ve kolay takip edilebilirdir. Dijital





teknoloji ve sosyal medyanın geniş kullanım olanakları, erişim kolaylığı, çeşitli kaynakları entegre edebilmesi ve büyük veriyi oluşturması, küresel toplumun dijital bağlantıyla küçülmesi, enformasyonun hızlı yayılması, gizliliğin kalmaması, kalıcılık ve dijital iletişimin hiyerarşik olmayan yapısı olmak üzere bunların hepsi dijital iletişimin öğeleridir. Ne var ki, insanların bu teknolojiyi nasıl kullandığı da dijital iletişimin sınır değiştiren doğasını anlamakta önemlidir. Dijital teknolojiler 7/24 ulaşılabilir hale gelmiştir ve günlük hayatın içine işlemiştir (De Jong 2014: 20).

Yapay zekâ teknolojisi bu durumu değiştirene kadar haber, insan ürünü bir olgu olarak tanımlanmaktaydı. İnsan ürünü olan haberin üretimi insanlar açısından bir sınıra sahip olduğundan yapılan haberler insan kapasitesiyle sınırlıydı. Diğer yandan botlar (mesaj yayabilen ve kendini kopyalayabilen bilgisayar kodları), internette artık insanlardan çok daha fazla sayıya sahiptirler. Hem insanlarla etkileşim halinde bulunmak hem de mesaj yaymak için tasarlanan algoritmalar olan sosyal botlar sosyal ağlarda yükselişe geçmiştir (Jones 2015). Buna göre, medya kullanıcılarının gerçek dışı haberleri paylaşma ihtimali %70 daha fazladır; fakat sahte haberler, insanlar tarafından yayıldığında botlara oranla daha hızlı yayılmaktadır (Vosoughi vd. 2018: 1149-1150). Sahte haber olgusu, geleneksel gazetecilik pratikleri dışında skandal içeren enformasyonun yayılması ile de yakından ilişkilidir. Yanlış ve ispatlanmamış enformasyon kamuya aktarılmakta, haber görünümü altında “mezenformasyona” yola açan içerikler ortaya çıkmaktadır (Tumber ve Waisbord 2019:8). Ne var ki, dijital gazeteciliğin yükselişi ile , gazetecilik etiği de çok önemsenmemeye başlanmıştır. Geleneksel medyanın dijital mecralarında ortaya çıkan tık haberciliği skandal içeren enformasyonun, skandal haberlerinin ve sahte haberlerin en çok kullanıldığı alanlardan biri olmuştur. Arama motoru optimizasyonu (SEO), arama motorlarını tarayıp, en çok aranan kelime ve cümleleri tespit etmekte ve bunları içeren haberlerin yazılması sonucu daha fazla tıklanan haberlerin oluşması ve kuruluşun reklam gelirinin artması söz konusu olmaktadır. Dijital reklam pazarı, sahte haberler ekonomisinde önemli bir unsur haline gelmiştir (Gür Omay 2021). Sahte haberlerin sevdiği içeriklerden biri olan skandal söylemi veya sözcüğünün kullanımı sosyal medya platformları sayesinde katlanarak artmaktadır.

Diğer yandan sosyal medya platformları da sahte haberler ekonomisi açısından önemli gelir kaynaklarıdır. Thompson’a göre,

“Facebook okur kitesinden ötürü ve haberler açısından önemli bir portal haline geldiği için modern bir gazetedir. Fakat Facebook ağ konusunda bir uzmandır, haber alanında değil ...bir editör muhabir ilişkisi veya vatandaşlık görevi anlayışı yoktur. Facebook daha ziyade, esas olarak tanımadığı bir kitleyi onlara bir ücret ödmeden yahut işe almadan, içerik paylaşmaları konusunda teşvik etme işindedir. Başka deyişle haber kaynağının varlık sebebi ilgi uyandırmaktır” (2017: 262).

Gillespie, sosyal medya şirketlerinin kendilerini platform olarak göstermelerinin altında kâr etmek ve hukuki avantajlardan faydalanmak için söylemsel bir kurnazlık yattığını





Skandal Söylemi ve Yeni Medya: Eleştirel Söylem Analiziyle Hürriyet Haber Sitesi Örneği

belirtmiştir (Gillespie 2010). Facebook (Meta) hiçbir zaman kendini bir sosyal medya şirketi olarak nitelememiş, başından beri bir platform olarak tasarlanmıştır (Helmond 2015). Bossetta ise sosyal medya şirketlerinin kendilerini söylemsel olarak stratejik bir konuma koyarak, bu stratejiyi ürünlerine de tasarım yoluyla yansıttıklarını belirtmektedir. Platformların skandala yaklaşımı aynı zamanda kendilerini birer siyasi aktör gibi konumlandıklarını da göstermektedir. Bossetta “skandal tasarımı” olarak nitelediği kavramla platformların skandallara verdiği tepkilerin etkileri üzerinde durmaktadır. “Skandal tasarımı” sosyal medyanın işleyişi açısından hem dijital platform hem de kurumsal varlıklar olarak programlamasındaki değişiklikleri içerir. Diğer yandan skandallar sosyal medya mimarisinde sosyal medya ürünleri açısından değişikliğe gidilmesini sağlayabilir. Bu da sosyal medya platformlarının skandalı sunmasında skandalın sonuçlarını hafifletici manipülasyonlara başvurmalarını sağlayabilir. Skandal tasarımı bu platformların aracılığını şirket olarak yansıtmaktadır çünkü bu platformlar örgütsel protokollerini kendi iş çıkarları doğrultusunda düzenlemektedir. Yine Bossetta’ya göre sosyal medya şirketleri siyasi skandalları kendi çıkarları doğrultusunda kullanacak yeni düzenlemeler yaparken bir tipolojiye dayanmaktadır. Bunlar: “1) Yeni özelliklerin sunumu 2) Platform özelliklerinin manipülasyonu 3) Platformların analog ve 4) Dijital protokollerinin değiştirilmesi”dir (2020: 2-3).

Bu açıdan skandalları platform ekolojisi açısından değerlendirmek gerekirse, artık haberler büyük bir platform ekolojisi içinde yer almaktadır. Eski çağlardan beri insanoğlunun merakını uyandıran skandal kavramı ve söylemi yeni bir ekolojinin içinde hayat bulmuş haldedir. Bu ekoloji de geleneksel medya da platform ekosistemine uyum sağlamıştır (Van Dijck vd. 2018: 57).

Söylem Olarak Skandal

Söylem, dilin sosyal pratikte ve iletişimsel bağlamlarda nasıl kullanıldığını anlamak açısından önemli bir anahtardır. Söylem, kişileri çepeçevre sarmaktadır. Günlük hayatta, işyerinde, kültürel öğelerde, haberlerde bir söylemler bütünü insanları kuşatmaktadır. İletişimin var olduğu her düzlemde söylem vardır. İletişim yazılı veya sözlü olsun her zaman söylemi içermektedir. İngilizcede söylem terimi için kullanılan “discourse” kelimesinin etimolojik kökenine indiğimizde terimin iletişim çerçevesinde geliştiği ve söylemin en önemli özelliği olan iletişime vurgu yapıldığı görülmektedir. Gerçekten de,

“Latince “discurrere” (oraya, buraya, koşuşturma gidiş, gelişler) kelimesinden ve/veya “uzaklaşma”, “eritme”, “yayıma” ile discursus kelimesinin muhtelif versiyonlarına karşılık gelir; mecazi anlamda da “özne hakkında uzun uzadıya konuşma”, “bir şey hakkında iletişim” anlamına gelir. Orta çağ Latinesinde discursus “hararetli tartışma” ve “bir yörünge etrafında dönen”, karşılıklı iletişim ve görüşme anlamına gelir” (Barthes 1993 ve Wodak 1996’dan aktaran Sözen 1999: 19).





Bu nedenle iletişim eylemini temel alan her unsur söylemi de çağrıştırmalıdır. Söylem “kim kime, ne hakkında, ne zaman, ne bağlamda, ne söylediği ve bu tür iletişim etkinliklerinde çeşitli alıcı rollerinde muhatap, izleyici veya kulak misafiri olarak kimlerin olduğuyla ilişkilidir” (Van Dijk 1996:86). Söylem açısından önemli sayılan unsurlar arasında bağlam gelmektedir. Neyi, nasıl söylediğimizin yanı sıra ne bağlamda söylediğimiz de söylem açısından önem arz etmektedir. Bağlam; günlük dilde, genellikle açıklayıcı bir çevreyi veya bir olgunun arka planını nitelemektedir (Van Dijk 2015a: 2). Söylemin diğer bileşenlerini ise dilbilimsel unsurlar, metinlerarasılık ve yansıtıcılık oluşturmaktadır. Bu bileşenler, söylemin çerçeve kavramlarıdır. Metinlerarasılık, bir metin içinde çeşitli metinlere gönderge yapmayı, yansıtıcılık ise söylemlerin üretildiği toplumu yansıtması gibi, toplumda yaratılan söylemleri yansıtmayı ifade etmektedir. İdeoloji de söylem açısından önemli bir yer tutmaktadır.

Söylem açısından önemli bir diğer unsur da haberlerdeki söylemlerin üretilip topluma nasıl aktarıldığıdır. “Haber söylemi; enformasyonun seçimi ve işlenmesi aşamalarında kullanılan aktarım biçimlerinin kurgulanması ile oluşmaktadır” (Utma 2018: 2904). Van Dijk’a göre haber söylemi, haber metinleri ve bağlamları arasındaki çok katmanlı ilişkiyi niteler. Bilişsel ve sosyal kısıtlar haberlerin yapısını etkiler. Ayrıca, haberlerin algılanışı ve kullanımı da haberin metinsel yapısından etkilenir (2009: 2).

Günümüzde haberlerin üretilip yaygınlaştırılmasında yoğunluk internet gazeteciliğine verilmektedir. İnternet gazeteciliği yeni mecralar doğurmakta ve çoklu modda faaliyet göstermektedir. Yine söylem açısından haber üretimi, internet gazeteciliğinde de ekonomik, politik ve sosyal yapıyla ilişkilendirilmesi gereken bir alandır. Habere dair üretilen enformasyon metinsel ve görsel olarak üretilerek onun tüketicisine sunulmaktadır:

“Bilgi (enformasyon) üretme aynı zamanda ekonomik bir işlemdir de çünkü bilgi (enformasyon) da bir ürün gibi üretilir ve üretilen bilgiden (enformasyon) haberi oluşturanlar maddi ya da manevi bir beklenti içerisinde olurlar. Geleneksel medyada haberden maddi beklentiler yaygın olurken, yeni medyadan manevi beklentiler de yaygın olmaktadır. Yeni medya sunduğu haberlerle bireylere seslenmektedir. Özellikle Youtube, Facebook ve Twitter gibi sosyal medya ağları ile bireyler habere karşı bir söylem içerisinde bulunarak kendilerini özne konumuna getirirler. Sosyal medyada haber söylemlerinde karşılıklı iletişimin kurulması bir yönde ideolojilerin de karşılıklı olarak devir daimini sağlamaktadır. İdeolojinin önemli taşıyıcılarından biri olan yeni medya, iletişimde sınır tanımazlığı ile ideolojinin sürekliliğinin devam etmesinde önemli bir araçtır” (Karaduman vd. 2018: 14).

Bu nedenle, değişen haber ekolojisinde söylemlerin dolaşımı ile ideolojilerin de dolaşımı sağlanmaktadır.

“Diğer yandan özellikle web teknolojilerindeki gelişmelere bağlı olarak ortaya çıkan sosyal ağlar artık, toplumsal gerçekliğin inşa süreçlerinde doğrudan etkili olmakta ve söylemin inşa edildiği kanallar olarak karşımıza çıkmaktadır. Yapısal özellikleri





Skandal Söylemi ve Yeni Medya: Eleştirel Söylem Analiziyle Hürriyet Haber Sitesi Örneği açısından bir değişim oluşturan bu ağlar, söylemin planlanması ve dolaşımında kritik araçlardır” (Özer 2021: 209).

Yeni medya, söylemin inşa edildiği kanallar olarak karşımıza çıkarak gerçekliği inşa etmede belirgin bir rol üstlenmektedir. İdeolojilerin ve söylemlerin dolaşımı yeni medyada kendini sürekli tekrar etmektedir.

Gazeteciler çok uzun zamandan beri, yalancı çobanın hikâyesinde olduğu gibi skandal diyerek bağırdıklarından skandallar çoğu zaman ilgisizlikle karşılanmaktadır. Gazetecilerin ahlaki kaygılarından çok oy verenler skandal haberlerine ya eğlence olarak ya da siyaseten alakasız olarak yaklaşmaktadır (Midtbø 2012: 157). Medya endüstrilerindeki merkezi akımlar, özellikle de ticarileşme ve magazinleşme, skandallar için zemin hazırlamaktadır. Haber olarak öne çıkardıkları unsurlar ise dram, çatışma ve olumsuzluk olmaktadır. Sürekli skandal başlığıyla yapılan haberler, magazinleşmenin getirdiği apolitizasyonla beraber skandal söyleminin güçlendirilmesiyle devam etmektedir.

Skandalın Eleştirel Söylem Analizi

Eleştirel Söylem Analizi, eleştirel dilbilim çalışmalarıyla beraber Norman Fairclough, Teun Adrian Van Dijk, Theo van Leeuwen ve Ruth Wodak'ın öncülüğünde oluşturulmuştur. Söylem analizi sosyal ve beşerî alanlarda disiplinler arası bir araştırma alanıdır. Eleştirel söylem analizi, iletişim kurarken içkin olan varsayımları, popüler halk inanışlarını ve medyada yayılan mesajları ve anlamları anlamının çok önemli bir yoludur. Söylem analizi çeşitli söylemlerin yer aldığı sosyal ve siyasal bağlamlarda çok değerli iç görüler sağlayabilir (Lupton 1992: 149).

Eleştirel Söylem Analizi, bir disiplinlerarası haber kuramı oluşturmak için Teun Adrian Van Dijk tarafından kullanılmıştır. Söylem, medyaya yönelik analitik bir bakış açısı sunmaktadır. Buna göre “söylem analizi, daha sistematik olarak ve daha aşikâr bir şekilde, kitle iletişim araçlarının yaydığı ‘mesajların yapılarını’ anlatır” (Sözen 1999: 124). Haber metin analizlerinin önemi gündelik bilginin çoğunun medyanın çizdiği çerçevelerle yansıtılması ve gündelik hayata dair konuşmaların birer söylem pratiği olmasında yatmaktadır. Yeni medya ile haberlerin çoğunlukla dijital platformlar aracılığıyla takip edilmesi, kullanıcıların diğer platformlarda yorum yapması, paylaşması haberlerin yayılma hızını artırırken söylemlerin de yayılmasını sağlamaktadır. Söylem analizi, sosyal, ideolojik, kültürel ilişkileri anlamlandırmaya ve yorumlamaya yarar. Fairclough ve Wodak eleştirel söylem analizinin ana unsurlarını şöyle açıklamaktadırlar (1997’den aktaran Van Dijk 2015b: 468):

1. “Eleştirel söylem analizi sosyal sorunlara hitap eder”,
2. “Güç ilişkileri söyleseldir”,
3. “Söylem toplumu ve kültürü inşa eder”,
4. “Söylem ideolojiktir”,
5. “Söylem tarihseldir”,
6. “Metin ve toplum arasındaki bağ aracılıdır”,





7. "Söylem analizi yorumsal ve açıklayıcıdır",
8. "Söylem bir sosyal eylem biçimidir".

Eleştirel Söylem Analizi sosyal yapıların, sosyal sorunların, ideolojilerin ve kültürün bir analizi olmakla kalmayıp aslında anlamların, göstergelerin ve hakikat anlayışının analizidir. Geleneksel yapılar için kullanılan tek modlu eleştirel söylem analizinden çok modlu eleştirel söylem analizine geçiş yapılmıştır. İletişim çok modlu düzlemlere geçmeye başlayınca söylemlerin sosyal medya, bilgisayar oyunları, film, diziler, moda, mimari, gibi alanlarla iletildiğinin farkına varılmıştır. "Artık söylem, ister konuşma, ister sosyal medya, ister işyeri veya kamusal alan olsun çoklu moda dikkat edilmeden yeterince incelenemez" (Leeuwen 2015: 447). Bu nedenle söylemlerin, çoklu modda incelenmesi söylem analizinde yeni farkındalıklar yaratmıştır. Günümüz yeni medyasını içeren eleştirel söylem analizleri de bu çoklu modu dikkate almalıdır.

Çalışmanın Amacı

Bu çalışmada, yeni medyada skandal söyleminin ne şekilde geliştirildiği ve yansıtıldığı incelenmiştir. Skandalın yeni medyada ele alınışı video resim ve diğer unsurlarla desteklenmesi günümüzde skandalların çehresini değiştirirken yeni medyanın söylemsel olarak geliştirdiği yeni stratejileri de beraberinde getirmektedir.

Evren ve Örneklem

Çalışmada amaçlı örneklem benimsenmiştir. Amaçlı örnekleme araştırmacı, çalışmanın amacına uyan örnekler seçmelidir. Çalışmanın amacı, skandal söyleminin medyada inşasının incelenmesi olduğundan yöntem çalışmanın amacıyla uyumludur. Çalışmanın evrenini ulusal basının web sitelerinde yer alan haberler oluşturmaktadır. Örneklemi ise ana akım gazetelerinden olan *Hürriyet*'in web sitesi oluşturmaktadır. *Hürriyet* en çok trafiğe sahip haber sitesi olması nedeniyle seçilmiştir (www.similarweb.com). Çalışma ana akım gazetelerden *Hürriyet* gazetesinin web sitesinde 01.10.2022 - 07.10.2022 tarihleri arasında "skandal" sözcüğü içeren haberler ile sınırlı tutulmuştur. Bu nedenle gazetenin arama motorunda "skandal" sözcüğü içeren haberler taratılmıştır. Bunun nedeni, bir haftalık kısa bir zaman dilimi içerisinde ana akım medyada tercih edilen skandal sözcüğü ve söylemi içeren haberlerin sayısını gözlemlemektir. Bu tarihler arasında on skandal sözcüğü içeren habere ulaşılmıştır. Yalnızca bir haftalık süreç içinde on skandal haberinin olması da çalışmanın amacıyla uyumluluk göstermektedir.

Sınırlılıklar

Çalışma ana akım gazetelerden *Hürriyet* gazetesinin web sitesinde 01.10.2022-07.10.2022 tarihleri arasında "skandal" sözcüğü içeren haberler ile sınırlı tutulmuştur. Belirlenen tarihler arasında haber kategorisi ayırmaksızın tüm haberler skandal açısından incelenmiştir. *Hürriyet* gazetesi web sitesi hem aldığı yüksek trafik hem de ulusal basını temsil yeti açısından karakteristik özellikler göstermesi nedeniyle tercih edilmiştir.





Örnek Haberlerin Analizi

Araştırma yöntemi olarak eleştirel söylem çözümlemesi tercih edilmiştir. Hürriyet Gazetesi web sitesinin arama motorunda detaylı arama seçeneği kullanılarak “skandal” sözcüğü aratılmıştır. Örneklem olarak, Hürriyet Gazetesi web sitesinde yer alan 01.10.2022-07.10.2022 tarihleri arasında yayınlanan ve içeriğinde “skandal” kelimesinin geçtiği haberler seçilmiştir. Teun Van Dijk’in geliştirdiği Eleştirel Söylem Analizi benimsenerek, ele alınan haberler makro ve mikro yapılar düzleminde incelenmiştir. Eleştirel söylem analizi kullanılarak haberlerde skandalın olgusal ve dilsel pratiklerin bir parçası olarak kullanılmasının skandal söylemine ve olgusuna katkısı araştırılmıştır.

MAKRO YAPILAR

Haber Başlıkları

Tablo 1’de 01.10.2022- 07.10.2022 tarihleri arasında hurriyet.com.tr de yayınlanan haberlerin, haber başlıkları incelendiğinde on haberden dokuzunun skandal sözcüğünü içerdiği görülmektedir. Bu başlıklarda skandal sözcüğünün, “Skandal kavga”, “Skandal iddia”, “Ataşehir’deki Skandal”, “Skandal görüntü”, “Ataşehir’de Hastanedeki Skandalda Yeni Gelişme”, “Skandal Şartlar”, “Skandal Suçlama” olarak geniş bir yelpazede kullanıldığı görülmektedir. Skandal sözcüğünü içeren değişik tamlamaların da kullanılarak daha dikkat çekici bir ifade yakalandığı görülmektedir. Başlıklardan haberlerin sunuş şeklinde önemli skandalları açığa çıkartacak bir hava yaratıldığı gözlemlenmektedir. Skandal olgusunu pekiştirmek ve dikkat çekmek için başlıklarda ünlem işareti, üç nokta ve iki nokta üst üste kullanılmıştır. Başlıklar, haberin en dikkat çekici unsuru olmasından dolayı, okurların habere olan ilgisini sağlayan bölümdür. İncelenen on haberin dokuzunda skandal sözcüğü başlıkta kullanılmıştır. Skandal sözcüğü çeşitli tamlamalarla zenginleştirilerek ilginin dozu arttırılmaya çalışılmıştır. “Haber başlıkları metni özetler ve habere ilişkin en önemli malumatı verir. Teorik ifadeyle başlıklar, anlama dayalı makro önermeler şeklinde; metin içinde ardışık önermeler tarzında tasvir edilir” (Sözen 1999:126). Araştırmada kullanılan haber başlıklarında geçen “skandal” sözcüğü bu haberlerin makro önermesidir. Haber başlıklarıyla sunulan skandal önermesi okurun bu haberleri ne şekilde değerlendirmesi gerektiğinin de bir sunumudur. 01.10.2022 - 07.10.2022 tarihleri arasındaki bir haftalık süre içinde on skandal haberinin olması da skandalın sunumu açısından birçok ipucunu bünyesinde barındırmaktadır.

Tablo 1. Haber Başlıkları – 01.10.2022 - 07.10.2022

| Haber Başlığı | Tarih |
|--|------------|
| Miçotakis İngiliz Basınına Konuştu ... Türkiye’yi Şikâyet Etti ... Skandal Suçlama | 02.10.2022 |
| Yunan Bakan Bir kez daha Türkiye’yi Hedef Aldı- Skandal Sözler | 03.10.2022 |
| Kongre’den F-16’lar İçin Yeni Skandal Şartlar | 03.10.2022 |
| Tarihi Gümrük Handa Skandal Görüntü: Bulaşık Suyu Dökmüşler | 06.10.2022 |





| | |
|---|------------|
| Skandal İddia: Eşimin Cenazesini Kaçırıldılar | 06.10.2022 |
| Son dakika... Atşehir'de Hastanedeki Skandalda yeni gelişme! 4 kişi tutuklandı | 06.10.2022 |
| Atşehir'de Hastanede Skandal ... Bu Bakış Peşinizi Bırakmaz! | 06.10.2022 |
| Mizansenmiş! İfadesi Ortaya Çıktı ... Atşehir'deki Skandal için Bunları Söyledi ama Kurtulamadı | 07.10.2022 |
| Son Şampiyon Golden State Warriors'ta Skandal Kavga! Yumruklar Konuştu | 07.10.2022 |
| Telefonlarımızı Dinleyip Banka Hesaplarımızı Ele Geçirdiler | 07.10.2022 |

Kaynak: Hürriyet Gazetesi web sitesi (<https://www.hurriyet.com.tr>)

Haber Girişi ve Spotlar

Skandal olgusuna vurgu yaparak dikkat çekici başlıklara sahip haberlerde haber girişleri de dikkat çekmek üzere kurgulanmıştır. Çoğunlukla spot kullanımının olmadığı gözlenmiştir. Bu nedenle, haberlerin giriş paragrafları değerlendirmeye tabi tutulmuştur. 02.10.2022 tarihli "Miçotakis İngiliz Basınına Konuştu ... Türkiye'yi Şikâyet Etti ... Skandal Suçlama" başlığını taşıyan haberin başlığında "skandal suçlama" tamlamasını kullanılmaktadır. İddialı bir başlığa sahip olan haberin giriş cümlesi "Yunanistan Başbakanı Miçotakis yine Türkiye'yi hedef aldı" olarak girilmiştir. 03.10.2022 tarihli "Yunan Bakan Bir kez daha Türkiye'yi Hedef Aldı - Skandal Sözler" başlıklı haberin girişi "Yunanistan Dışişleri bakanı Nikos Dendias, bir kez daha Türkiye'yi hedef aldı. İlişkilerin tarihinde ilk kez bu kadar uzun süren bir gerginlik yaşandı dedi" şeklindedir.

03.10.2022 tarihli "Kongre'den F-16'lar İçin Yeni Skandal Şartlar" başlıklı haberin girişi "ABD Kongresi'nin üst kanadı Senato'da sıkı Yunan-Rum dostu olan Dış İlişkiler Komisyonu Başkanı Robert Menendez'den sonra, yine Yunan-Rum dostu Senatör Chris van Hollen de Türkiye'ye şartlı F-16 satışı ve modernizasyonunu zorlaştırmak için harekete geçti" olarak düzenlenmiştir. Yunanistan ile ilgili haberlerde biz ve öteki karşıtlığı yaratmak için "skandal şartlar, skandal sözler, skandal suçlama gibi tamlamalar kullanılarak iki ülke arasında uçurum olduğu mesajı iletilmektedir. Biz ve öteki karşıtlığıyla bizi temsil eden konum ötekinin de nasıl değerlendirilmesi gerektiğini belirtmektedir. Sıkı Yunan-Rum dostu tanımlamasıyla ötekilerin de algılanışı bir temele oturtulmakta olayın nasıl algılanması gerektiğine dair çerçeve çizilmektedir. Skandal örüntüsü çerçevesinde iki ülke arasındaki gerginlik "skandal söylemi" kullanılarak işlenmektedir.

06.10.2022 tarihli "Tarihi Gümrük Handa Skandal Görüntü: Bulaşık Suyu Dökmüşler" haberinin girişi ise "Şanlıurfa Valiliği, tarihi Gümrük Hanı içindeki su kanalına, çiğercilik yapılan lokanta çalışanının bulaşık suyu döktüğü ve bidonu kanalda yıkadığı görüntülerle ilgili, işletmeye yasal yaptırım uygulanacağını bildirildi" şeklindedir. Bu haberde "skandal görüntü" başlığı sosyal medyaya yansıyan bir video üzerine su kanalına dökülen bulaşık suyuna gelen tepkileri yansıtıcı bir unsur olarak durmaktadır. Bu haberde ise bir çevre felaketi skandal söylemi çerçevesinde işlenmiştir. Burada bulaşık suyu döken kişinin yol açtığı çevre sorunu yetkililerin yasal yaptırım uygulaması ile bir sonuca bağlanmıştır. Haberde bu norm





Skandal Söylemi ve Yeni Medya: Eleştirel Söylem Analiziyle Hürriyet Haber Sitesi Örneği

ihlali skandal çerçevesine oturtularak daha ilgi çekici hale getirilmeye çalışılmış ve haberin etkileşimi ve tıklanması bu yöntemle artırılmaya çalışılmıştır.

06.10.2022 tarihli diğer bir haberde ise “Skandal İddia: Eşimin Cenazesini Kaçırdılar” haberinin girişi “Evinde ölü bulunan Polis Memuru İlknur Erim Bahadır’ın kocası Ahmet Bahadır, eşinin cenazesinin ailesi tarafından gasilhanenin arka kapısından kaçırıldığını iddia etti” olarak ifade edilmiştir. Haber başlığında “Skandal İddia: Eşimin Cenazesini Kaçırdılar” şeklinde atılan başlık skandal sözcüğüyle sansasyonel tarafı güçlendirilmiştir. Haberin devamında vefat eden eşinin ailesiyle yaşanan anlaşmazlık işlenmektedir. Başlıkta kullanılan skandal söylemi tıklamayı artıracak, ilgi çekecek şekilde tasarlanmıştır.

06.10.2022 tarihli “Son dakika ... Ataşehir’de Hastanedeki Skandalda yeni gelişme! 4 kişi tutuklandı” başlıklı haberin girişi “İstanbul Ataşehir’deki özel bir hastanede hasta kadının yüzüne para atarak kötü muamelede bulunan şüphelilerin ilk ifadeleri ortaya çıktı” olarak yazılmıştır. 06.10. 2022 tarihli diğer bir haber olan “Ataşehir’de Hastanede Skandal... Bu Bakış Peşinizi Bırakmaz!” başlıklı haberde spot paragraf ile habere başlanmıştır. Bu spot “İstanbul’daki Özel Bayındır Hastanesi’nin yoğun bakımında hemşirelerin yaşlı bir kadın hastayla dalga geçerken çektikleri görüntüler infial yarattı. Savcılık görüntülerdeki personellerle ilgili gözaltı kararı verdi. Hastanenin faaliyetleri durduruldu. Sağlık Bakanı Koca, “Suçlular kesinlikle cezasını çekecek” dedi. Öte yandan hastanede çekildiği iddia edilen bir ses kaydı da ortaya çıktı” olarak ifade edilmiştir. 07.10.2022 tarihli “Mizansenmiş! İfadesi Ortaya Çıktı...Ataşehir’deki Skandal için Bunları Söyledi ama Kurtulamadı” haberinin giriş cümlesi “İstanbul Ataşehir’de özel bir hastanede, yoğun bakımdaki hasta kadının yüzüne para atıp, alay eden ve kötü muamelede bulunan dört şüpheli ‘beden bakımından kendini savunamayacak olan kişiye eziyet suçundan tutuklandı” olarak girilmiştir. Sağlık skandalı özelliklerini taşıyan haber serisinde ise yaşanan olaylar magazinsel boyutuyla verilmiş, başlıklar da bu olguyu destekler nitelikte atılmıştır. Skandal söylemi başlıklarda etkin bir şekilde kullanılmıştır ve okura bu durumun bir skandal olduğu bildirilmektedir. Ne var ki, içeriksel olarak bu sağlık skandalı magazinleştirilmiş, olayın nedenleri ile faillerin hasta hakkını ihlalleri açısından derinleştirilmemiş, sadece faillerin yaşlı hastayla dalga geçmesi olarak değerlendirilmiştir.

07.10. 2022 tarihli “Son Şampiyon Golden State Warriors’ta Skandal Kavga! Yumruklar Konuştu” başlıklı spor haberinin giriş cümlesi “Son şampiyon Golden State Warriors’ın sezon öncesi hazırlıklarına Draymond Green ile Jordan Poole arasında yaşanan kavga damga vurdu” olmuştur. Bu haberde iki oyuncu arasında yaşanan kavga yine skandal söylemine büründürülerek, magazinsel olarak yansıtılmış, olay yüzeysel olarak geçirtilip nedenleri üzerinde durulmamıştır.

Yine 07.10.2022 tarihli “Telefonlarımızı Dinleyip Banka Hesaplarımızı Ele Geçirdiler” haberinde spot kullanımı vardır. Spot başlık “Daily Mail Gazetesine Dava Açıyorlar” şeklinde





yansıtılmıştır. Haber girişlerinde haber başlıklarındaki heyecanlı, skandala vurgu yapan tonun düştüğü görülmektedir. Haber girişleri haberin bir özetini vermekte ve çerçevesini çizmektedir. Bu bağlamda, okurun neye önem vermesi gerektiğini bildirmesi ve haberin söylemini belirlemesi açısından önemlidir. Bu haberde olayların yine magazinsel boyutu yansıtılmıştır. Başlıkta ve spot başlıkta skandal olgusuna vurgu olmamasına rağmen haber içeriğinde skandal söylemi göze çarpmaktadır.

Fotoğraf, Video ve Link Kullanımı

Haberleri destekleyici öğeler olarak görsel öğelerin kullanımı habere gerçeklik katan unsurlardan biridir. Haberlerde fotoğraf, video ve hashtag kullanımı göze çarpmaktadır. Haberlerde video ve fotoğraflar haberleri destekleyecek şekilde kullanılmıştır.

Dış politika konulu haberlerden 02.10.2022 tarihli “Miçotakis İngiliz Basınına Konuştu ... Türkiye’yi Şikâyet Etti ... Skandal Suçlama” başlığını taşıyan haberde Yunan Başbakanı Miçotakis’in fotoğrafına yer verilmiştir.

03.10.2022 tarihli “Yunan Bakan Bir kez daha Türkiye’yi Hedef Aldı-Skandal Sözler” başlıklı haberde ise CNN Türk’ün Yunanistan Dışişleri Bakanı Dendias’ın demeçlerine yer verdiği haberin videosu yer almaktadır. Haberin linkleri ise “Nikos Dendias, Yunanistan, TCG Ufuk, son dakika haber” olarak verilmiştir. 03.10.2022 tarihli “Kongre’den F-16’lar için yeni Skandal Şartlar” haberinde ise fotoğrafta bir Türk F-16 uçağı yer almaktadır. Haberin hashtagleri, “#F-16, #ABD ve # Senato” olarak göze çarpmaktadır.

06.10.2022 tarihli “Tarihi Gümrük Handa Skandal Görüntü: Bulaşık Suyu Dökmüşler” haberinde olayın kaydedilen videosu yayınlanmaktadır. Çevre haberi önce video olarak sosyal medyaya düşmüş sonra basın haberini yapmıştır. Haberin hashtagleri, “#bulaşık, #Şanlıurfa, #Tarihi Gümrük Hanı” olarak göze çarpmaktadır. 06.10.2022 tarihli “Skandal İddia: Eşimin Cenazesini Kaçırdılar” haberinde ise vefat eden polis memurunun ve eşinin fotoğrafının yanı sıra, boş mezar fotoğrafı da yer almaktadır. Haberin hashtagleri; “#İlknur Erim Bahadır, #polis, #cenaze” olarak belirtilmiştir. 06.10.2022 tarihli “Son dakika ...Ataşehir’de Hastanedeki Skandalda yeni gelişme! 4 kişi tutuklandı”, yine 06.10. 2022 tarihinde “Ataşehir’de Hastanede Skandal... Bu Bakış Peşinizi Bırakmaz!” ve 07.10.2022 tarihli “Mizansenmiş! İfadesi Ortaya Çıktı...Ataşehir’deki Skandal için Bunları Söyledi ama Kurtulamadı” haberlerinde sözkonusu yaşlı kadının fotoğrafları önce blurlanarak daha sonra blursuz kullanılmış, hastanenin fotoğraflarıyla da haber desteklenmiştir. Bu üç haberde kullanılan hashtagler, “#Özel Bayındır Hastanesi, #Fahrettin Koca ve #hasta” olmuştur.

07.10. 2022 tarihli “Son Şampiyon Golden State Warriors’ta Skandal Kavga! Yumruklar Konuştu” başlıklı spor haberinde ise haber olayın videosuyla desteklenmiş, sözkonusu iki basketçinin de fotoğrafları kullanılmıştır. Hashtagler ise “#NBA, #Golden State Warriors ve #Draymond Green” dir. 07.10.2022 tarihli “Telefonlarımızı Dinleyip Banka Hesaplarımızı Ele





Skandal Söylemi ve Yeni Medya: Eleştirel Söylem Analiziyle Hürriyet Haber Sitesi Örneği

Geçirdiler” haberinde ise yoğun bir fotoğraf kullanımı vardır. Prens Harry, Sussex Düşesi Megan, Liz Hurley, Sadie Frost ve Wessex Kontesi Sophie’nin fotoğrafları kullanılmıştır. Hashtagler ise “#Prens Harry, # Elton John ve #Elizabeth Hurley”dir. Bu haber magazin servisinden gelen bir haber olduğu için yoğun bir fotoğraf kullanımı göze çarpmaktadır. Dış politika haberlerinde ise birer fotoğraf ve video kullanımı göze çarparken, sağlık haberlerinde yoğun fotoğraf kullanımı tercih edilmiş, spor haberi ise video ve fotoğrafla desteklenerek olayın sansasyonel boyutu yansıtılmaya çalışılmıştır. Haberlerde hashtag ve link kullanılarak haberlerin dijital mecralarda yayılımı sağlanmaktadır.

ŞEMATİK YAPI

Ana Olaylar

Ele alınan örnekte skandal sözcüğü içeren haberler taratılmıştır. Bir haftalık süre içinde yayınlanan on haberden üçü sağlık haberi, üçü dış politika haberi, biri spor, biri çevre, diğeri de üçüncü sayfa ve biri de magazin haberi olarak yer almıştır. Dış politika haberlerinde Yunanistan ile yaşanan gerginlik ve F-16 satışı işlenmiştir. Sağlık haberlerinde ise özel bir hastanede yaşanan hasta hakları ihlalleri sonucu hastanenin faaliyetine son verilmesine yol açan olaylar işlenmiştir. Spor haberinde ise NBA Amerikan basketbol liginde iki oyuncunun kavgası yansıtılmıştır. Çevre haberinde Tarihi Gümrük Hanın su kanalına bulaşık suyu dökülmesiyle yol açılan çevre kirliliği irdelenmiştir. Üçüncü sayfa haberinde intihar eden polis memurunun cenazesine ilgili yaşanan sorun aktarılmıştır. Magazin haberinde ise Prens Harry, Elton John, Sadie Frost ve Elizabeth Hurley’in telefonlarının dinlendiği iddiasıyla İngiliz Daily Mail Gazetesi’ne dava açması işlenmektedir.

Haberlerde Skandal Örüntüsünün Bağlam ve Arka Plan Çerçevesinde Kullanımı

Bağlam ve arka plan olayın sosyal yanını ifade etmektedir. Haberler skandal teması içinde kurgulanmıştır. İçlerinde politika, sağlık, spor, çevre, üçüncü sayfa ve magazin haberleri bulunmaktadır. Dış politika haberlerinde “skandal açıklamalar, skandal sözler, skandal şartlar, skandal suçlama” gibi skandala atıf yapan kullanımlar haberlerin genelinde skandal örüntüsünü pekiştirerek, bu durumun kabul edilemezliğini öne çıkartmaktadır. Sağlık haberlerinde ise skandal sözcüğü başlıklarda yer almasına karşın haber metinlerinde çok yoğun olarak geçmemektedir. Sağlık haberleri birbirini takip eden haber serisidir. Bu açıdan skandalın nitelikleriyle bağdaşmaktadır. Bağlamsal olarak bakıldığında sağlık haberinde yer alan hasta hakkı ihlaliyle başlayıp hastanenin faaliyetlerinin durdurulmasına kadar geçen süreç, sağlık skandallarının tüm özelliklerini taşımaktadır. Bu nedenle haberlerdeki metin içeriklerinde skandal sözcüğü fazla vurgulanmamakla beraber, olayın ilgi çekiciliği ve şok ediciliği bakımından başlıkta skandala vurgu yapılması yeterli olmaktadır. Sağlık haberlerinde skandal süreci detaylı olarak anlatılmakta fakat olayın nedenleri açığa kavuşturulmamaktadır. Çevre haberinde ise skandal görüntü başlığıyla verilen haberin ana metninde skandala atıf yapılmamış ve olay örüntüsünün bir parçası haline gelmemiştir.





Sadece başlıkta dikkat çekici söylemsel bir unsur olarak yer almıştır. Çevre haberinde olayın nedenleri açığa kavuşturulmamış sadece sonucu bildirilmiştir. Spor haberinde ise başlıkta “Skandal Kavga” şeklinde bir tanımlama yapılmıştır. Olay örüntüsünün içinde skandala herhangi bir atıf yoktur. Olay sansasyonel bir şekilde betimlenmiş, nedenleri ve sonuçları üzerinde durulmamıştır. Kavganın olay anını gösteren videosu da haberde yer almaktadır. Üçüncü sayfa haberinde de aynı kullanım göze çarpmaktadır. Başlığa “skandal iddia” olarak taşınan skandal sözcüğü haberin içinde geçmemekte ve yaşananın neden skandal olduğuyula ilgili bir örüntü bulunmamaktadır. Haberde geçen skandal iddianın nedeni olarak eşiyile geçici bir ayrılık yaşamaları olarak açıklayan birincil kaynağın konuşmasına işaret edilmektedir. Diğer tarafın görüşleri yansıtılmamıştır. Magazin haberinde ise başlıkta kullanılmamakla beraber, haberin içinde skandal örüntüsü kullanılmakta ve daha önce yaşanan medya skandalı “News of the World” gazetesinin kapatılmasına atıfta bulunmaktadır. Metnin içinde geçen “bu skandal, bu tür bir skandal, büyük skandal, bir skandala damga vurup” gibi söz öbekleri bu örüntüyü tekrar etmekte ve eski skandallardan bahisle, medyada bu skandalların olabilirliği neden–sonuç ilişkisi olarak sunulmaktadır.

Haber Kaynakları

Dış politika haberlerinde, Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan, Yunan Başbakanı Miçotakis ve Yunan Dışişleri Bakanı Dendias, Sağlık haberinde ise Sağlık Bakanı Fahrettin Koca, AK Parti Sözcüsü Ömer Çelik ve hasta haklarını ihlal eden sorumluların ifadeleri birincil kaynaklar olarak kullanılmıştır. Söz konusu hastanenin açıklaması ve hasta haklarını ihlal eden videolara da atıf verilerek kaynak olarak kullanılmıştır. Üçüncü sayfa haberinde vefat eden polis memurunun eşi birincil kaynaktır. Çevre haberinde Şanlıurfa Valiliği'nin yanı sıra olayın gerçekleştiği anı gösteren videolar kullanılmıştır. Spor haberinde ise olayın gerçekleştiği anın videosu bulunmaktadır. Magazin haberinde ise İngiliz Daily Mail gazetesine dava açanların avukatları kaynak olarak kullanılmıştır.

MİKRO YAPILAR

Dil kullanımı

Haber başlıkları ve içerikler skandal olgusunu vurgularken, dikkat çekici bir dil kullanımına sahiptir. Spor haberindeki “Son Şampiyon Golden State Warriors’ta Skandal Kavga! Yumruklar Konuştu” başlıklı haber ile Draymond Green ile Jordan Poole arasında yaşanan kavga heyecanlı bir şekilde okura aktarılmaktadır. “Yumruklar konuştu, damga vurdu” gibi fiiller kullanılmıştır. “Acımasız bir yumruk”, “takım arkadaşları ve antrenörler araya girerek güçlkle ayırdı” gibi cümleleri niteleyen sıfat kullanımları bulunmaktadır. Bu sıfatlar olaya dramatik bir hava vermekte ve skandal örüntüsünü pekiştirmektedir. Üçüncü sayfa haberinde de dil kullanımı dramatiktir ve skandal örüntüsünü pekiştirmektedir. “Kanlar içinde buldu”, “hayatına son verdiği” gibi dramatik dil kullanımlarıyla bezelen haberde yaşanan olayın üzücü olması da bu duruma vurgu yapmaktadır. “İddia, suç duyurusu





Skandal Söylemi ve Yeni Medya: Eleştirel Söylem Analiziyle Hürriyet Haber Sitesi Örneği

soruşturma, savcılık, tartışma, anlaşmazlık, usulsüz, hukuken” gibi resmi ifadelerde haberin ciddiyetini sağlarken, skandal örüntüsünü de pekiştirmektedir. Dış politika haberlerinde, “skandal açıklamalar, skandal sözler, skandal suçlama, gerginlik, saldırganlık, gerilim, dezenformasyon, kışkırtma” gibi ifadeler yer almaktadır. Bu ifadeler de skandal örüntüsünü ortaya koymaktadır. Magazin haberinde, “özel hayatlarının gizliliği”, “polise rüşvet”, “büyük bir buzdağının görünen kısmı”, “gazeteye yöneltilen suçlamalar”, “yalan haber”, “yanlış haber”, “bu tür bir skandal”, “skandal üzerine” “yasa dışı dinleme skandalları”, “bu skandalla hafızalara kazınan gazete”, “bir skandala damga vurup”, “büyük bir skandal” gibi sansasyonel söz öbekleri kullanılmıştır. Bu da haberin skandal etrafında örüldüğünün bir göstergesidir. Sağlık haberlerinde ise “onlarca şikâyet”, “büyük tepki”, “ilgisizlik ve kötü muamele”, “hastanede skandal”, “infial”, “şantaj”, “tepkisi çeken olay”, “mizansenmiş!” gibi ifadeler dil kullanımsal açıdan skandalı besler niteliktedir. Çevre haberinde, haber içeriğinde skandalı destekleyen bir dil kullanımı yoktur. Başlıkta kullanılan “Skandal Görüntü” tamlaması haber içeriğine yansımamıştır.

Söz Dizimsel Çözümleme

Haberlerde genellikle edilgen çatı ve etken çatı beraber kullanılmıştır. Hem etken hem de edilgen cümle yapılarıyla skandala vurgu yapıldığı görülmektedir:

- ◆ “Son dönemde yaptığı skandal açıklamalar ile sürekli Türkiye’yi hedef alan Yunanistan Başkanı Kyriakos Miçotakis bir kez daha skandal sözler sarf etti”.
- ◆ “Ataşehir’de hastanede skandal... Bu bakış peşinizi bırakmaz”.
- ◆ “Son dakika... Ataşehir’de hastanede yeni gelişme! 4 kişi tutuklandı”.
- ◆ “Şikâyetlerde ilgisizlik ve kötü muamele olduğu da iddia edildi”.
- ◆ “Şüphelilerin tamamının polise verdiği ifadede, ‘Görüntüleri eğlence amacıyla çektik. Kötü bir amacımız yoktu’ dediği öğrenildi”.
- ◆ “Tarihi Gümrük Handa Skandal Görüntü: Bulaşık Suyu Dökmüşler”.

Cümle yapıları genellikle karmaşıktır ama basit kullanımlara da rastlanmaktadır. Magazin ve dış politika haberleri çeviri yoğun haberler olduğu için çeviri hatalarına rastlanmaktadır. Aynı paragrafta yalan haber ve yanlış haber olarak ikili kullanımlar bulunmaktadır. “Davada oyuncu Sadie Frost ile Prens Harry’yi temsil eden yaptığı açıklamada sıraladı”. Dış politika haberlerinde ise “Görkemli Osmanlı Vizyonu” gibi anlatım bozukluğu ve anlam kaymalarının olduğu cümleler bulunmaktadır.

Haber Retoriği

Retorik, dili ikna edici kullanma sanatına antik çağda verilen addır (Köse ve Coşkun 2018: 194). Kavut’a göre “retoriğin haber söylemine ilişkin iki özelliği bulunmaktadır. Okuyucuların dünyaya mevcut sahip oldukları modeller ile uyumlu önermeler getirmesi ve bu önermelerinin hatırlanabilirliğini, akılda kalıcılığını sağlayabilmeleridir” (2021: 133).





Ele alınan haberlerde haber retoriği olarak skandal kullanılmıştır. Skandalın dikkat çekici doğası kullanılarak haberlerde kullanılan skandal sözcüğü olayları okurun zihninde skandal çerçevesine oturtması ve mevcut modellerle uyumlu önermeler geliştirmesi sağlanmıştır.

Haber içeriklerinde kullanılan retorik unsurlar: tanımlama, metafor (benzetme) kullanımı, metonimi (mecaz-ı mürsel) kullanımı, lakap, sürü mantığı yaratma, örtmece (euphemism), korku çekiciliği, dramatizasyon, paralellik kurma, kanıtsallık vb. olarak sıralanabilir (Köse ve Coşkun 2018: 195).

Haberlerin hepsinde gerek başlıklarda gerekse içeriklerde skandalın metafor (benzetme) olarak kullanımına rastlanılmaktadır. Dış politika haberlerinde “skandal açıklamalar, skandal sözler, skandal suçlama”, “skandal şartlar”, magazin haberinde “büyük bir skandal”, sağlık haberlerinde ise “hastanede skandal”, çevre haberinde “skandal görüntü”, üçüncü sayfa haberinde “skandal iddia”, spor haberinde ise, “skandal kavga” metaforu kullanılmıştır. Ayrıca spor haberinde kavga eden sporcular için yer verilen “iki yıldız” ifadesinin metonimik olarak kullanıldığı görülmektedir.

Haberlerde dramatizasyon da retoriği güçlendirmek için sıkça kullanılmıştır. Haberde dramatizasyon olayların daha dramatik yansıtılmasını içermektedir. Dramatizasyon skandal haberlerinde başvurulan bir tekniktir. Spor haberinde yer verilen kavga haberi, “Yumruklar konuştu, kavga damga vurdu”, “Acımasız bir yumruk”, “takım arkadaşları ve antrenörler araya girerek güçlükle ayırdı” gibi kullanımlarla dramatize edilmiştir. Bu dramatizasyon skandal başlığını destekleyen bir unsurdur. Üçüncü sayfa haberi “kapıyı kırarak eve giren ekipler”, “kanlar içinde buldu”, “hayatına son verdiği” gibi dramatizasyon öğeleri kullanılmıştır. “Ekipler” ile de tanımlama yapılarak emniyet güçleri ifade edilmiştir. Sağlık haberlerinde ise sürü mantığı yaratma kullanılmıştır. “Şikâyet yağmış”, “onlarca şikâyet”, “sosyal medyada skandal görüntüler büyük tepki toplarken”, “infial yarattı” gibi kullanımlar olayların skandal olarak algılanmasını kolaylaştırmak niteliğindedir. Magazin haberinde ise, haberin içinde yer alan “hukuk firmasının temsilcisi” örtmece (euphemism)’dir. Avukat yerine kullanılmıştır. Aynı haberde paralellik kurma (metinlerarasılık) da kullanılmıştır. News of the World skandalıyla paralellik kurup olayın skandal olarak algılanılmasına çalışılmıştır. “Yasadışı dinleme skandalları”, “bu skandallarla hafızalara kazınan gazete”, “bir skandala damga vurup kapanan News of the World gazetesi” gibi anlatılarla metinlerarasılık vurgulanarak olaylar arasında skandal açısından paralellik kurulmuştur.

Sonuç ve Değerlendirme

Ana akım gazetelerden olan Hürriyet Gazetesinin web sitesindeki skandal sözcüğü içeren haberler 01.10.2022-07.10.2022 tarihleri arasında incelenmiştir. Bu tarihler arasında on skandal sözcüğü içeren habere ulaşılmıştır. Haberlerin, haber başlıkları incelendiğinde on haberden dokuzunun skandal sözcüğünü içerdiği görülmektedir. Yedi günlük süre içinde on





Skandal Söylemi ve Yeni Medya: Eleştirel Söylem Analiziyle Hürriyet Haber Sitesi Örneği

tane skandal unsuru içeren haber üretilmesi de yeni medyanın sansasyonel yanını ön plana çıkartmaktadır. Bu kısa süre içinde yansıtılan haberlerin gerçek anlamda bir skandal boyutunda olmadığı, onun yerine skandal söylemi kullanılarak dikkat çekici olmalarının sağlandığı görülmüştür. İncelenen haberlerde 5N1K sorusunun içinde yer alan neden sorusunun cevabı yoktur. Dolayısıyla bunların enformasyon yoğun ve magazinsel içeriği baskın haberler olduğu söylenebilir.

Haber başlıklarından başlayarak skandal kavramının kullanımı dikkat çekmeye yönelik stratejilerin söz konusu olmasıyla açıklanabilir. Okurun sunulan haberi skandal olarak algılaması gerektiğini belirten skandal söylemi başlıktan itibaren kendini göstermektedir. Haberlerde video ve hashtag kullanılarak haberlerin sosyal mecralarda da yayılması sağlanarak tıklanması ve dolaşıma girmesi sağlanmaya çalışılmıştır. Skandal olarak sunulan haberlerin sosyal mecralarda da ilgi çekmesi sosyal medya platformlarında paylaşılması kâr getiricilik açısından önemli hale gelmiştir.

Bir skandalın hız kazanması için birilerinin bu skandal çağrısına cevap vermesi gereklidir (Hammarlin 2019: 13). İncelenen haberler skandalı ön plana çıkartmasına rağmen bu olayların skandala dönüşmediği de bulgular arasındadır. Medyanın dikkat çekmek amacıyla kavramı çok fazla kullanması sonucunda kavram aşınmaya uğramaktadır ve bir olayın skandal olup olmadığına medya karar verip kamuoyunu yönlendirmeye çalışmaktadır.

Yeni medya mecraları, haber söylemini de hızlandırmaktadır. Haberin hızlı dolaşımıyla, dikkat çekici ve skandalı ön plana çıkartan içeriklerle haberlerdeki tık sayısı artırılmaya çalışılmakta ya da skandal kavramı tık yemi olarak kullanılmaktadır. İncelenen bütün haberlerde bu taktiğe başvurulmuştur. Habercilikte haber söylemi olarak daha sansasyonel içeriklerin kullanılması, özellikle ciddi haberler olarak bilinen siyaset gibi alanlarda olayların skandal örüntüsü içinde sunulması ve enformasyon yoğun haberler oluşturulması neden-sonuç ilişkisinin de kurulmasını engellemektedir.

Halkın norm ihlallerine tepkisini yönelttiği olaylar olan skandallarda, skandal kavramının içi boşaltılmış olduğundan ve toplumlar skandal olgusuna karşı duyarsızlaştırılmıştır. Bir kavram ne kadar çok kullanılırsa içi boşalır, anlamsızlaşmaktadır. Her olay skandal olamaz ve skandal olarak nitelenemez de. Gazeteciler sürekli skandala vurgu yaptıkça kavram dikkat çekici özelliğini yitirmiş ve böylece kanıksamaya yol açmıştır. Özellikle skandal görüntü skandal kavga vs. gibi kullanımlarda yeni kullanımlar sözcüğü nitelenemekte ve yeni anlamlar kazandırmamaktadır.

Yeni medyada sansasyonel haberler dijital teknolojilerle daha fazla yayılmakta ve okurlar skandal gibi nitelenmelerle manipüle edilerek ilgileri canlı tutulmaya çalışılmaktadır. Yeni medyanın haberlerdeki yeni tutumu budur. Haberlerin tahrifatı, abartılması, skandalın ön plana çıkartılması habercilikteki yeni yaklaşımı oluşturmaktadır.





Skandal unsuru, ilgi çekici bir unsur olarak kullanılmaktadır. Başlıklarda skandal kavramı kullanıldığında, okur haberi okuduğunda zihni skandalla meşgul olacak ve haberin devamını merak ederek haberi tıklayacaktır. Bu nedenle skandal artık bir olayı nitelendirmektedir. Sosyal sorunlarla ilgili halkın tepkisini yansıtmaya aracı olmaktan çıkmış, skandal kendini tekrar eden bir söylem haline gelmiştir.

Kaynakça

- Allern, Sigurd, Ester Pollack. 2012. "Mediated Scandals". S. Allern ve E. Pollack (Ed.), *Scandalous! The Mediated Construction of Political Scandals in Four Nordic Countries*, (pp. 9-29) içinde. Göteborg: Nordicom.
- Barkemeyer, Ralf, Christophe Faugère, Oliver Gergaud ve Lutz Preuss. 2020. "Media Attention to Large-Scale Corporate Scandals: Hype and Boredom in the Age of Social Media". *Journal of Business Research* 109: 385-389.
- Bossetta, Michael. 2020. "Scandalous Design: How Social Media Platforms' Responses to Scandal Impacts Campaigns and Elections". *Social Media and Society*, 6 (2): 1-4.
- Bulla, W. David, David B. Sachsman. 2017. "Introduction". B. D. Sachsman, W. D. Bulla (Ed), *Sensationalism – Murder, Mayhem, Mudslinging, Scandals and Disasters in 19th century Reporting*, (pp. xvii-xxxiv) içinde. Newyork: Routledge.
- Coşkun, Aziz, Hüseyin Köse. 2018. "Hürriyet.com.tr'de Kadın Cinayetleri Haberlerinin Retorik Haber Çözümleme Yöntemi açısından İncelenişi" *Al-Farabi Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 2 (4): 191-222.
- DeJong, Sandra M. 2014. *Blogs and Tweets, Texting and Friending Social Media and Online Professionalism in Health Care*, Londra: Academic Press.
- Ekström, Mats, Bengt Johansson. 2008. "Talk scandals" *Media, Culture & Society*, 30 (1): 61-79.
- Gillespie, Tarleton. 2010. "The Politics of Platforms". *New Media and Society*, 12 (3): 347-364.
- Gür Omay, Esma Gültüvin. 2021. "Covid-19 ve Sahte Haberler Ekonomisi: Türkiye Verileri ve Etkileri". T. Münyas (Ed.), *Verilerle Pandemi Sürecinde Türkiye* (ss. 545-567) içinde. Ankara: Tesam Kitaplığı- Nobel Akademik Yayıncılık.
- Hammarlin, Mia Marie. 2019. "Media Scandals, Rumour and Gossip: A Study with an Ear Close to the Ground" *Journal of Cultural Studies*, 24 (1): 90-106.
- Helmond, Anne. 2015. "The Platformization of the Web: Making Web Data Platform Ready" *Social Media + Society*, (July- December): 1-11.
- Jones, Steve. 2015. "How I Learned to Stop Worrying and Love the Bots". *Social Media + Society*, (April- June): 1-2.
- Karaduman, Murad, Betül Akbulutgiller. 2018. "İnternet Gazeteciliği ve Haber Söylemi: Reina Saldırısı Haberlerinin Çözümlemesi", *Erciyes İletişim Dergisi*, 5 (3): 12-26.
- Kavut, Sevgi. 2021. "Eleştirel Söylem Analizi Bağlamında Haber Sitelerinde Dijital Kimlik Başlıklı Haberlerin Analizi". *Uluslararası Kültürel ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7 (1): 127- 138.
- Lupton, Deborah. 1992. "Discourse analysis: A New Methodology for Understanding the Ideologies of Health and Illness". *Australian Journal of Public Health*, 16 (2): 145-150.





Skandal Söylemi ve Yeni Medya: Eleştirel Söylem Analiziyle Hürriyet Haber Sitesi Örneği

- Mandell, Hinda, Gina Massulo-Chen. 2016. "Introduction: Scandal in an Age of Likes, Selfies, Retweets, and Sexts". M. Hinda, G. Massulo-Chen (Ed.), *Scandal in a Digital Age* (pp.3-14) içinde. New York: Palgrave Mc Millan.
- Midtbø Tor. 2012. "Do Mediated Political Scandals Affect Party Popularity in Norway?". S. Allern, E. Pollack (Ed). *Scandalous! The Mediated Construction of Political Scandals in Four Nordic Countries*, (pp.151-162) içinde. Göteborg: Nordicom.
- Özer, Ömer. 2021. "Eleştirel Söylem Çözümlemesi Sosyal Medya için Çok Modlu Olmak Zorunda Mı?". H. Hülür, C. Yaşın (Ed.). *Yeni Medya, Toplum ve İletişim Biliminin Dönüşümü* (ss. 209-229) içinde. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Sözen, Edibe. 1999. "Söylem: Belirsizlik, Mübadele, Bilgi/Güç ve Refleksivite". İstanbul: Paradigma.
- Thompson, Derek. 2017. "Hit Makers: Dikkat Dağılımı Çağında Popülerlik Bilimi". T. Ölçüm (Çev.). İstanbul: The Kitap Yayınları.
- Tumber, Howard, Silvio Waisbord. 2019. "Media and Scandal", Tumber, Howard, Waisbord, Silvio (Ed), *The Routledge Companion to Media and Scandal*. (pp. 10-21) içinde. Oxford: Routledge.
- Utma Seçil. 2018. "Dijital Çağda Medyanın Psikolojik Gücü: Algı Yönetimi Perspektifinden Kuramsal Bir Değerlendirme", *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi (Özel Sayı)*: 2903-2913.
- Van Dijk Jose, Thomas Poell, Martin de Waal. 2018. "The Platform Society, Public Values in a Connective World". NewYork: Oxford University Press.
- Van Dijk, Teun Adrian. 1996. "Discourse, Power and Access". C. R. Caldas-Coulthard, M. Coulthard (Ed.). *Texts and Practices-Readings in Critical Discourse Analysis*, (pp. 84-106) içinde. Londra- New York: Routledge
- Van Dijk, Teun Adrian. 2009. "News as Discourse". Newyork- Londra: Routledge.
- Van Dijk, Teun Adrian. 2015a. "Context". K. Tracy (Ed.). *The International Encyclopedia of Language and Social Interaction*, (pp.1-11) içinde. Barcelona: JohnWiley & Sons.
- Van Dijk, Teun Adrian. 2015b. "Critical Discourse Analysis", D. Tannen, H. Hamilton, D. Schiffrin (Ed.). *The Handbook of Critical Discourse Analysis*, (pp. 466-486) içinde. West Sussex: Wiley Blackwell.
- Van Leeuwen, Theo. 2015. "Multimodality" D. Tannen, H. Hamilton, D. Schiffrin (Ed.). *The Handbook of Critical Discourse Analysis*, (pp. 466-486) içinde. West Sussex: Wiley Blackwell.
- Vosoughi, Souroush, Deb Roy, Sinan Aral. 2018. "The Spread of True and False News Online". *Science*, 359 (6380): 1146-1151.

Çevrimiçi Kaynaklar

- "Hürriyet". Çevrimiçi: <https://www.similarweb.com/tr/website/hurriyet.com.tr/#overview>, Erişim Tarihi: 08.10.2022.
- "Skandal". Türk Dil Kurumu, Çevrimiçi: <https://sozluk.gov.tr>, Erişim Tarihi: 20.10.2022.
- Taylor, Elise. 2020, Aralık 25. "Bridgerton: The Real-Life Lady Whistledowns of Regency-Era England". Çevrimiçi: <https://www.vogue.com/article/bridgerton-the-real-life-lady-whistledowns-of-regency-era-england>, Erişim tarihi: 10.10.2022.

Haber Linkleri





- (02 Ekim 2022). "Miçotakis İngiliz Basınına Konuştu Türkiye'yi Şikâyet Etti. Skandal Suçlama", Çevrimiçi: <https://www.hurriyet.com.tr/dunya/micotakis-ingiliz-basinina-konustu-turkiyeyi-sikayet-etti-skandal-suclama-42146768>, Erişim Tarihi: 08.10.2022.
- (03 Ekim 2022). Kırbaki, Yorgo. 2022. "Kongre'den F-16'lar İçin Yeni Skandal Şartlar". Çevrimiçi: <https://www.hurriyet.com.tr/dunya/kongreden-f-16lar-icin-yeni-skandal-sartlar-42147046>, Erişim Tarihi: 08.10.2022.
- (03 Ekim 2022). "Yunan Bakan Bir kez daha Türkiye'yi Hedef Aldı- Skandal Sözler". Çevrimiçi: <https://www.hurriyet.com.tr/video/yunan-bakan-bir-kez-daha-turkiyeyi-hedef-aldi-skandal-sozler-42147288>, Erişim Tarihi: 08.10.2022.
- (06 Ekim 2022). Özel, Buse, Aziz Özen. 2022. "Ataşehirde Hastanede Skandal... Bu Bakış Peşinizi Bırakmaz". Çevrimiçi: <https://www.hurriyet.com.tr/gundem/bu-bakis-pesinizi-birakmaz-42148813>, Erişim tarihi: 08.10.2022.
- (06 Ekim 2022). Evren, Derya. 2022. "Mizansenmiş! İfadesi Ortaya Çıktı...Ataşehir'deki Skandal için Bunları Söyledi ama Kurtulamadı". Çevrimiçi: <https://www.hurriyet.com.tr/gundem/son-dakika-atasehirde-hastanedeki-skandalda-yeni-detay-gizlice-ele-gecirip-santaj-yapmis-iste-ilk-ifadeleri-42149173>, Erişim Tarihi: 08.10.2022.
- (06 Ekim 2022). Leylak, Ali. 2022. "Tarihi Gümrük Handa Skandal Görüntü: Bulaşık Suyu Dökmüşler". Çevrimiçi: <https://www.hurriyet.com.tr/gundem/tarihi-gumruk-haninda-skandal-goruntu-bulasik-suyu-dokmusler-42148977>, Erişim Tarihi: 08.10.2022.
- (06 Ekim 2022). DHA. 2022. "Skandal İddia: Eşimin Cenazesini Kaçırıldılar". Çevrimiçi: <https://www.hurriyet.com.tr/gundem/skandal-iddia-esimin-cenazesini-kacirdilar-42148793>, Erişim Tarihi: 08.10.2022.
- (07 Ekim 2022). "Son Şampiyon Golden State Warriors'ta Skandal Kavga Yumruklar Konuştu". Çevrimiçi: <https://www.hurriyet.com.tr/sporarena/son-sampiyon-golden-state-warriorsta-skandal-kavga-yumruklar-konustu-42149916>, Erişim Tarihi: 08.10.2022.
- (07 Ekim 2022). Kara, Tayfur, Mehmet Can Peçe. 2022. "Son dakika...Ataşehir'de Hastanede Skandalda Yeni Gelişme! 4 Kişi Tutuklandı". Çevrimiçi: <https://www.hurriyet.com.tr/gundem/hastanin-yuzune-para-atmisti-ilac-icirmek-icin-oynadigimiz-oyundu-dedi-42149666>, Erişim Tarihi: 08.10.2022.
- (07 Ekim 2022). "Telefonlarımızı Dinleyip Banka Hesaplarımızı Ele Geçirdiler". Çevrimiçi: <https://www.hurriyet.com.tr/kelebek/magazin/prens-harry-elton-john-elizabeth-hurley-ingiliz-daily-mail-gazetesine-dava-aciyor-42149835>, Erişim Tarihi: 08.10.2022.

