

**T.C.
SAKARYA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
ÇEVİRİBİLİM ANABİLİM DALI**

**SOSYAL MEDYA VE ÇEVİRİ: SOSYAL MEDYADAKİ
AKTİVİSTLERİN ÇEVİRİYİ KULLANMA BİÇİMLERİ**

Sedanur BAYRAKTAR

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Tez Danışmanı: Dr. Öğr. Üyesi Muhammed Zahit CAN

HAZİRAN - 2022

**T.C.
SAKARYA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**

**SOSYAL MEDYA VE ÇEVİRİ: SOSYAL MEDYADAKİ
AKTİVİSTLERİN ÇEVİRİYİ KULLANMA BİÇİMLERİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Sedanur BAYRAKTAR

Enstitü Anabilim Dalı: Çeviribilim

“Bu tez 06/06/2022 tarihinde olarak savunulmuş olup aşağıdaki isimleri bulunan jüri üyeleri tarafından Oybirliği ile kabul edilmiştir.”

JÜRİ ÜYESİ	KANAATI
Prof. Dr. Hüseyin ERSOY	Başarılı
Dr. Öğr. Üyesi Muhammed Zahit CAN	Başarılı
Dr. Öğr. Üyesi Fatıma GİMATDİNOVA	Başarılı

ETİK BEYAN METNİ

Enstitünüz tarafından Uygulama Esasları çerçevesinde alınan Benzerlik Raporuna göre yukarıda bilgileri verilen tez çalışmasının benzerlik oranının herhangi bir intihal içermediğini; aksinin tespit edileceği muhtemel durumda doğabilecek her türlü hukuki sorumluluğu kabul ettiğimi ve Etik Kurul Onayı gerektiği takdirde onay belgesini aldığımı beyan ederim.

Etik kurul onay belgesine ihtiyaç var mıdır?

Evet ☐

Hayır ☒

(Etik Kurul izni gerektiren araştırmalar aşağıdaki gibidir:

- Anket, mülakat, odak grup çalışması, gözlem, deney, görüşme teknikleri kullanılarak katılımcılardan veri toplanmasını gerektiren nitel ya da nicel yaklaşımlarla yürütülen her türlü araştırmalar,
- İnsan ve hayvanların (materyal/veriler dahil) deneysel ya da diğer bilimsel amaçlarla kullanılması,
- İnsanlar üzerinde yapılan klinik araştırmalar,
- Hayvanlar üzerinde yapılan araştırmalar,
- Kişisel verilerin korunması kanunu gereğince retrospektif çalışmalar.)

Sedanur BAYRAKTAR

06/06/2022

ÖNSÖZ

Bu tezin yazılma aşamasında, destekleriyle çalışmalarına ışık tutan değerli danışmanım Dr. Öğr. Üyesi Muhammed Zahit CAN'a katkı ve emekleri için minnet ve saygılarımı sunarım. Akademik eğitimim süresince yollarımızın kesiştiği saygıdeğer Dr. Öğr. Üyesi Yasemin TAŞDEMİR'e ve saygıdeğer Dr. Oğuzhan ORHAN'a beni yüreklendirerek, desteklerini esirgemedikleri için teşekkürü bir borç bilirim. Yaşamım boyunca yanımda yer alarak, bana gönülden destek olan saygıdeğer anne ve babama da şükranlarımı arz ederim.

Sedanur BAYRAKTAR

06/06/2022

İÇİNDEKİLER

KISALTMALAR	iii
TABLO LİSTESİ	iv
RESİM LİSTESİ	v
ÖZET	vi
ABSTRACT	vii
GİRİŞ	1
BÖLÜM I: MEDYANIN TARİHSEL GELİŞİMİNE KISA BİR GENEL BAKIŞ .	4
1.1. Medya Kavramının Tanımı	4
1.1.1. Medyanın Tarihten Günümüze Gelişimi.....	6
1.1.1.1. 19. Yüzyılda Yazılı Basın	8
1.1.1.2. 20. Yüzyılda Radyo ve TV	10
1.1.2. Medya İşletmeleri.....	14
1.1.3. Devlet Medyası	17
1.1.4. Özerk Medya	20
1.1.5. Bireysel Medya	22
1.2. Medya Organlarının Teknik Açından İncelenmesi	23
1.2.1. Gazete.....	24
1.2.2. Televizyon.....	26
1.2.3. İnternet	27
1.2.3.1. Sosyal Medya.....	29
BÖLÜM II: ÇEVİRİ VE ÇEVİRİNİN KİTLE İLETİŞİM ARAÇLARINDAKİ	
KULLANIMI	31
2.1. Çevirinin Kısa Tanımı	31
2.2. Çevirinin Medyadaki Uygulama Biçimleri	32
2.2.1. Yazılı Medyada Uygulama Biçimi.....	34
2.2.2. Görsel İşitsel Medyada Uygulama Biçimi	35
2.2.3. İnternet Medyasında Uygulama Biçimi	36
2.2.3.1. Sosyal Medyada Uygulama Biçimi	39
2.3. Çeviri Kuramları Işığında Çevirinin Medya Aygıtlarında Kullanımına Genel Bir	
Bakış.....	48

BÖLÜM III: SOSYAL MEDYA EYLEYENLERİ OLARAK AKTİVİSTLER ...	53
3.1. Aktivizm Kavramının Kısa Tanımı	53
3.2. Dijital Aktivizmin Kavram ve Yapısı.....	54
3.2.1. Dijital Aktivizmin Çeşitleri.....	55
3.2.2. Dijital Aktivizm Stratejileri.....	58
3.3. Dijital Aktivizm Eyleyenlerinin ve Özelliklerinin Sınıflandırılması	59
3.4. Sosyal Medya Eyleyenleri Olarak Aktivistlerin Çeviriyle Etkileşimi.....	63
BÖLÜM IV: SOSYAL MEDYA AKTİVİSTLERİNİN ÇEVİRİYİ KULLANMA	
BİÇİMLERİ	66
4.1. Sosyal Medyadaki Aktivistler ve Çalışma Alanları	66
4.1.1. Can Dünder	67
4.1.2. Cem Özdemir	68
4.1.3. Fatih Zingal	68
4.2. Örneklemin Tanıtılması.....	69
4.3. Örneklemin Resimlerle Gösterilmesi ve Betimlenmesi	70
4.3.1. Facebook Örneklemi	70
4.3.2. YouTube Örneklemi.....	74
4.3.3. Instagram Örneklemi.....	78
4.3.4. Twitter Örneklemi	84
4.4. Bulguların Çeviribilimsel Kuramlar Işığında Değerlendirilmesi	84
SONUÇ	94
KAYNAKÇA.....	97
EKLER	109
ÖZGEÇMİŞ	112

KISALTMALAR

Akt.	: Aktaran
ARD	: Almanya Radyo ve Televizyon Kurumları Kamusal İşbirliği Örgütü
Bkz.	: Bakınız
CERN	: Conseil Européen pour la Recherche Nucléaire (Avrupa Nükleer Araştırma Merkezi)
DW	: Deutsche Welle (Alman Medya kuruluşu)
HMI	: Human-Machine Interface (İnsan-Makine Arayüzü)
MEB	: Milli Eğitim Bakanlığı
rbb	: Rundfunk Berlin-Brandenburg (Tr. Berlin ve Brandenburg eyaletlerinin devlet yayın kuruluşu)
Vb.	: ve benzeri
Vd.	: ve diğerleri
WDR	: Westdeutscher Rundfunk (Tr. Alman kamu yayın kuruluşu)
WWW	: World Wide Web (Dünya Çapında Ağ)

TABLO LİSTESİ

Tablo 1: Medya Sistemleri Türlerinin Karşılaştırılması.....	19
Tablo 2: Twitter'daki İletişimde Konvansiyon ve Kavramlar.....	46
Tablo 3: Dijital Aktivizmin Çeşitleri.....	56
Tablo 4: Temel Sosyal Aktivist Türleri.....	60
Tablo 5: Bireylerin, Organizasyonların ve Kolektiflerin İdeal-Tipik Özellikleri.....	62
Tablo 6: Can Dündar'a Ait Sosyal Medya Platformlarının İstatistiği – Mayıs/2022	68
Tablo 7: Cem Özdemir'e Ait Sosyal Medya Platformlarının İstatistiği – Mayıs/2022.	68
Tablo 8: Fatih Zingal'e Ait Sosyal Medya Platformlarının İstatistiği – Mayıs/2022....	69



RESİM LİSTESİ

Resim 1: Fatih Zingal’ın Halle Neustadt’taki Camiye Yapılan Saldırıya İlişkin Paylaşımı.....	71
Resim 2: Fatih Zingal’ın Halle Neustadt’taki Camiye Yapılan Saldırıya İlişkin Paylaşımı.....	72
Resim 3: Fatih Zingal’ın Eren Bülbül Hakkındaki Paylaşımı	73
Resim 4: Fatih Zingal’ın Eren Bülbül Hakkındaki Paylaşımı	74
Resim 5: Can Dünder’in “Ben nerede yazıyorsam, Türkiye oradadır” Başlıklı Paylaşımı	75
Resim 6: Can Dünder’in “Ben nerede yazıyorsam, Türkiye oradadır” Başlıklı Paylaşımı	76
Resim 7: Can Dünder’in “Yeni Belgeselimiz Dünya Sahsenine Çıkıyor: Hakikat Bekçileri” Başlıklı Paylaşımı	77
Resim 8: Can Dünder’in “Yeni Belgeselimiz Dünya Sahsenine Çıkıyor: Hakikat Bekçileri” Başlıklı Paylaşımı	78
Resim 9: Cem Özdemir’in Kurban Bayramı’na İlişkin Paylaşımı	79
Resim 10: Cem Özdemir’in aşî farkındalığına İlişkin Paylaşımı	80
Resim 11: Can Dünder’in Sürgün Temalı Yazı Dizinine İlişkin Paylaşımı	81
Resim 12: Can Dünder’in Sürgün Temalı Yazı Dizinine İlişkin Paylaşımı	82
Resim 13: Fatih Zingal’ın Solingen’i Unutmadık Ve Unutturmayacağız Başlıklı Paylaşımı.....	83
Resim 14: Fatih Zingal’ın Solingen’i Unutmadık Ve Unutturmayacağız Başlıklı Paylaşımı.....	84
Resim 15: Cem Özdemir’in Iserlohn’daki Mezarların Tahrip Edilmesine İlişkin Paylaşımı.....	85
Resim 16: Alman Bakan Cem Özdemir’in Bisiklet Sürmesine İlişkin Retweetleri	86
Resim 17: Alman Bakan Cem Özdemir’in Bisiklet Sürmesine İlişkin Retweetleri	86
Resim 18: Fatih Zingal’ın Srebrenitsa Temalı Paylaşımı	87
Resim 19: Can Dünder’in #Teşkilat Dizisi Konulu Paylaşımı	88
Resim 20: Can Dünder’in Hakikat Bekçileri Temalı Tweet ve Retweeti.....	89
Resim 21: Can Dünder’in Hakikat Bekçileri Temalı Tweet ve Retweeti.....	90
Resim 22: Can Dünder’in Osman Kavala Hakkındaki Paylaşımı	91

ÖZET	
Başlık: Sosyal Medya ve Çeviri: Sosyal Medyadaki Aktivistlerin Çeviriyi Kullanma Biçimleri	
Yazar: Sedanur BAYRAKTAR	
Danışman: Dr. Öğr. Üyesi Muhammed Zahit CAN	
Kabul Tarihi: 06/06/2022	Sayfa Sayısı: vii(önkısım)+108(tez)+3(ek)
Medya yakınsama süreçlerinin çevrimiçi algoritmalarla geniş ağ bandında dönüşüme uğramasıyla, içeriklerin siber ortamda işleme ve paylaşımında toplulukların bilgi arama ve edinme konusundaki dinamik arayışları, eylemsel etkileşimlerinde artışın gözlemlenmesiyle paralellik göstermiştir. Web 2.0 tabanlı şekillenen teknolojik alışkanlıklar, küresel iletişim ağında endüstriyel rekabet kapsamında temsili düzenleyici mekanizmalara odaklanılmasını gerekli kılarak, sınırların ortadan kaldırıldığı yeni medya örüntülerinde çevirinin diller ve kültürlerarası etkileşiminde yeniden konumlandırılmasına imkan sunmuştur. Bu çalışma medyanın tarihten günümüze kadar ki serüveninde değişen dünya içerisindeki arzları ölçüsünde aldığı şekilleri gözlemleyerek, çevirinin dijital iletişim protokolleri olan Facebook, YouTube, Instagram ve Twitter ağları üzerindeki çeviri formları kapsamında aktivistlerin çeviri eyleyenleri olarak gerçek ve tüzel kişilikleri altında ortam araçlarıyla gerçekleştirdikleri paylaşımlara odaklanmaktadır. Bağımsız hareketlerin inşasında sosyal medya araçlarının dönüşümü destekleyici dizgeleri beslemesi, çevrimiçi yapılanmalarda kitleler arası mobilizasyon süreçlerinde eşgüdümü sağlayarak, etkileşimi meşrulaştırmaktadır. Bu durum, toplumsal olayların önem ve etkilerinin değerlendirilerek ferdi yorumlarla farkındalık oluşumuna imkan sunulduğu mecralar olan sosyal medyada, paylaşımlarıyla kitleleri bir araya getirerek, kolektif bir bilincin inşasını stratejik olarak hazırlayan aktivistlerin, geleneksel medyanın aksine katılımcı bir ağ vasıtasıyla etkileşime geçtikleri insan topluluklarının dönüşüm süreçlerine etki edebilmektedir. Dijital aktivistlerin birincil eylem aracı olan dilin, sözcelerin oluşturulmasıyla kitlelerarası karşılıklı etkileşime geçerek, bir süreç düzenleyici eyleyeni olması, biçemlerin yapılandırılmasında ve dönüştürülmesinde çeviri vasıtasıyla formel bir etki yaratmaları söz konusudur. Siber örüntülerin dilsel öğelerle doğrudan ilintilendirilmesi, çevirinin pratikte çok yönlü uygulanabilirliği sayesinde aktivistlerin eylem alanlarını genişletmesi, temel bulguların çeviri eyleyenleri ve faaliyetlerinin betimleyici bir yaklaşımla ele alınmasını gerektirmiştir.	
Anahtar Kelimeler: Sosyal Medya ve Çeviri, Dijital Aktivizm, Kitle-İletişimi	

ABSTRACT	
Title of Thesis: Social Media and Translation: The Ways Social Media Activists Use Translation	
Author of Thesis: Sedanur BAYRAKTAR	
Supervisor: Assist. Prof. Muhammed Zahit CAN	
Accepted Date: 06/06/2022	Number of Pages: vii (pretext)+ 108 (mainbody)+ 3 (app.)
With the transformation of media convergence processes in the broad network band with online algorithms, the dynamic search of communities for information seeking and obtaining in the processing and sharing of content in the cyber environment has paralleled the observation of an increase in their operational interactions. Technological habits shaped based on Web 2.0 necessitated focusing on representative regulatory mechanisms within the scope of industrial competition in the global communication network, allowing translation to be repositioned in the interaction of languages and cultures in new media patterns where borders are removed. This study focuses on the shares that the activists, as translation actors, through the media tools under their real and legal personalities within the scope of translation forms on the digital communication protocols of translation, such as Facebook, YouTube, Instagram and Twitter, by observing the forms that the media has taken in its adventure from history to the present in the changing world. In the construction of independent movements, the social media tools nurture the systems that support the transformation, legitimizing the interaction by providing coordination in the mobilization processes between the masses in online structures. This situation can affect the transformation processes of human communities, where activists, who strategically prepare the construction of a collective consciousness by bringing together the masses with their posts, interact through a participatory network, unlike traditional media, in social media, where the importance and effects of social events are evaluated and awareness is created through individual comments. Language, which is the primary tool of action of digital activists, interacts with the masses with the formation of utterances, becomes a process organizer, and creates a formal effect in the structuring and transformation of styles through translation. Linking cyber patterns directly with linguistic elements, widening the fields of action of activists thanks to the versatile applicability of translation in practice, required the main findings to be discussed with a descriptive approach to translation actors and activities.	
Keywords: Social Media and Translation, Digital Activism, Mass-Communication	

GİRİŞ

Teknoloji merkezli iletişim dünyasında Web 2.0'ın etkisinde şekillenen sosyal medya, ortama ait çok yönlü etkileşim dizgeleriyle, zamansal uzamda iletişimin sınırlarını yeni konfigürasyon bağlantıları kapsamında dönüştürerek, genişletilmiş katılım sağlayan üreten tüketicilerle ortak örüntülerin beslenmesinde, yeni kodlarla küresel iletişimde enformasyonun dolaşımına kaynak sunmuştur.

Sınırların aşılması ve içeriklere ulaşılma noktasında dijital formların kolaylıklar sağlaması, bilgi iletişim teknolojilerinde yeni yaklaşım olan sosyal medya ağı aracılığıyla, zamansal ve mekansal mesafe ortadan kaldırılarak, bireylerin ortak ilgileri ve amaçları etrafında bir araya gelmeleri kolaylaştırılmıştır. Geniş ağ bantları aracılığıyla bir siber ağın kurulması, ulus ötesi toplumların sosyal etkileşimini de olanaklı kılmıştır. Bu husus kitlelerin faktörel değişkenlerle etkileşime geçmelerini ve ortam uygulamaları vasıtasıyla yeni katılım örüntülerine dijital bir kimlikle katılımlarını olanaklı hale getirmiştir.

Yeni medya örüntülerinde çevirinin diller ve kültürlerarası etkileşiminde yeniden konumlandırılmasına imkan sunan sosyal medyadaki işlevsel eylemlerin uygulama alanları, kaynakları ve kitleleri destekleyerek, medya içeriklerinin oluşturulması, yayınlanması, yorumlanması, açıklanması, paylaşılması, katılım ve takibin sağlanması ve bir ağ üzerinde iletiminin sürekliliğinde çeviriyi merkezi bir konuma taşınmıştır.

Toplumsal olaylara stratejik bir iletişim biçimiyle dikkat çeken, gündeme getiren, tartışmaya açan aktivistlerin de bağımsız söz sahibi olduğu bir varlık alanı konumunda olan medya örüntüleri, gündeme taşınan konularda, öz söylemlerinin temsilini çeviri yoluyla sağlayamaları, biçemlerin yapılandırılmasında ve dönüştürülmesinde çeviri vasıtasıyla formel bir etki yaratmaları söz konusudur.

Çalışmanın Konusu

Bu çalışma dördüncü güç medya özelinde siber ağ üzerinden kitlelere erişim sağlayarak eylemsel gündem oluşturan aktivistlerin amaç odaklı dönüşüm/değişim ortamı kurmaları üzerinde temellendirilerek, çeviriyi kullanma olguları ve teknikleri üzerinde durulacaktır. Medyanın tarihten günümüze kadar ki serüveninde değişen dünya içerisindeki arzlar ölçüsünde aldığı şekiller gözlemlenerek, çevirinin dijital iletişim

protokolleri olan Facebook, YouTube, Instagram ve Twitter ağıları üzerindeki çeviri formları kapsamında aktivistlerin çeviri eyleyenleri olarak gerçek ve tüzel kişilikleri altında ortam araçlarıyla gerçekleştirdikleri paylaşımlara odaklanılacaktır.

Çalışmanın Önemi

Günümüz iletişim dünyasında sosyal medyanın toplumların reel yaşamlarıyla paralel etkide bulunma gerçeği, sanal ağ üzerinden aktivistler tarafından gerçekleştirilen bilumum eylemsel girişimlerin de sosyal yaşama sirayet ederek, toplum üzerinde hegomanik bir güç unsuru olmasını tetiklemektedir. Bu bağlamda tutarlı gündemlerle uzun vadeli sürdürülebilir toplumsal hareketler inşa etme çabası olan aktivistlerin, dijital ağ aracılığıyla farklı müzakere şekilleriyle kitlelerin web tabanlı performanslar üzerinden dönüşümünü beslemeleri kaçınılmaz bir toplumsal olgudur.

Siber örüntülerin dilsel öğelerle doğrudan ilintilendirilmesi, çevirinin pratikte çok yönlü uygulanabilirliği sayesinde aktivistlerin eylem alanlarını genişletmesi, temel bulguların çeviri eyleyenleri ve faaliyetlerinin betimleyici bir yaklaşımla ele alınmasını gerektirmiştir.

Çalışmanın Amacı

Bu çalışmada sosyal medya aktivistleri tarafından gerçekleştirilen çevirilerin, çeviriyi toplum-, kültür-, amaç-, işlev bağlamında ele alan işlevsel çeviri kuramları kapsamında incelenerek, çalışmanın dördüncü bölümünün değerlendirme kısmında çeviri kuramlarıyla ilişkilendirilmesi hedeflenmektedir. Bu doğrultuda metin üreticisi olan aktivistlerin çeviri eylemlerinin amaç unsurunu nelerin teşkil ettiği ve hangi niyetle çeviri eylemini gerçekleştirdikleri araştırılacaktır.

Çalışmanın Yöntemi

Eylem unsuru olan çeviri metinleri kaleme alan aktivistlerin kimliği, metinlerin -içeriği, -konuları, yayına sunulduğu dönem ve -sosyal ağ çalışmanın görgüllüğünü arttırma adına dizgesel olarak sunulacaktır. Bunun için örneklem olarak Almanya ve Türkiye kökenli aktivistlerin sosyal medya kullanımları, bu kullanım içerisinde özellikle yukarıda bahsi geçen konular çerçevesinde çeviriyi araç olarak kullanmalarına yönelik betimleyici bir araştırma yapılacaktır. Çeviri dahil edilerek paylaşılan bu içeriklerin

ekran alıntılarını yapıp amaç, yöntem, teknikleri incelenecektir. Bu kapsamda çevirinin icra ettiği/edebildiği rol tartışılacaktır. Araştırma odağına alınan kişilerin siyasi görüşlerinden bağımsız olarak, mevcut kimlikleriyle eyleyen olarak dil örüntüleriyle gerçekleştirdikleri faaliyetlerde çeviriyi kullanma olguları ve tekniklerin gözlemlenmesi farklı görüşlerden aktivistlerin tercih edilmesine sebebiyet vermiştir. Aktivistlerin siyasi görüşleri bilimsel çalışmamızın amacı dışındadır. Aynı zamanda bu çalışma sosyal ağda aktivistler tarafından yapılan paylaşımların vurgulanması, altının çizilmesi, yansıtılması gibi bir amaç içermemektedir. Çalışmaya konu olan aktivistlerin tercih edilmesindeki başlıca sebep Almanca ve Türkçe dil çiftini kullanıyor olmaları ve araştırma kapsamına bu aktivistlerin sundukları verilere erişim imkanının mevcut olmasıdır. Bununla birlikte aktivistlerin birbirinden profil, dünya görüşleri ve eylemsel geçmiş bakımından farklı olmalarına özen gösterilerek, sosyal medyada farklı çeviri teknikleri kullanmalarına dair görünüm elde etmeye çalışılmıştır.

BÖLÜM I: MEDYANIN TARİHSEL GELİŞİMİNE KISA BİR GENEL BAKIŞ

Çalışmanın bu bölümünde medyanın tarihten günümüze kadar ki serüveninde değişen dünya içerisindeki arzları ölçüsünde aldığı şekiller gözlemlenerek, süreç bağlamında açıklamalara yer verilmiştir. Medya tanımına açıklık getirilerek, 19. yüzyıl yazılı basın ve 20. yüzyıl radyo ve televizyonları hakkında bilgi verilmiştir. Medya işletmeleri, devlet medyası ve bireysel medya olarak iki ayrı başlık altında incelenerek, farkları kendi sınırları bağlamında ele alınmıştır. Günümüz medya organları arasında yer alan, kitle iletişiminin çekirdeğini oluşturulan gazete, televizyon, internet ve sosyal medya araçlarına tanımlar getirilmiştir.

1.1. Medya Kavramının Tanımı

İnsan yaşantısının merkezinde konumlanarak bilgi alış-verişini sağlamada başat rol üstlenen medya (Lt. Medium) için, değişen dünya sistemleri içerisinde salt bir tanım bulunmamakla birlikte, günlük yaşamda yer edinen çeşitli, güncel kitle iletişim araçları adına kolektif bir terim olarak (Meier, 2018)¹, aracılık hizmeti sunan bir araç (Beck, 2017) tanımı getirilmektedir.

Alman Dili Çevrimiçi Sözlüğü'nde (DWDS²) medya (De. Media) teriminin 18. yüzyılda “aracı, aracılık unsuru” olarak kullanıldığı, sonrasında ise araçların bilgi ve fikir aktarımında bulunan basın, radyo ve televizyon kuruluşlarının gelişen dünyada artış göstermesiyle 20. yüzyılın ikinci yarısında çoğul medya (Tr. kitle iletişim araçları / De. Massenmedien) olarak değişikliğe uğradığı belirtilmektedir (Digitales Wörterbuch der deutschen Sprache, 2021). İngilizce dilinde de “medium” iletişim aracını ifade etmektedir. İlgili kavram Türkiye’de 1990’lı yıllardan itibaren özel radyo ve televizyonların kurulup yayılmasıyla birlikte dilimize de medya olarak geçmiştir. Böylece daha önce basın-yayın olarak ifade edilen sektörün adı da medya olarak kullanılmaya başlanmıştır (Aytekin, 2016). Bu doğrultuda ihtiyaç üzere gelişen ve değişen teknolojinin tüketimin merceğinde diller üzerinde müessir bir egemenlik kurarak şekillendiği de göz ardı edilmemelidir.

¹ Çalışma içerisindeki çeviriler yazar tarafından gerçekleştirilmiştir.

² Digitales Wörterbuch der deutschen Sprache

Bir iletişim aracı olarak medyanın, insanlık tarihinin başlangıcından itibaren karakterleri, dili veya yazıyı insanın edinimini yapılandırması adına önemli bir rol üstlendiği görülmektedir (Bösch, 2019). Ekonomi, haber, bilgi teknolojisi, kaynak, mesaj, alıcı, kanal, hedef kitle, insan ve insani ilişkilerin bir arada olduğu bütünsel bir yapıyı teşkil eden medya (Alav, 2020), bilgi iletimi ve paylaşımında, toplumların enformasyon ihtiyacının giderilmesi noktasında merkezi bir yer edinerek “gerçek bir şeyin sanal bir aynası değil, sosyal gerçekliklerin bir parçası (Bösch, 2019)” olmuştur.

Medyanın, gerçekliğin iletişimsel inşasında daha önemli bir rol alması durumunda (Bidlo, Englert, & Reichertz, 2012), toplumun çoğunluğunun nabzını tutacak şekilde anlamlandırılmış ve işlenmiş (enformasyon) iletiyi topluma ileterek, daha geniş kitlelerce karşılık bulması ve (...) daha etkin bir konumda olması (Alav, 2020) da söz konusudur.

Medya, sosyal hizmetlerini medya içeriği şeklinde sağlamaktadır. Medya içeriğinin üretimi, organizasyonlarda gerçekleşmektedir. Medyanın aracılık ettiği iletişimin "her zaman organize bir iletişim şekli" (Donges 2008: 17; Akt. Studer, 2018) olması, birçok çalışma da, kitle iletişim araçlarının ortaya çıkışından bu yana, bir toplum için önemli olan veya önemli olmak isteyen her şeyin medyada görüldüğünü ve orada müzakere edilebilmesi için mümkün olduğunca sık görünmesi gerektiğini ortaya koymaktadır (Reichert & Bettmann, 2018). Fakat, Walter Lippmann'ın Martus'dan aktardığı üzere, “medya tüketiminin, bilgiyi günlük deneyimden giderek daha fazla uzaklaştırma” durumu da göz ardı edilmemelidir (Martus, 201; Akt. Lippmann, 2018). Enformasyon paylaşımı ve tüketimi noktasındaki özgül çıkar ve hedeflerdeki seçicilik kapsamında toplum üzerinde bir tahakkümün sirayet etme olasılığı da bulunmaktadır.

Kitle iletişim araçları tarafından genişletilen her türlü bilgi (haberler, görüşler vd.)- ileti sistemi olan (...) medya da, demokratik toplumlarda, kitle iletişim araçları altında toplanarak temel işlevlerini demokrasinin hedeflerine karşılık gelecek şekilde (Garncarz, 2016) yürütmektedir. Medyanın uzamsal gücüyle kitleler üzerinde sürdürdüğü keskin eğilimleri, toplumların dönüşmesine ve bu doğrultuda da bölünmesine zemin hazırlayacak nüveleri içinde barındırmaktadır. Gerek sınırsız eylem alanıyla gerekse biçimsel alternatiflerle varlık sürdüren medya, dünya devletleri bünyesinde ulus ötesi bir seyir göstermektedir.

1.1.1. Medyanın Tarihten Günümüze Gelişimi

Gelişen dünyadaki ihtiyaçların karşılanma talebi, medyanın değişkenlik gösteren döngüsünün bir parçası olmasına zemin hazırlayarak, temelinde koşut bir çeşitliliğin oluşmasına imkan sağlamıştır. Sirkülasyon içerisinde bazı medya kuruluşlarının yitimi söz konusu olsa da, medyanın bir birikim tarihi üzerine temellendirilmesi, kaybın büyük çapta oluşmasına olanak sunmamıştır. Geçmişte toplumsal ihtiyaçlara bir cevap niteliği taşımasının (Bösch, 2019) yanı sıra tarihsel anlatıların taşıyıcılığını da üstlenen medya, farklı ve değişen ortamların mevcudiyetiyle, ortama ve ortam araçlarına bağlı olarak değişikliklerin bir parçası olmaktadır.

Toplumsal dönüşüm dinamikleri arasında yer alan sanayi devrimiyle teknolojinin geliştirilmesi küresel sınırları ortadan kaldırarak, enformasyonun yayın alanının genişlemesine kaynak sunmuştur. Bu doğrultuda da “medya tarihi teknik ve ifade biçimleriyle topluluğun devalüasyon ve revalüasyon süreçlerini şekillendirerek, ilk baskı ve depolama medyasının yanı sıra elektronik ve dijital medya ile fiziksel, mekânsal ve aynı zamanda zamansal olarak bağımsız iletişimi mümkün kılmış” (Fahlenbrach, 2019) ve veri aktarımında uzamsal boyuta geçiş sağlamıştır.

Tek bir mekanda egemenlik inşa ederek yerelin sınırlarını aşmasına yol açan küreselleşme, sağladığı enformasyon akışıyla global köy oluşmasına zemin hazırlayarak, dünyayı tek tip bilinçlilik (Rigel, Batuş, Yücedoğan, & Çoban, 2005) çevresinde toplamış ve bu doğrultuda toplumların dönüştürülmesini sağlamıştır.

On sekizinci yüzyılın sonu ve on dokuzuncu yüzyılın başlarındaki Endüstri Devrimi ile Avrupa’da ve başka yerlerde birkaç yüzyıldır var olan bir ekonomik sistem temelinde ortaya çıkmasının yanı sıra fikir ve haberleri yaymada yeni yollar açan medya devrimleri, matbaanın icadıyla köklü bir değişimin merkezinde yerini almıştır.

McLuhan’a göre eski bir el sanatının ilk makineleştirilmesi (McLuhan M. , 2014, s. 102) olan matbaa, bilgilerin saklanması ve aktarılmasında ve hatta insanın düşünme biçiminde, o kadar derin değişimlere neden olmuştur ki; tipografik insan adı verilen yeni bir insan türünün doğuşundan bahsetmek mümkün hale gelmiştir. McLuhan yazı kültürüne sahip bir insanla, basım kültürüne sahip bir insan arasındaki farkın; bilenle bilmeyen arasındaki farktan daha büyük olduğunu da söylemektedir (Baldini, 2000: 59-60; Akt. Süllü, 2018). Bu devrimle merkez-çevre arasında sağlanan enformasyonun

insanlar arasında çok daha fazla bir bilinçle seyrettiği gözlemlenmiştir. Bu kapsamda yeniliklerin, sosyal değişimlerde belirleyici olma durumu da söz konusu olmuştur (Kampmann & Schwering, 2017).

Marshall McLuhan'ın kaleme almış olduğu "Gutenberg Galaksisi" adlı eserde de kendisinin, matbaanın icat edilmesinin insan yaşamı üzerindeki etkileri üzerine incelemelerine yer verdiği görülmektedir. Her yeni buluşun insanın bir uzantısı olduğunu düşünen McLuhan'a göre (kulak) duyuşal duyuya bağlı olarak yaşayan insan, matbaanın buluşuyla görsel alana kaymıştır (Rigel, Batuş, Yücedoğan, & Çoban, 2005, s. 48). McLuhan, matbaa ile yaşanan köklü değişimle Batılı insanın göz dünyasına yöneldiğini ve kulak dünyasından koptuğunu (Rigel, Batuş, Yücedoğan, & Çoban, 2005, s. 50) dile getirmektedir. Eserinde William Ivins'in Prints and Visual Communication adlı kitabının genel ilkesi olan "dolayısıyla, şeyler hakkında düşünmek için verilerimizi, tek ve aynı duyu kanalından bize gelen verilerle ne kadar kısıtlayabilirsek, alanı çok daha kısıtlı olsa bile, muhakememiz o kadar doğru olmaya yaklaşacaktır"a (McLuhan M. , 2014, s. 166) yer vererek tek duyu egemenliğinin, hipnozun formülü (McLuhan M. , 2014, s. 167) olduğuna dikkat çekmiştir. Matbaanın icadıyla değişen enformasyon akışı bağlamında her duyu ve yeti, kusurlu anımsamanın (...) görsel duyunun işitsel-dokunsaldan tam bir şekilde ayrılmış olmasıyla (Rigel, Batuş, Yücedoğan, & Çoban, 2005, s. 55) belleğin sakatlanmasına zemin hazırlayarak kapalı bir sisteme dönüşmektedir (McLuhan M. , 2014, s. 579).

Otomatik makinenin en eski örneğini temsil eden hareketli hurufat baskısının icadına karşı korkuyla koyulan tavır, matbaanın sunduğu pratiklikle dönemi için büyük bir kazanım olması göz ardı edilemeyen bir gereklilik olarak ilgiyle kabul görmüştür. Johann Gutenberg'in, uzun metinlerin kompozisyonu için çok sayıda hurufat üretimi amacıyla metal harflerin dökümüne yönelik bir yöntem geliştirmesiyle basım endüstrisinin Avrupa'da doğması ve yayılması (Thompson, 2008) modern çağda Avrupa toplumlarını ciddi ölçüde, ortaçağda ise Çin'i daha az bir oranda etkilemiş olmakla birlikte, nüfusun geniş bir kesiminin okuma yazma bilmemesi, üretim yapısında bilgi yoğunluğunun düşük olması sebebiyle etkileri sınırlı olmuştur. Dolayısıyla sınaî toplumu yurttaşları eğiterek, yavaş yavaş ekonomiyi bilgi ve enformasyon etrafında örgütlemiş ve yeni enformasyon teknolojileri ortaya çıktığında insan zihninin güçlenmesine zemin hazırlamıştır (Castells, 2008, s. 39).

Yazılı sözün toplumlar tarafından bir zorunluluk olarak kabul görmesiyle matbaanın bulunması ve yaygın bir biçimde kullanılması, batı uygarlığının entelektüel yaşamında köklü değişimlere neden olmuş, eğitim ve düşüncelerin paylaşımı konusunda yeni ufuklar açmıştır (Gilmore, 1952: 186, Akt. Rigel, Batuş, Yücedoğan & Çoban, 2005, s. 270). Bu bağlamda sözlü gelenek teknik yeniliklerle taçlandırılarak baskı yardımıyla her kesimden insana ulaşarak kuşaklararası enformasyon akışının sağlanması standart bir zemine bağlanmıştır.

1.1.1.1. 19. Yüzyılda Yazılı Basın

Sanayi devrimiyle yaşanan değişimlerin kitle iletişiminde köklü reformların gerçekleşmesine imkan sunması ve bu doğrultuda da kitle araçlarının yaygınlaşmasıyla iletilerin toplumlara aktarılma ihtiyacında seyreden artışın mevcudiyeti, toplumsal düşüncenin gündem temelinde değişikliklere maruz kalmasına zemin hazırlamıştır.

Medya, 19. yüzyılın başından başlayarak bireylerin büyük çoğunluğunun günlük yaşamına gürültülü bir biçimde girdiğinden, bir yüzyıldan beri iletişime yöneltilen bakışta, vurgu açık bir yenilik etkisiyle kitle iletişiminin üzerine geçmiştir. İmgeler, metinler ve sesler yoluyla – iletişim araçlarından ve önceki politik rejimlerden koparak – halkların ve kültürlerin çabuk ve sürekli bir ilişki içine girmesini olanaklı kılarak, ilintili olduğumuz evrenler üzerine sorgulamayı dayatan kitle medyasının (Maigret, 2013) ortaya çıkışı, medya sunumunun temelden yeniden tasarlanmasına yol açmasıyla daha fazla insanın günlük yaşamı ve dolayısıyla toplumun ilişkileri ve kendi yorumlarını da değiştirmiştir (Cornelißen, 2008). Medyanın bu bağlamda öngördüğü bilgilerle, bireylerin içinde bulundukları toplum normlarına tesir etme adına ortak kodlar kullanarak etkili olduğu da söylenilebilmektedir. Nitekim Habermas'ın da kamusal iletişim yapılarının ortaya çıkışını, 18. yüzyılda eğitilmiş burjuvazi ya da edebi halk arasında bir tartışma ile başlayan ve toplumsal bir yapısal değişim içinde burjuvaziden kopan bir dönüşüm olarak tanımlaması ve 19. yüzyılda siyasi işlevdeki bir değişikliğin kitle iletişim araçları ve kitle kültürü tarafından şekillenen bir kamunun oluşmasına sebebiyet verdiğini belirtmesiyle (Wallner, 2018, s. 28) medya mülkiyetindeki bağımlılıkta zaman içerisinde ayrımların seyrettiği de gözlemlenmiştir.

Sembolik formların üretimi; çoğaltımı, aktarımı, alımlanması değişik türdeki kaynakların idaresini kapsayan toplumsal bir süreçtir. (...) Enformasyonun aktarımında atılan sistematik adımların miladı kabul edilen matbaanın icadı, fikir ve kanaatlerin dolaşımının artık yüzyüze iletişimin sözcük değış tokuşundaki bağlam ve boyutlarıyla sınırlanmadığı, olayları yaşama kapasitemizin şimdi ve burada olma koşuluna bağlı kalmadığı ve bütün bunların, kültürel, ideolojik, siyasal bir dizi toplumsal sorunu beraberinde getirdiğı yeni bir dönemin habercisi (Briggs ve Burke, 2004, s.12) olarak zamansal uzamda iletişimin sınırlarını yeniden belirlemiş ve geniş bir ağda iletişimi olanaklı kılarak kabulünü kolaylaştırmıştır.

Bilginin, kitleler nezdinde özümşenmesi adına muhtemel aktarımlarla etki işlevi görmesinin öncelikli olarak kabul edilmesiyle medya ağındaki yayınların ihtiyaca hizmet etmesi, zaman içerisinde toplumsal dinamiklerde seyreden farklılıkların artış göstermesiyle efsaneye dönüşmüştür. Bu durumu Saxer'de modern toplumun hem küresel hem de sosyal bir bütün olarak yüksek mekansal dinamikler ve her şeyden önce elektronik ve hatta daha dijitalleştirilmiş medya iletişimi ile karakterize edildiğine (Saxer, 2012, s. 101-102) dikkat çekerek taçlandırmaktadır.

19. yüzyıldan itibaren Avrupa toplumlarının sanayileşmesi ve demokratikleşmesinin bir sonucu olarak (Bärbel, 2013, S. 26), icatlarla şekillenen enformasyon akışı kapsamında insanlığın hızlı dönüşümlerin pençesinde zamansal-mekansal uzamda geniş bir mecraya açılan yeni sayfalarda canlandığına tanıklık edilmiştir. Fang'ın 19. yüzyılın başında kitle iletişim araçlarının ortaya çıkışıyla ilişkilendirdiğı üçüncü bilgi devrimi ('Kitle İletişim Devrimi'), kısa sürede uzayın üstesinden gelme olasılığı yoluyla bilgiyi yaymanın halihazırda var olan ve rafine edilmiş olanaklarını tamamlamıştır (Jäckel, 2012, s. 37).

Periyodik bir gelişme kat eden iletişim medyasının insanların yaşam biçimlerini değiştirmedeki mevcut rolü toplumsal alanda yeni eylem ve etkileşim biçimlerinin oluşması ve yeni toplumsal ilişki biçimlerinin kurulmasına olanak sunmuştur. Yeni tekniklerin etrafında ortaya çıkan ve toplumun genel işleyişinde tarihçinin “devrim”den söz etmesine yetecek kadar önemli sonuçları olan “sosyo-teknik değışimler”dir, ki bu tam da 19. yüzyılın enformasyon aktarım tekniklerindeki ilerlemeler de söz konusudur (Barbier ve Lawenir, 2001, 132).

Elektriğin icadıyla kabloların kıtalar etrafına döşenmesinden ses iletiminin olanaklı kılındığı döneme kadar olan süreç itibariyle insanlığın özgürsüzlüğünün büyük rasyonelleştirmesini sağlamakta (Habermas, 2001, S. 36) olan iletişim medyası nicelikli kaynağın kullanılarak kitlelerin karakterize edilmesinde etkin bir rol almıştır.

Jäckle'in de dikkat çektiği üzere her ne kadar sanayileşmeden önce de, en geniş anlamda uzun mesafe veya telekomünikasyon hakkında çok sayıda girişim olsa da 19. yüzyıla kadar, görüntü ve sesi birleştirebilecek ve onları uzun mesafelere taşıyabilecek bir ortamın ortaya çıkmasına yol açan belirleyici gelişmeler başarılı olmamıştır (Jäckel, 2012, s. 42).

Tarafsızlığın idealize edilerek geliştirilen enformasyon modellerinde tartışmaya kapalı olan 19. yüzyıl Avrupa'sında, basın özgürlüğünün tanınmasının monarşist vesayetin aksine Aydınlanma ruhu tarafından taşındığı gerçektir. Devrimci güçler, hümanist ilerlemenin, yöneticilerin dikte ettiği gerçeklerle değil, ancak fikir alışverişi, konuşma ve karşı konuşma yoluyla sağlanabileceği anlayışıyla konuşma ve basın özgürlüğü için savaşımlardır (Hangen, 2012, s. 29).

1.1.1.2. 20. Yüzyılda Radyo ve TV

Etimolojisi ışınlama (Lt. Radius) ve sesin (Yun. föne) bir araya gelmesiyle oluşan radyofoni (MEB, 2011, s. 2)³ kelimesi için Türk Dil Kurumu⁴, elektromanyetik dalgaların özelliklerinden yararlanarak sesleri ileten sistem olarak tanım getirmektedir.

20. yüzyılın gözde araçlarından olan radyonun kitlelerin hizmetine sunulmasında elektrik, telgraf, telefon ve radyo dalgalarının keşfi gibi farklı buluşların etkisi olmuştur. 1800'lü yıllarda bilim adamlarının elektromanyetizma üzerine araştırmalar yürütmeleriyle 1837'den itibaren telgrafın icat edilmesi sonucu büyük telgraf şebekelerinin ortaya çıkması (Barbier ve Lavenir, 2001: 131; Akt. Ulutaş, 2009, s. 8), iletişim ağının geniş kitlelerce kullanılmasına olanak sunmuştur. 1840'larda telgrafın gelişimiyle birlikte sözcükler, kıtanın etrafının kablolarla çevrilmesine yol açan bir ağ aracılığıyla iletilen elektriksel vuruşlara – Mors kodundaki nokta ve çizgilere – dönüştürülebilmıştır. Bu gelişmeyle birlikte iletişim, ulaşım tarzlarından kuramsal olarak ayrılabilir hale gelmiştir (Crowley & Heyer, 2014).

³ Erişim Tarihi: 24.04.2021

⁴ Türk Dil Kurumu Sözlükleri <https://sozluk.gov.tr> Erişim Tarihi: 24.04.2021

İletişimin farklı paydalarında gerçekleştirilen inovasyonlar aracılığıyla ulaşımaya dayalı iletişim modelinden iletime dayalı iletişim modeline doğru bir sıçrama gerçekleşmesiyle (...) keşfedilen elektronik dalgalar diğer adıyla radyo dalgaları seslerin, havadan uzak mesafelere ışık hızına yakın bir hızda (saniyede 300 bin km) yollanmasını sağlamaktaydı (Crowley & Heyer, 2014, s. 182-194). Radyonun icadı ile telsiz bir ağ üzerinden elde edilen haberleşme imkanı, süreç içerisinde sesleri amaç odaklı olarak kitlelere ulaştırma adına yeni bir yayın dönemine geçiş yapmayı olanaklı kılmıştır. Gerçek zamanlı olarak geniş bir kitleye ulaşmak için elektromanyetik dalgaları kullanan tarihteki ilk kitle iletişim aracı olan radyo (Fahlenbrach, 2019) ile gerçekleştirilen yayınlar, bilinmeyen bir dinleyici kitlesine göre yapılıyordu (Czitrom, 1982; Akt. Özerkan, 2008).

Kitle iletişiminde sesin elektromanyetik dalgalar üzerinden iletiminin sağlanması ile iletişimin kırılan dar ufku (Briggs & Burke, 2004), radyonun düzenli yayıncılığa geçmesinin ardından gerçek anlamda II. Dünya Savaşı'nda propaganda aracı olarak kullanılması, kitle iletişimindeki gücünü arttırmış ve radyo, televizyon yayınlarının başladığı 1950'li yıllara kadar altın devrini yaşamıştır (Güven, 2006:39; Akt. Kılıç, 2020). Jowett ve O'Donnell'e göre radyonun icadıyla tüm zamanların propaganda pratikleri de değişmiştir. Ülke sınırları ötesine ve uzun mesafelere mesajları gönderebilmek fiziksel varlık olmadan mümkün olmuştur (1999:129, Akt. Ulutaş, 2009).

Ünlü toplum bilimci, iletişim kuramcısı Marshall McLuhan'ın anahtar mesajlarından biri olan "Araç, mesajdır" (Eng. The medium ist the message) metaforunda, araç yardımıyla neyin iletildiğinden ziyade nasıl iletildiği gerçek mesaj olarak kabul edilmektedir. İçerik daima belli bir şekilde vardır ve bu biçimin dinamiği tarafından bir dereceye kadar yöneltilir. Eğer araç bilinmezse mesaj da bilinmez. Bu anlamda araç ortak iletidir. Araç kullanan kişilerin algısal alışkanlıklarını değiştirir. Araç yansız değildir. Kişilere olduğu kadar topluma da mesaj verir. (Rigel; Akt. Altay, 2005). İnsanların duyularını şekillendiren teknik uzantıların manipulatif yapıları doğal fiziksellüğün kaybına zemin hazırlayarak algıda kökten bir değişikliğe de sebebiyet verebilmektedir.

McLuhan'ın 1964 tarihli “Understanding Media” adlı eserinde teknolojik gelişmeler bağlamında yapmış olduğu sıcak ve soğuk araçların ayrımında kişisel katılımın az olduğunu dile getirdiği ileti aracından biri olan radyoyu sıcak ortamda konumlandırarak, bu aracın çok fazla veri ve ayrıntıyla kişinin tek duyusuna yüksek düzeyde seslendiğini (Erken, 2017) belirtmektedir. Ona göre sıcak medya, izleyicilerin çok az katılımını veya tamamlanmasını gerektirir. Bu nedenle sıcak medya çok az kişisel katılım gerektirir. (McLuhan & Marshall, 1992) Kullanıcıya az katılım alanı bırakan zenginliğiyle, güçlü betimlemesiyle (Maigret, 2013, s. S.131) sıcak araç, alıcı adına sınırlar çizerek duyular üzerinde hükmetmektedir.

Teknolojinin çok hızlı gelişme gösterdiği 20. yüzyılda, radyo ile aşılın sınırlar kapsamında toplumsal dönüşümler söz konusu olmuştur. İnsanın tek duyusuna hitap eden araç ile okuryazar olmayan kitlelere erişim sağlanarak radyonun bir ihtiyaç olarak benimsenmesi, düzenli yayıncılığın zorunluluk olmasında başat rol oynamıştır.

Kitle iletişim araçlarına duyulan ihtiyaçlar teknolojik araçlarda farklı yönelimlerin ortaya çıkmasına zemin hazırlayarak, sese görüntünün eklenmesiyle enformasyon ediniminde köklü değişikliklere sebebiyet verilmiştir. Fotoelektrik yani bazı cisimlerin bir elektron ışımasını elektrik enerjisinden ışık enerjisine dönüştürme kapasitesi üzerine yapılan keşiflerle (Güz, 2012) televizyon icat edilerek, hareketli görüntü denilen resim çerçevesindeki nesnelerin hareketlerinin dinamik etkilerini üretmek için her iki resim karesi serisinin de sesle birlikte artan değişikliklerle eşzamanlı olarak iletilmesi (Laxman Patil, 2021) söz konusu olmuştur.

Bilgiyi saklama ve aktarma süreçlerinin yanı sıra onu algılamayı ve görmeyi şekillendirerek temelini değiştiren televizyon, ilk olarak demokrasinin ve popüler kültürün anavatanlarında bir kitle aracı haline gelmiştir (Bösch, 2019, S. 209-211).

“Belli bir toplumsal yapının, ekonomik, siyasal, teknolojik ve kültürel ürünü olan televizyon, yayın için oldukça karmaşık bir teknolojik ürünler ağı gerektirdiği için, yaygın kullanımı ancak, bağlantı ve yükseltme, uydu, uzaydan görüntüleme, uzaktan hissetme (Eng. remote sensing) ve coğrafik enformasyon sistemi, VCR teknolojilerin gelişmesiyle birlikte olmuştur. Televizyon, etkinlikleri ve ortaya koyduğu ürünlerle, hem soğuk hem de sıcak savaşta belli amaçlar çerçevesinde enformasyon toplayıp yaymaya (ve saklayıp yaymamaya), Körfez Savaşı'nda yapıldığı gibi sivil iletişimde belli önemli öğelerden arındırılmış görüntülerle

haberlerde gündemi ve içeriğini etkilemeye, eğlence ve dinlenme adı altında bilinç yönetiminden geçerek iş dışı boş zamanın kolonileştirilmesine kadar çeşitlenen görevler yapar. Bu görevler dördüncü güç, demokrasi, enformasyonun serbest akımı, iletişim özgürlüğü gibi kavramlarla idealleştirilerek sunulur. Böylece televizyon “dünyaya açılan pencere” yapılıır. Bu pencereye, globalleşme, demokratikleşme, özelleştirme, deregulasyon, karşılıklı bağımlılık, global köy, global kent iddialarından geçerek global bir pencere görünümü verilir” (Erdoğan & Alemdar, 2001).

Enformasyon akışının elektronik çağda hızlandığına “Global Köy” tezinde dikkat çeken Marshall McLuhan’a göre iletişim teknolojisi, özellikle televizyon, dünyayı benzeri duyuların paylaşıldığı global bir köy haline getirmiştir (Rigel, Batuş, Yücedoğan, & Çoban, 2005, s. 17-18). Görsel-işitsel bir araç olarak çeşitli yayın hizmetleri sunan televizyonla dünya, McLuhan’ın tezinde ifade ettiği üzere ‘dokunulabilir karşılıklı etkileşim’ ilişkisi (Baudrillard, 2002, s. 153) sonucu tek bir bilinçlilik haline dönüştürülmektedir (Rigel, Batuş, Yücedoğan, & Çoban, 2005, s. 17-18).

Toplumlarda merkezi bir rol üstenen televizyonda sunulan enformasyon hizmeti, muhteviyatı kapsamında menfi müdahalelerle şekillendirilerek kitlelere sunulmaktadır. Buradaki veriler günümüzdeki egemen ekonomik ve siyasal güçlerin çıkarlarının gerçekleşmesi yönünde düzenlenmiştir. Bu dünyadaki görüntüler özel teşebbüs çıkarlarının paketlenmiş ifadeleridir (Erdoğan & Alemdar, 2001, s. 195).

Neil Postman’ın “Televizyon: Öldüren Eğlence” adlı kitabında dilin kendisi gibi her aracında (Eng. Medium) düşünceye, ifadeye ve duyarlılığa yeni bir yönelim kazandırarak benzersiz bir söylem tarzının ortaya çıkmasını sağladığını dile getirerek McLuhan’ın “araç, mesajdır” metaforu (Postman, 2016, s. 20) için şu uyarlamayı yaptığı görülmektedir:

“Mesaj, dünyayla ilgili özgül, somut bir açıklamayı yansıtır. Ancak bizim medyamızın biçimleri-konuşmaya zemin hazırlayan semboller dahil olmak üzere- bu tür somut açıklamaları yansıtmaz. Bizim medya biçimlerimiz, daha çok, özel gerçeklik tanımlarını yerleştirmeye yarayan anlaşılması zor, ama güçlü içermeleriyle etkili olan metaforlara benzerler. Dünyadaki yaşamımıza ister sözlü ister basılı yayınlar ister televizyon mecrası merceğinden bakalım, medya-metaforlarımız dünyayı bizim adımıza sınıflandırır, bir sıraya sokar, bir çerçeve

çizer, genişletir, küçültür, renklendirir ve dünyanın görünümüne ilişkin savlar ortaya atarlar” (Postman, 2016, s. 20).

Görsel-işitsel kitle iletişim araçlarından biri olan televizyonla birlikte gelen gösterinin habere büyük bir etkisi olmuştur. Bu etki haberdeki gerçeklik unsurunu olumsuz yönde etkilemiş, haberdeki anlam ve görüntü dengesini görüntü lehine bozmuştur. (...) Televizyon, gerçeğin ya da gerçekliğin tamamını görüntü ve sözlere dönüştürerek gerçeği ve gerçekliği teknolojinin yardımıyla saf dışı bırakmaktadır. Kitleleri bitip tükenmek bilmeyen bir görüntü, ses, yazı vs. bombardımanına tutan televizyon, bunu yaparken onları ikna etmek istemektedir (Rigel, Batuş, Yücedoğan, & Çoban, 2005, s. 245-246).

Eğer televizyon kendi yörüngesi etrafında dönmeye ve kendi sarsıntılarını sıkıntıya girmeden perakende satmaya devam ederse, bu onun kendisinin dışında bir yön bulamayacağını, kendi amacının ne olduğunu bulmak için iletişim aracı sıfatıyla kendini aşamayacağını göstergesidir: Onun amacı, dünyayı enformasyon olarak üretmek ve bu enformasyona bir anlam kazandırmaktır. Görüntülerle, olayı eskittiği ve kötüye kullandığı için, hatta bunu yakıştırmaya varıncaya kadar yaptığı için, televizyonun dünyayla olan bağlantısı sanal olarak kesilmiş ve kendi evreninde, anlamdan yoksun bir gösteren gibi, dolaşık yollara girmeye başlamış, inandırıcılığı olmadığı için etik bir statü, imgelemi olmadığı için de törel bir statü aramıştır umutsuzca (Baudrillard, 2002, s. 164-169).

Pek çok eleştirmene göre, televizyon haberleri önemsizleştiren, onların değerini azaltan bir araç olarak varlığını sürdürmektedir; başka eleştirmenlere göre, o olumsuz bir kuvvettir, haberlerin yapısını bozmakla kalmaz, aynı zamanda onların ardında yatan gerçekleri de göz ardı eder (Briggs & Burke, 2004, p. 263).

1.1.2. Medya İşletmeleri

Medya işletmeciliğinin tarih sahnesinde yer edinmesinin temelinde iletişim dünyasında gerçekleştirilen devrimler merkezli bir seyir söz konusudur. Artan ihtiyaçlarla bilgiye erişim ihtiyacının zaruri bir hal alması, kaynakların amaç odaklı iletişime koyulmasına sebebiyet vermiştir. İhtiyaçların karşılanması adına gün yüzüne çıkan bu hususla birlikte basın içerikleri ürün olarak ereğe sunulmuş ve medya endüstrisi şemsiyesi altında küresel bir pazarın oluşumu tetiklenmiştir.

Teknik, ekonomik ve sosyal gelişmeler bağlamında medya işletmelerinin toplumlarda dördüncü güç olarak konumlanması, basın-yayıcılık hareketlerindeki faaliyetleri yeni atılımlarla kitlelere bir hizmet olarak sunmanın önünü açmıştır. Bir basın-yayın kuruluşu diğer bir ifadeyle medya işletmesi tarafından erek kitlelerin erişimine açılan her bilgi, kamuoyu oluşturma ve yönlendirme de önemli bir rol oynayarak, zaman içerisinde sosyal bir kuruluş olma niteliğini kazanmıştır. Doğrudan kamuya sunulmak üzere hazırlanan çıktıları meydana getiren ve kamuya ulaşımını sağlayan medya, aynı zamanda bir işletme gibi hareket ederek, yönetim, planlama, yöneltme gibi fonksiyonları da yerine getirmektedir. (Gürçan & Kumcuoğlu, 2017). Büyüyen ve gelişen küresel ağın oluşturduğu olası risk ve avantajların denetim altında tutulması adına da bu pratiklerin yapılandırılması medya işletmeleri tarafından kaçınılmaz olmaktadır.

Basın-yayın kuruluşlarının sunmuş olduğu hizmetler odağında somut bir ürünün aksine haber ve fikir paylaşımı yerini almaktadır. İşletmeler elde ettikleri verileri bilumum kitle-iletişim aracı vasıtasıyla alıcılarının erişimine açarak, toplum temelinde kitlelerin dönüşümüne etki etmektedir. Bu etkinin, zaman içerisinde çeşitli gelişmelerle medyanın hızla büyümesine olanak sağladığı görülmektedir. Kaynaklarda seyreden çeşitliliğin artışı medya işletmesinin “haber ve fikir üreten bir kuruluş” (Çiçek, 2008:2, Akt. Kuyucu, 2014, s. 26) olarak tanımlanmasının da önünü açmıştır. Medya işletmeleri her ne kadar toplumları bilgilendirme amacı barındıran yapılar olsa da, sektördeki çeşitliliğin artışı, ticari işletme kimliğinin sahada yer edinmesini olanaklı kılmıştır. Yanı sıra işletmelerin sunmuş oldukları hizmetlerin emek ve sermayeyle şekilleniyor olmaları, ekonomik saha da yapısal dönüşümleri tetikleyerek uygulama da bir sistem dahilinde faaliyet gösterilmesini zaruri hale getirmiştir.

Bilgi toplumunun temel ihtiyaçlarından olan enformasyon akışının sağlanması, her ne kadar bu kuruluşların birincil amaçlarından biri olsa da, kar elde etme adına da hizmet verdikleri göz ardı edilmemelidir. Yazılı, görsel-işitsel ve dijital ağ olmak üzere farklı türleriyle karşılaştığımız medya oluşumlarının teknik ve finansal imkanlar dahilinde saha da sundukları hizmetler arz-talep ekseninde de çeşitlilik göstermektedir.

Modern çağın yapı taşlarını oluşturan medya işletmeleri, toplumsal iletişimin sağlanması adına gerek devlet ve hükümet gerekse özel kuruluşların şemsiyesi altında

gündem oluşturma yoluna gitmektedirler. İlgili işletmelerce kitlelere sunulan veri erişiminde farklılıkların ve dahi fikir ayrılıklarının seyri kaçınılmaz olmaktadır. Münferit düşüncelerin mevcudiyetiyle de üretilen üründe özgünlük sorunu medya işletmelerini zorlayan en önemli faktörlerden biri haline gelmiştir (Aytekin, 2016, s. 68).

Bir tür toplum metronomu (Neuberger & Kapern, 2013, s. 27) görevi gören bu yapılanmaların sunmuş oldukları hizmetlerin temelinde olay ve olgulara genel bir bakış sağlama olsa da, ekonomi piyasasında kar faktörünün merkeze taşınması, bu işletmelerin ortaya koydukları ürünler de kar-zarar faktörleri bağlamında bir varlık sürdürdükleri de göz ardı edilmemelidir. Elde edilen ekonomik karın sürekliliğiyle veri akışında balansı sağlayan bu işletmeler, pazardaki mevcudiyetlerini ulaştıkları kitleler bünyesinde koruma altına almaktadırlar. Medya işletmeleri daha çok kazanmak için en yüksek teknolojiyi kullanmakta, insanın en zayıf noktalarından yararlanmakta ve en yeni gelişmeleri takip etmektedir. Yeni olanı ve yenilikleri kapsayan modern kavramı yeryüzündeki hemen hemen tüm siyasal, ekonomik, kültürel ve düşünsel gelişmeyi de içine almaktadır (Marsic, 2013, 249; Akt. Cereci, 2017).

Dış pazara yüzünü dönerek bilgi ağında sınırları geniş tutma çabasından ödün vermeden iletişim kanallarını dönüştürücü politikalarla besleyen işletmeler, yararı merkeze alarak kitlelere hizmet sunan karmaşık kurumsallaştırılmış sistemlerdir (Künzler, Oehmer, Puppis, & Wassmer, 2013, s. 13) Bu işletmelerin belirli bir iletişim ağı çevresinde karmaşık bir kurumsal statü tabiiyetiyle iletişim sistemlerini yönlendirmek için daha fazla kurumsal düzenlemeyi ulus üstü düzeyde gerçekleştirdiği (Raboy ve Padovani, 2010:153; Akt. Katzenbach, 2016, s.39) kaçınılmaz bir gerçektir.

Faaliyetlerini şekillendiren küresel koşullar, oluşturulan katılımcı iletişim ağında sürekliliği kontrol altında tutma adına veri akışında niteliğin sağlanması noktasında hakimiyeti ele geçirmiştir. Küreselleşmenin artmasıyla birlikte habere hızlı ulaşma arzusu, sanayi toplumundan bilgi toplumuna geçiş, haberleşme ve bilgi teknolojisindeki gelişmeler, rekabetin ve maliyetlerin artması küçük basın işletmelerini ortadan kaldırarak bu rekabete dayanacak büyük endüstriyel kuruluşların ortaya çıkmasına neden olmuştur (Şevket Sayılğan & Emine Sayılğan; 2007:257; Büyükbaykal, s.79).

Rekabet ortamında ortaya çıkan bu kurumlar, ortak bir anlam sistemini tanımlayan ve farklı aktörler ve eylem rutinleri doğuran düzenleyici mekanizmalarla birlikte temsili,

kurucu ve normatif kurallar içeren sembolik ve davranışsal sistemlerdir (Scott, 1994: 68; Akt. K n zler, Oehmer, Puppis & Wassmer, 2013, s.18). Toplumsal ve kamusal düzlemde bağımsız medyanın kurumsallaşması, bir yandan medyanın toplumda kurumsallaşmasını, diğ r yandan da toplumun kendi kurumlarının olabileceğini ifade etmektedir (K n zler, Oehmer, Puppis, & Wassmer, 2013, s. 17). Temelde, ticari gücün stat kosunun korunması koşuluyla dönüşümlerin gerçekleşmesi de kaçınılmazdır.

1.1.3. Devlet Medyası

Kamu yönetiminde yapısal perspektif oluşturan devlet medyaları, merkezi bir araç olarak anımsanmaları ve  z msenmeleriyle halihazırdaki toplumsal mesellerin gözetim ilkesi temelinde kodlanmış biçimsel verilerle iletimini sistematikleştirilen etkin denetim mercilerindendir. Resmi ve gayri resmi kimlikleriyle medya endüstrisinin temelinde yer edinen bu kuruluşlar kamuoyunda uyum ve sulhun biçimlendirilerek tecimsel olarak yozlaşmış kitlelerin oluşmasında stratejik etki sağlamaktadırlar.

Devlet medyasının tanımlanmış bir çerçevede,  oğ nlukla bir devlette karakterize edilen düzenlerin ve yapıların tümünü kapsayan medya sistemi (Meier, 2018, S. 83) bünyesinde aktif rol aldığı görülmektedir. Ortam araçlarının yazılı metinler desteğiyle tek yönlü kullanılarak oluşturun niteliksel  er eve yerel halkın denetim yapılarını benimsemesini kolaylaştırmıştır. Ulusal bağlamda ortaya çıkan bu sistemlerin, bugün her ne kadar ulus ötesi ve hatta küresel iletişim alanlarından söz edilse dahi g c l  ulusal karakterleri bulunmaktadır. (Bkz. Kleinsteuber, 2005; Akt. Meier, 2018, s. 87).

Medya sistemlerinin toplumsal iletişimi yerel bünyesinde derleyip, araçların himayesinde, g zetleyenlerin müdahil olduğu gücü dengesinin devlet tekelinde sesleri, imgeleri ve yorum çerçevelerini (Schlesinger, 1994, s. 27) formüle etmesi, mülkiyet talebinde bulunmalarını olanaklı kılmaktadır. Merkezi bir içerik denetimiyle gücü dengelerinin sağlanması adına karakterize edilen argümanlar, denetimi tekelinde tutmayı önceleyen devletin siyasi düzeni korumasında kilit rol oynamaktadır.

Teknolojik atılımlarla etki ve kapsama alanı genişletilen içerik akışlarında gerçekleştirilen uyarlamalar piyasa rejiminde de köklü optimizasyonlara olanak sunarak, medyanın gücü, kar ve kontrolü artıran bir araç olarak (Aytekin, 2016, s. 13)

değerlendirilmesini ve bilginin serbest dolaşımının bir demokratikleşme göstergesi olarak algılanmasını (Aytekin, 2016, s. 197) kaçınılmaz hale getirmiştir.

Koşullar temelinde gerçekleşen köklü dönüşümler medyanın ileri teknolojiyle pekiştirilmesini olanaklı kılarak, dünya toplumunun birbirlerinin erişimine açık olan tüm iletişimsel eylemleri içeren bir sistem (Rudolf Stichweh, Weltgesellschaft. Frankfurt/M. 2000, hier S. 23-25, 31, Akt. Preußer, 2005, s.103) olmasını olanaklı hale getirmiştir. Medyanın yumuşak bir güç olarak kitleler üzerinde egemen olma durumu, denetim biçimleriyle medya araçları üzerinde hakimiyeti kullanmasına zemin hazırlamıştır.

Akademisyen Klaus Meier'in devlet nezdinde kitleler için oluşturulan yönetim biçimlerine örnek teşkil edecek olan Journalistik (Tr. Gazetecilik) adlı eserinde medya sistemlerinin, sınıflandırılması üzerine yapmış olduğu incelemelerde Amerikalı iletişim araştırmacıları Fred Siebert, Theodore Peterson ve Wilbur Schramm (1956) tarafından yaklaşık 60 yıl kadar önce medya sistemleri sınıflandırılmasının otoriter, özgürlükçü, komünist ve sosyal sorumluluk (Meier, 2018, S. 88) olmak üzere dört ana başlık altında ele alınmış olduğu görülmektedir. Meier ilgili sınıflandırmada güncelleme yoluna giderek, genel bakışta ideal bir modelin aksine niteliksel bir tanımlama getirme çabasında olduğuna dikkat çekmiştir. Çalışma içeriği şu şekildedir:

- Aydınlanma döneminin fikri tarihi açısından batı medya sistemlerinin temel modelini teşkil eden ekonomik tip, medyayı özel mülkiyeti olarak görmekle birlikte yasal ya da siyasi engeller olmaksızın serbest piyasada rekabet edebilmektedirler (Meier, 2018, S. 88).
- Ekonomik liberalizmin yapısal dezavantajları ve tehlikeleri nedeniyle sosyal sorumluluk modeli ortaya çıkmıştır. Bu model kapsamında medya tekelleri ve düşünme gücünü ellerinde tutanları önlemek için ortak bir medya kontrolünün sağlanması adına çeşitli seçenekler getirilmiştir. (Meier, 2018, S. 88)

Tablo 1: Medya Sistemleri Türlerinin Karşılaştırılması

	Ekonomik olarak liberal	Sosyal sorumluluk	Otoriter	Totaliter
Mülkiyet Yapıları	Özel sektör (-e bağlı)	Özel sektör (-e bağlı) ya da kamusal	Devlet (-e bağlı) özel sektörle bağlı ya da kamusal	Devlet (-e) bağlı
Medyanın Yönetimi ve Kontrolü	Piyasa/Pazar ve öz rejim (düzenleme)	Ortak medya denetimi, girişimci ve editoryal öz kontrol	Devlet aygıtı	Devlet partisi ve devlet aygıtı
Hedefler ve Beklentiler	Medya kendi kendini düzenler ve kontrol eder ve böylelikle serbest erişim sağlanır.	Bilgilendirme ve iş birliği (katılım); Medyanın topluma karşı sorumluluğu (Örn. Kalite, çeşitlilik)	Bir devlet hizmetli olarak medya, onlar sosyal düzeni ve hükümeti stabilize etmeli	Devlet partisini iktidardaki çıkarlarıyla birlikte güvence altına almak
Dezavantajlar ve Tehlikeler	Medya tekelleri, kontrolsüz medya gücü, güçlü ekonomik bağımsızlık	Devletin potansiyel etkisi	Medyada neredeyse hiç çeşitliliğin olması	Medyanın yalnızca bir bakış açısı sunması, haberlerin gizlenmesi, farklı (muhalif) görüşlerin takip edilmesi

Kaynak: Bu tablo Klaus Meier tarafından hazırlanan Journalistik (Tr. Gazetecilik) adlı basılı yayından aktarılmış olup, çevirisi yazar tarafından yapılmıştır.

- Otoriter model ise tarihsel olarak medyanın ilk çerçevesini oluşturmuştur. Tarihte basın kademeli olarak otoriteleri ve devlet yönetmeliklerini stabilize etme görevini üstlenmiştir. Bu süreçle günümüz dönüşüm/değişim süreçlerinde elbette paralellikler söz konusu olabilmektedir: devrim ve özgürlük mücadelelerinden sonraki onarıcı aşamalarda iktidardakiler her zaman basına baskı uygulamışlardır. (...) 2011'deki Arap Baharı devrimlerinden sonra dahi, özgür medya sistemleri otomatik olarak ortaya çıkmamıştır. Yeni iktidar sahipleri, sosyal koşulların istikrara kavuşturulması ve gücü ellerinde tutma yönündeki açık argümanlarıyla medya ve gazetecilik üzerinde etki ve baskı kurma arayışına girmişlerdir (Meier, 2018, S. 89-90).

- Günümüzün otoriter sistemleri en azından incir yapraklarını ve çeşitlilik yaklaşımını tolere ederken, totaliter rejimler medya özgürlüğüne karşı daha da radikal adımlar atmaktadır: bu rejimde medya neredeyse tamamıyla devletin mülkiyeti altında olup herhangi bir muhalif görüş katı bir şekilde takip edilmektedir (Meier, 2018, S. 90).

Kaynakların denetimini ellerinde bulunduranların medya aracılığıyla rızanın üretilmesini ve buna uygun politikanın devlet mekanizmalarıyla uygulamaya geçirilmesini sağlamak amacıyla “neyin toplumsal düzeyde temel önem taşıdığını değerlendirebilecek bir konumda olacakları”, henüz ifade edilmemiş olmakla birlikte, Chomsky“ye göre bu yeterince açıktır. (Güler, 2018, s. 90). Max Weber'e göre, şiddet araçlarının denetimi modern devletin hiçbir şekilde tek özelliği bu olmasa bile temel bir özelliğini oluşturur ve siyasal düzen içindeki iktidarın uygulanmasında kilit rol oynar: “Devlet, belli topraklar üzerinde fiziksel şiddetin meşru kullanım tekeline (başarılı şekilde) elinde tutan bir insan topluluğudur” (Weber, 1948: 78, Akt. Schlesinger, 1994, s.36).

1.1.4. Özerk Medya

İnsana en hızlı ve etkili bir şekilde temas etme olanağı sunan medyanın, dönüşen dünyada kitle araçlarının çeşitliliğine duyulan ihtiyaç kadar, iletinin farklı işletmelerce bir ürün haline getirilerek ekonomik fayda kazanılan bir maddeye evrilmesi söz konusu olmuştur. Özerk kimlikleriyle “haber ve fikir üreten iktisadi kuruluşlar” (Berberoğlu, 1991: 23-24; Akt. Gürçan & Kumcuoğlu, 2017, s. 156) da mülkiyetin tekelleşmesi gibi piyasa başarısızlıklarından kaçınarak, farklı görüşler, çıkarlar ve gruplar için hava dalgalarına güvenli erişim sağlama (Skogerbo, 2015)⁵ çabasına girerek kitle beklentilere cevap vermenin yanı sıra ekonomik çıkarları gözetmeyi önceliklemişlerdir.

Özerk işletmelere ait medya ürünlerinin örtük amaçlarından biri olan ekonomik kaygıların giderilmesi adına, merkeze taşıdıkları güncelerin ve mesajların büyük çoğunluğu gelir ya da güç elde edebilmek için organize edilmişlerdir (Jols & Thoman , 2008, s. 41). Yapılan düzenlemelerle değişen dünya koşulları kapsamında sektörel

⁵ <https://www.sciencedirect.com/topics/social-sciences/commercial-broadcasting>, Erişim Tarihi: 15.02.2022

istikrar sağlanarak, pastadaki paydan kayıp vermeme mücadelesi güdüldüğü de gözlemlenmektedir.

Piyasa da yeni medya ve telekomünikasyon sektörünün iktisadından beslenen bir teknolojik determinizm (Wayne, 2015, s. 59) de pazarın gerçekleştirmediği işlevleri (Maigret, 2013, s. 214) yerine getirerek varsıllığı sistemsel olarak şekillendirmeyi sağlayabilmiştir. Ortak rekabet eğilimi, üretim araçlarını ellerinde bulunduranlardan, enformasyon üreten kitle iletişim araçlarını kontrol edenlerin ellerine geçtiğinde bu insanlar sadece üretim araçlarını ellerine geçirmiş olmakla kalmıyorlar, aynı zamanda bu olay yabancılaşma sorununa yol açtığından enformasyonun anlamını da değiştirmekte (Eco, 1991, s.94; Akt. Demir, 2007, s. 94)⁶ ve buna bağlı olarak merkezi olmayan bir anlayışa geçiş sağlamaktadır.

İletişim ağının gelişiminde devlet kurumları, iş birlikleri ve sivil toplum kuruluşları arasındaki ağırlıkların önemli ölçüde değişmesi (Betz & Kübler, 2013, s. 91) somut sınırlarla belirlenen standartları bertaraf ederek ağın kökenleri ve “sınırsız” doğası (Betz & Kübler, 2013, s. 91) çerçevesinde kendi kendini yöneten toplulukların hizmet anlayışlarının şekillenerek yeni ideolojilerle kitlelere yaklaşımlarına imkan tanımıştır. Fakat aynı zamanda kitle iletişim araçlarının bağımsız yönelimleri doğrultusunda genişleyen pazarda editoryal karaktere sahip medya şirketleri (Breyer-Mayländer, 2018), kamusal iletişimin uzamsal boyutunda, doğası gereği mevcut kademeli değişiklikler (Weber, Mangold, Hofer, & Koch, 2019) bağlamında pazar gücünü ve dolayısıyla özerkliğini (Breyer-Mayländer, 2018, s. 278-279) yitirmiştir.

Bireysel ve örgütsel ya da kolektif bilgiyi teknik olarak desteklenen bir ağ aracılığıyla bir araya getiren bağlantıcılığın ütopyası (Tan, 2011: 105; Akt. Aßmann, 2013, s. 179-180) ünlü İletişim bilimci Marshall McLuhan’ın da ifade ettiği üzere enformasyonun kendisinin alınıp satılan bir meta haline gelmesine sebebiyet vermiştir. Dijital transformasyonla kazanılmış soyut güç ile ticari amaçların bir düzlemde kesişmesi kazanç sağlanması adına çeşitli sınıfsal fraksiyonlarda bölünme yaşanmasının zaruri görülmesine sebebiyet vermiştir.

⁶ <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/2935>, Erişim Tarihi: 15.02.2022

1.1.5. Bireysel Medya

Enformasyon ağlarında yaşanan köklü devrimlerin, gelişimine ortam hazırladığı kitle araçlarının çeşitliliği, medyadaki karar önderlerinin birey ekseninde şekillenerek, boyut değiştirmesine sebebiyet vermiştir. Özgür birey ve kamu oluşturmada toplumların ihtiyaçları karşılama adına bilgi akışını sağlayan medya kuruluşlarından, teknoloji vasıtasıyla boyut değiştiren kitle araçlarının, bireysel rasyonalitenin oluşumuna olanak sunması, özerk yapılanmalardaki kontrol mekanizmalarının zayıflamasında etkili olmuştur.

Toplumsal olgulara dokunan medya ürünlerinin kamu değeri, ticari medya sağlayıcılarının, bireysel tüketici yararına hizmet eden karlı içeriğe odaklanmaları (Grassmuck, 2020, s. 59) doğrultusunda nicelik ve tutarlılıkları sorgulamaya açık hale getirmiştir. Schiller'in ifadesiyle dolaşımdaki imgeler ve enformasyon (Akt. Mutlu, 2005, s. 232), aygıtın teknik gereklikleriyle birleşerek teknolojik rasyonalite ile biçimselleşmiş ve tahakküm aracı haline gelmiştir. (Olgun, 2020, s. 194-195). Yeni dijital formların kitlelerin kullanımına açılmasıyla dönüşen tek boyutlu toplum, bilgi dağıtımının birey tarafından inşa edilmesini olanaklı kılmıştır.

Bireye kimlik kazandırarak kitle iletişimde özne konumuna taşınmasına olanak sunan medya endüstrisi, kişisel bilgi üretim ve paylaşımında yaşanan artışlar ekseninde kontrolsüz enformasyon kaynağı (Jowett ve O'Donnell, 2012, s. 52; Akt. Mete & Balta Peltekoğlu, 2021, s.5) olarak statükosunda kayıp yaşamaya başlamıştır. Birey ekseninde özgür veri akışını sağlamayı talep eden savunma yapısı, daha fazla sayıda insan için hayatı kolaylaştırmakta ve insanın doğa üzerindeki hakimiyetini genişletmektedir (Herbert, 2003, s. 8-9). Yanı sıra bu bilgi paylaşım çeşitliliği, (...) “zamansal olarak ortaya çıkan ve uzamsal olarak dağılmış bir eylem ve sözler bağının” (Schatzki 1996, s. 89) somut olarak gerçekleşmesine atıfta bulunmaktadır (Schatzki 2001b, s. 53). Bu nedenle uygulamalar ne bireysel güdülerin bir toplamı olarak ne de evrensel bir yapının zorunlu sonucu olarak tanımlanabilmektedir (Gentzel, Krotz, Wimmer, & Winter, 2019, s. 95).

Çevrimiçi iletişimdeki bireysel katılımcılar asıl itibariyle kamuya hitap eder, ancak bunu genellikle yarı özel bir iletişim modunda yaparlar (Rasmussen 2009; Akt. Kovic,

2007, s. 59) Burada ilgi çekici olan, gerçekliğin kişiler tarafından bireysel olarak inşa edilmesinden çok, sosyal bir fenomen olarak inşasıdır (Breyer-Mayländer, 2018, s. 34).

1.2. Medya Organlarının Teknik Açıdan İncelenmesi

İletişim teknolojilerinin insan yaşamına entegre edilerek, gönderen (De. Sender) ve alıcı (De. Rezipient) arasında fiziksel bariyerlerin kaldırılması, enformasyon akışının hızlanmasına ve medyanın dönüşüm sağlayarak özerkleşmesine etki etmiştir. Teknik araçlarla bilgiye erişimin doğrudan olanaklı kılınması da, koşulsuz toplumsal ön kabulle enformasyonun serbest dolaşımında egemenliğini tahkim etmiştir. Sanayi devriminin ortaya çıkardığı yeni bileşenlerin etkisi altında kalan sosyo-politik yapı, medya organlarının heterojen olarak kullanımına zemin hazırlayarak, içerikleri uzamsal boyutta erişilebilir hale getirmiştir.

Köklü dönüşümlerinin oluşturduğu müşterek yapıyı akademisyen Harry Pross'un tipolojisinde, teknik cihazların iletişim sürecinde medyada ne ölçüde etki ettiğine vurgu yaparak (Fahlenbrach, 2019, s. 3), bu parametreleri üç parametre altında sınıflandırma yoluna gittiği görülmektedir. Bunlar sırasıyla; ses, yüz ifadeleri, jestler ve beden dilinin diğer yönleri gibi herhangi bir aygıtı içine almayan temel insani iletişimi kapsayan birincil medya (De. Primäre Medien) gibi yazı, basılı medya, müzik, bayrak veya grafik gibi teknik ekipman olmadan alınabilen iletişimsel işaretlerin üretimi için teknik ekipmana dayalı medyayı bünyesinde barındıran ikincil medyanın (De. Sekundäre Medien) yanı sıra kayıtlar, telefonlar, filmler, televizyon, radyo veya bilgisayarlar gibi iletişimsel işaretlerin üretimi ve alımı için teknik ekipman gerektiren medya olan üçüncül medyayı (De. Tertiäre Medien) (Fahlenbrach, 2019, s. 4) ana akım bünyesinde listelenmiştir.

Verilerin ortamla dönüştürülmesi sağlanarak, dijital ağ kodlarıyla sunulması insanın iletişim sürecinde formüle bir şekilde beslenmesini olanaklı hale getirmiştir. Nitekim iletişimsel eylemin teknolojik ve sosyal olarak önceden oluşturulmuş aracı örneklerine vurgu yapan Krotz'da medya araçlarının insanların iletişim kurduğu teknik varlıklar olarak anlaşıldığına, belirli bir toplumda ve çağda günlük yaşam, kültür ve toplumla (ve dolayısıyla sosyal kurumlarla) bütünleşiklerini ve insanların bunlarla ilgili olarak geliştirilen sosyal ve iletişimsel pratiklere sahip olduklarına dikkat çekmektedir. (Krotz, 2001:03; Akt. Gebhardt, 2008, s.17). Bununla kastedilen, teknik medyanın kendine

özgü teknolojik sistem özellikleriyle iletişim sürecini önceden şekillendirdiği ve belirlediğidir (Gebhardt, 2008, s. 17).

Dijitalleşmeyle birlikte başlayan medya ortamlarındaki dönüşümler, küresel boyutta bir yayılıma olanak sunmakla birlikte, fiziki hakimiyette alanının genişlemesiyle denetim alanında kayıpların gözlemlenmesi söz konusu olmuştur. (Hiper) metinsel yazılı ve resimli medya biçimleri arasındaki ilişkide kaymaların (Sebald & Döbler, 2018, S. 16) mevcudiyeti de, medya ortamlarındaki girdilerde hızla birlikte artış ve çeşitlenmeye olanak sunmuştur. (...) Çevrimiçi medyanın yayılması, sosyal ağlar, forumlar, bloglar, wikiler vb. 'yeni' web tabanlı tekliflerin 'eski' içerikle büyük ölçüde medyanın bağlantılı olduğu anlamına da gelmektedir (Sebald & Döbler, 2018, s. 16).

1.2.1. Gazete

Kitlelerin iletişim dünyasına doğrudan etki eden araçların birincil alanını oluşturarak ve toplumun temsili olguları üzerine kaçınılmaz girdileri sunarak referans sağlayıcı kimliğine bürünen geleneksel yayın kuruluşlarının somut çıktısı olan gazeteler, insanlara belirli veya düzenli aralıklarla bilgi verme amacıyla (Tokgöz, 2014, s. 131) rol üstlenerek mekanik çoğaltma yoluyla erişilebilir hale getirilen, genel ilgi ile karakterize edilen ve olaylardan alınan kolektif, çeşitli bir içeriğe sahip bir yayın olarak tanımlanabilir (Löbl, 2017, s. 78).

İlk kez 19. yüzyılda haber olarak karşımıza çıkan gazete teriminin (Meier, 2018), Otto Groth tarafından 1927-1930 yılları arasında kaleme alınan dört ciltlik gazete vesikasında/bülteninde sosyal bir kurum olarak şu maddeler bünyesinde sınıflandırıldığı görülmektedir:

1. Güncellik (De. Aktualität): Şimdiki zamanla ilgili, güncel alaka düzeyinde.
2. Periyodiklik (De. Peridiotät): Düzenli aralıklarla yayınlanma.
3. Kamuoyu tarafından bilinme (De. Publizität): Kamuya açık ve genel olarak herkes tarafından erişilebilir.
4. Evrensellik (De. Universalität): Tematik çeşitlilik. (Meier, 2018)

Gazete tüm bu özelliklerinde yüksek bir standart için çaba göstermektedir. (...) Doğrusu medya araçlarını (...) radyo ve televizyondan gazeteyi ayıran beşinci özellik olan,

zamandan ve mekandan bağımsız kullanım özelliği sunan kullanılabilirlik (De. Disponibilität) olmuştur (Meier, 2018).

Yerleşik toplum üzerinde belirleyici bir güce sahip olan gazetelerin haber yayın organı olarak temsili düşünce iletilerini okur kitlesinin onamına sunarak, evrensel uygarlık kurma gayreti gütmeleri kaçınılmaz bir gerçektir. Kurumsal kaynaklarla kamu bilincine ayna tutulması, iletilerin tüketiminde temsili bir zafere ulaşmayı olanaklı hale getirmektedir. Kanaat önderi gazetelerin metinleri (Preußer, 2005, s. 19), mutlak ölçülere gölge düşüren baskın içeriklerine göre gruplandırılır. Basında kamusal soruların ele alınmasına verilen özel önem göz önüne alındığında, gruplaşma birincil olarak siyasi ve siyasi olmayan bir basın olarak yerleştirilmektedir. Süreç temelde doğrudur, ancak iki kategori arasındaki ayrım çizgisinin keskin olmadığı unutulmamalıdır. (Löbl, 2017, s. 79) Hegemonik güçlerin bizatihi gazete vasıtasıyla sınırları yeniden oluşturma çabası gösterdiği ilk yayın yaşamında siyasi basın içinde her şeyden önce, bir yanda günlük gazeteler diğer yanda ise haftalık ya da aylık yayınlar ve her ikisinin arasında haftada birkaç kez çıkan gazeteler grubu yer almaktadır. (...) Siyasi olmayan basında ise, uzman dergiler ile eğlence dergileri arasında bir ayrıma gidilmektedir (Löbl, 2017, s. 80-83).

Meşru bir etkin bilinç oluşturmada bilginin refleksif olarak iletiminin formalizmi, yayın modellerinin sembolik kabulünü gerekli kılmıştır. Merkezi ve temellendirilmiş yayın ölçütleri, olgulara netlik kazandırarak, ön kabullerini arttırmaktadır. Gazetenin yayın döngüsünde belirleyici olan günlük görünümünün, basılı olduğu kağıdın, formatının, kendi kendine yeten doğasının, haberleri belirli bir hedef grup için bir araya getiren tutarlı konseptinin, tanımlanmış bir kitleye hitap etmesinin, bilgi ve yönlendirme de baskın işlevlere sahip olmasının, halk için merkezi bir rol oynamasının yanı sıra güncellik anlayışını zaman boyutuna dayandırarak evrensel bir konu çeşitliliği (Mast, Spachmann, & Georg, 2019, s. 59-60) sunuyor olması, kitleler bünyesinde fikri bir özerklik düzeyine erişebildiğini göstermektedir.

Araçla yayın döngü normlarını şekillendirerek verilerde gerçekleştirilen reproduksiyon, daha önce ilahi irade olarak yorumlanan olaylar, daha ayrıntılı temsillerinde, siyasi bir temele dayanan insan eylemlerinin sonuçları olarak giderek daha fazla tanınabilir (Kuhn A. , 2018, s. 186) ve aynı zamanda nesnellikleri ve eleştirel bakışları eksik olsa da

(Maigret, 2013, s. 51) sizi bütün olayı anlayabileceğiniz şekilde olayın içine daldırır. (Rigel, Batuş, Yücedoğan, & Çoban, 2005, s. 24).

Gazetelerin kendi logos unsurları, belirgin bir okur kılavuzluğu, iyi okunabilirlik ve içeriklerin genel olarak açıkça sunulması (Küpper, 2004:257; Akt. Feuß, 2013, s.70) güven oluşumunu zımni/örtük olarak sağlayarak, ilişkili ölçülerinin rasyonel simgeleriyle varlığını sürdürmektedir. İşlevselliğin devamlılığı ise “baştan çıkarıcı, kullanışlı ve bilgilendirici girişler, yani okuru metinlere götüren kapılar” (Barmettler, 1995:290; Akt. Feuß, 2013, s.70-71) aracılığıyla yerleşik ön kabullerin temellendirilmesine sebebiyet vermektedir.

1.2.2. Televizyon

Zaman bilincinin insanın dönüşümüne biçimsel göstergelerle temsili değer katarak, kitleleri durağanlıktan soyutlayan bir hiyerarşinin oluşumuna tesir eden gözetim mercileri sadece yeni etkileşim formları yaratmamakta, aynı zamanda farklı özelliklere ve sonuçlara sahip yeni eylem türleri ortaya çıkartarak (...) giderek modern dünyanın ortak özelliği haline gelen 'uzaktaki eylem' türlerine (Thompson, 2008, s. 154-155) kaynaklar sunmaktadır. Gizil güçlerin periferik ağ vericileriyle oluşturdukları yeni haritaların endüstri kanalındaki enformasyon paylaşımında edimsel olarak belirleyici olması da, insanların günlük olarak medya kullanımına harcadıkları zamanı, uzun vadede önemli ölçüde arttırmıştır (Mast, Spachmann, & Georg, 2019, s. 25).

Televizyonun, alımlayıcılar tarafından kullanılması bütün ve parça arasında bir temel teşkil ederek “üst-aracı” (Eng. meta-medium) statüsüne, yalnızca dünyaya ilişkin bilgimizi değil, aynı zamanda bilme yollarına ilişkin bilgimizi de yönlendiren bir araç statüsüne erişmesini olanaklı kılmış (Postman, 2016, s. 101-102) ve böylelikle demokrasinin ve popüler kültürün anavatanlarında bir kitle iletişim aracı (Bösch, 2019, S. 210-211) haline gelmiştir.

Sürdürülebilir yapısal unsurlar, içeriklerin sürece işlevsel olarak entegre edilmesinin yanı sıra bir dönüşümün de habercisi olmuşlardır. Bu hususu yazar ve bir iletişim kuramcısı olan Neil Postman’ın “Televizyon: Öldüren Eğlence (Eng. Amusing Ourselves to Death)” adlı eserinde şu şekilde ele aldığı görülmektedir: “Merkezinde telgraf ile fotoğrafının bulunduğu ondokuzuncu yüzyıl başının iletişim medyası bir “ce-

ee” dünyası yarattı, ama televizyon çıkana kadar bu dünyada yaşamaya başlamış sayılmayız. Televizyon, görüntü ile çılgınlığın etkileşimini mükemmel ve tehlikeli bir kusursuzluk katına çıkararak, telgraf ile fotoğrafın epistemolojik yönelimlerini en güçlü biçimde dışa vurmaya sağlamıştır” (Postman, 2016, s. 101-102). Televizyonla birlikte fikri eğilim, yalnızca bilgiyi depolama ve iletme süreçlerini değil, aynı zamanda algılama ve görme biçimini de derinden değiştirmiştir. Televizyon (birbirleri arasındaki tüm rekabete rağmen) kendi çıkarları, önemli ekonomik kaynakları ve siyasi araçları olan uluslararası ve zaten küresel bir organizasyon olduğu için toplumu ve dünyayı da değiştirmektedir (Reichert & Bettmann, 2018, s. 26).

Kuşkusuz medyanın temel gücü olan söylemin temsilini sağladığı içkin düşünce anlayışı, kitleleri duygusal olarak harekete geçirici görüntüler üretir ve bunlar alıcılar tarafından içeriğe gösterilen ilgiyi artırır (Schenk, 1995; Akt. Gölz, 2018, s. 20). Televizyon, Bourdieu'nün terminolojisinde de: “aktörler ve kurumların -eşit olmayan güçlere sahip ve bu kapsamı oluşturan kurallara göre- birbirleriyle savaştığı bir alandır.” (Bourdieu, 1993: 129; Akt. Reichert & Bettmann, 2018, s. 29). Menfi otoritelerin kamusal alandaki prestij arayışının yadsınamaz sonuçları arasında yer alan televizyonun temsili konumu, onun bir sosyal kurumun ve bir organizasyonun maddi olarak görünür ve mekansal olarak mevcut temsilcisi (Reichert & Bettmann, 2018, s. 19) olmasının göstergesidir.

Televizyon, analitik üslup ile kurduğu dünyanın oluşturduğu çağrışımlarla “anlamlarının ve zevklerinin istikrarsızlığı ve bolluğu nedeniyle homojenleşmesi ve hegemonyası başarısız olan kendi gücüne karşı bir direnişler ağı başlatır ve kıskırtır” (Winter/Mikos, 2001, s. 133f; Akt. Wallner, 2018, s.83). Aynı zamanda değişime direnç geliştirerek (Kaltenbaek, 2007, S. 152) kendine özgü geleneklerin sayısını arttırır.

1.2.3. İnternet

Endüstriyel ağların, bilgiyi toplama ve yayma yoluyla toplumsal koşullarda ve gelişmelerde kilit rol oynamayı önceledikleri çoğul biliş işleyişi, 1989'dan itibaren Cenevre'deki CERN'de⁷ Tim Berners-Lee tarafından tasarlanan ve hiper metin temelinde her türlü bilgi ve iletişim için tek tip bir arayüz sağlayan WWW(World Wide

⁷ Conseil Européen pour la Recherche Nucléaire (Tr. Avrupa Nükleer Araştırma Merkezi)

Web)'nin geliştirilmesi ve yayılması (Zimmer; 2004, 2005:169; Akt. Betz & Kübler, 2013, s. 46) ile birlikte toplumsal bağımsız hareket bilincine yönelimin şekillenmesine katkı sunulmuştur. Zamanın işlevsel döngüsü içerisinde internet teknolojisinin daha da geliştirilmesi, yeni dijital medya teklifleri, yeni etkileşim ve ağ oluşturma olanakları ile toplumun daha fazla medyalaşmasına katkıda bulunmuştur (Wallner, 2018, s. 4).

Küresel boyutta yeni etkileşim olanakları sunan internet, tikel çeşitlilikleriyle beklentileri de arttırmıştır. Medya sisteminin tamamındaki ekonomik yönelimin artıyor olması, teknik değişikliklerde yeni medya türlerini ve bunun sonucunda da giderek artan daha fazla özel grup, hedef grup ve nihayetinde bireysel medyanın kurulmasını sağlamıştır (Jarren/Donges, 2002b, s. 239; Akt. Wallner, 2018, s.10). Bağımsız olarak kullanılan etkin gücüyle internet, çok sayıda heterojen aktör ve kurum tarafından işletilen ve özerk olarak yönetilen küresel bir bilgisayar ağı (Borucki & Wolf, 2019, s. 12) olmasının yanı sıra ticari ve ticari olmayan, profesyonel ve amatörce tasarlanmış medyadan oluşmakta, ayrıca tüm geçiş ve ara formları içermektedir (Schulz-Bruhdoel & Bechtel, 2011, s. 14).

İletişimi ütopyik bir evreye taşıyan ağların, pratikte meşru etkileri yapısal olarak azımsanarak gelişen dijital yakınsama ile birlikte, tüm medya aktarım yolları ve formatları, internet uygulamalarına giderek daha fazla entegre edilmekte ve platformlarında kullanıma sunulmaktadır. (Borucki & Wolf, 2019, s. 12). Türdeş formların merkezi uzlaşmaları küresel ağ içerisinde kullanıcıların kendi profillerini sunmalarına olanak tanımakta, birbirleri arasında iletişimi teşvik etmekte, kolayca sosyal bağlantılar ve gruplar oluşturmakta ve iş birliğine davet etmektedir (Schulz-Bruhdoel & Bechtel, 2011, s. 98).

Zaman içerisinde bire-çok (Eng. one-to-many) klasik kitle iletişim araçları da çevrimiçi iletişimin diğer iletişim ilişkileri için seçenekler ve araçlara sahip olmasına rağmen, çoktan çoğa (Eng. many-to-many) internet iletişimi haline gelmiştir. Özellikle uygulamalı ağ veya “Web 2.0” zamanlarında, “üretici” olarak adlandırılan, aynı zamanda medya içeriğinin üreticisi ve tüketicisi olan internet kullanıcısının rolü gelişmiştir (Borucki & Wolf, 2019, s. 14). Bu gelişme ile birlikte oluşan yeni görüntü, insanların bilgi arama ve edinme konusunda kendilerinin de aktif olmaları ile paralellik göstermektedir (Mast, Spachmann, & Georg, 2019, s. 51).

Devrim niteliğindeki dönüşümlerin getirdiği yeni tecrübeler, mevcut aktivitelerin seçici medya operasyonlarında heterojen yapıların şekillenmesine ve toplumların karmaşa altında bırakılarak, evrensel aksiyomların hedefi olmalarında da kaçınılmaz olmuştur. Bilgi teknolojisi süreçlerinin bizi çevreleyen maddi ortamdan kopması deneyimi, insanları erkenden rahatsız etmiş ve zihinsel bedensiz figürlerin ortaya çıkmasına yol açmıştır (Borucki & Wolf, 2019, s. 232). Ortadan kaldırılan zamansal mesafeyle nesnelerin fenomenolojik bir örüngü içerisinde ağ üzerinden kitlelerin ön kabullerinin şekillenmesine dolaysız kaynak sunması, töze erişimde sağlanacak olan olası yararların aleyhine olmasının yanı sıra, kurgulanan gerçek hakikatleri, görünen bir dünya da gerçekleri bastırmaktadır (Schweiger, 2017, s. 5).

1.2.3.1. Sosyal Medya

Web 2.0 ile şekillenen ağ yapılarının teknolojik alışkanlıklarda yeni deneyimler sunmasına yol açmasıyla birlikte, insan faktörünün ileti akışında dinamik kazanması söz konusu olmuştur. Edimsel ağların kitleler nezdinde hiyerarşik bir yapı oluşturmaları, algının yeniden şekillenmesine (McLuhan; Akt. Rigel, Batuş, Yücedoğan & Çoban, 2015, s.15) sebebiyet vererek, yerleşik düşünce de transformasyonların baş göstermesini olası hale getirmiştir. İnşa edilen kimliksiz kişiliklerin kolektif kanaat oluşumuna temsili katılım sağlıyor olmaları, kullanıcı temelli içeriklerde bağlamın (De. des Kontexts) tüketiminde kitleleri bilinmezliğe savurmuştur.

Sosyal medya ile oluşturulan yeni alanlar, etkinin sağlanması adına koşullarda optimizasyon gerçekleştirerek, enformasyonla anda etkileşim içine girmeyi olanaklı hale getirmektedir. Somut bir dengenin kurulabilmesi adına kişisel ve değişken olanın, istikrarlı ve kolektif bir paradigmaya yeniden dahil edilmesinde, olayların, anlatıların ve tanıklıkların daha fazla kişiselleştirilmesi (Sebald & Döbler, 2018, s. 43) gerekli görülmektedir. İnsanların her türden bilgiyi dijital ağ bağlantılı medya yardımıyla başkaları için erişilebilir hale getirmeleri (Schmidt & Taddicken, 2017, s. 4) veri paylaşımında sınırları bertaraf etme suretiyle ağı, toplumsal mülahazada birleştirmektedir.

Sistemli bir etkinlik ağı kuran sosyal medya, sosyal kamusal alanın yapılarını da değiştirir. İletişim içeriğini (potansiyel olarak) büyük bir grup için görünür ve erişilebilir kılan başka modlar, arenalar ve bağlamlar sağlayarak “kitle iletişim”

modunun ve kurumsallaşmış biçimlerinin egemenliğini kırarlar. Bu durum mahremiyet anlayışını ve bilginin kendi kaderini tayin hakkını etkiler, çünkü kişisel bilgiler üzerinde kontrol ve hedef kitlelerin sınırlarının belirlenmesi bazen kasıtlı olarak, ancak çoğu zaman kasıtsız olarak daha zordur. Sosyal medyanın içeriği genellikle herkese açıktır veya belirli kullanıcı grupları tarafından erişilebilirdir ve bu nedenle “kısmen herkese açıktır”. Buna, içeriğin değişken olmaması da eklenir, çünkü sosyal medya içeriği genellikle zamana bağlı olarak sunulur ve en azından belirli bir süre için kullanılabilir (Schmidt & Taddicken, 2017, s. 5).

Niteliksel süreç değişiminin kitlelerin uygulama alanlarındaki eğilim ihtiyaçlarını çevrelemesi, yeni boyutların uyumlu hale getirilerek geçerlilik kazanmasına etki ederek medya ve ağların gündelik doğasıyla desteklenmekte (Mergel, Müller, Parycek, & Schulz, 2013, s. 21) ve fikir alışverişi için yaygın olarak kullanılan platformlar (Schweiger, 2017, s. 8) olarak kullanıcıları tarafından temsil edilmektedir.

Öznelerin katılımında ilkesel fragmentasyon faktörlerinin belirlenmesi, büyük ölçüde epistemik bir etki oluşturmalarının yanı sıra iletişim teknolojileri düzeyinde, çevrimiçi medya genellikle aktörler için çok çeşitli müdahale ve geri bildirim seçenekleri sunmaktadır. Neuberger (2009: 21) bu nedenle çevrimiçi iletişim bağlamında “genişletilmiş katılım (De. erweiterten Partizipation)”dan söz etmektedir. Depolanan bilgilerin dijital kodu, web tabanlı iletişimlerin daha kolay düzenlenmesine, silinmesine veya yeniden birleştirilmesine de olanak tanımaktadır. Ek olarak, düşük eşik erişim sayesinde, daha fazla insan dijital veri üretebilir ve yeniden formüle edebilir (Bruns, 2008; Ritzer ve Jurgeson 2010; Akt. Sebald & Döbler, 2018, s. 58).

Sosyal medya aracılığıyla kaynakların Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, Wordpress, Flickr, Xing, LinkedIn vd. sayısız platform aracılığıyla desteklenmesi, içeriğin kullanıcıların kendileri tarafından oluşturulduğu ve aynı zamanda yapılandırılmış bir şekilde onlara erişilebilir hale getirildiği çeşitli web servislerini giderek daha fazla birleştirilmektedir (Mergel, Müller, Parycek, & Schulz, 2013, s. 21). Çevrimiçi içerik yayınlama ve düzenleme serbestisinin iletişimde oluşturduğu tartışmalı hipergerçeklik, safi görüntüyü arka planda bırakmaya sebebiyet verebilmektedir.

BÖLÜM II: ÇEVİRİ VE ÇEVİRİNİN KİTLE İLETİŞİM ARAÇLARINDAKİ KULLANIMI

Çalışmanın ikinci bölümünde çeviri kavramına tanım getirilerek, çevirinin kitle araçlarındaki uygulama biçimleri yazılı medya, görsel-işitsel medya ve internet medyası altında ele alınmış olup, iletişim protokollerinin dijital kültürdeki çeviri stratejilerine açıklamalar getirilmiştir. Çalışma görgüllüğünün artırılması adına sosyal medya ağları Facebook, YouTube, Instagram ve Twitter içeriğindeki paylaşım konseptleri ve çeviri algoritmaları incelenerek, çeviri formları hakkında açıklamalarda bulunulmuştur. Çeviri kuramları ışığında çevirinin medya aygıtlarında kullanımı ele alınarak, kuramsal çerçeve temellendirilmiştir.

2.1. Çevirinin Kısa Tanımı

Belirli dizgelerle temellendirilen dil yapılarının evrensel olarak kitlelerle olan korelasyonunda mutlak bir muamelede bulunabilmesi noktasında başat yükümlükleri üstlenen çeviri faaliyeti, toplumsal ve kültürel olguların meydana getirdiği hudutlar arası farklılıkları dilin görüngüsel özellikleri kapsamında bir ilki başka bir ilkte göz önüne sererek (Uygur, 1994, s. 57) gidermektedir. Bu nedenle çeviri, yalnızca özdeş bir şey yaratamayan değil, aynı zamanda anlama çabasında her zaman farklı bir düzene (çevirinin yapılacağı dil sistemine) geri dönen ve dolayısıyla yeni bir düzen üreten bir prosedürdür (Engel & Köngeter, 2019, s. 1).

Sosyal düzenin kompleks yapısına mevcut normlarıyla katkı sunarak, eşdeğer bir bildirişimi olanaklı kılan çeviri etkinlikleri, anlama ve yorumlamanın belirleyici olduğu bir “farklılaştırma” süreci olarak (Yücel, 2016, s. 108) kabul edilmekle birlikte Luhmann’ın kuramlarını çeviriye uyarladığımızda çeviri sürecinin her aşamasında yer alan değişim dinamiklerini görmekteyiz. Kuramın yapısalcı özelliği sayesinde, kültürel üretimin “sense” bakışının, sürece dahil olan aktörler tarafından yapılan seçimlerin ve beklentilerin sonucu olduğu görülmektedir (Arı, 2014, s. 51).

Bir dilden başka bir dile yapılan transfer sürecindeki karmaşık olgular da, çevirmen edinçleri kapsamında alınan kararlarla şekillendirilen translatumun işlevine pratikte katkı sunmaktadır. Nitekim Antony Pym de çevirmenlerin çevirinin tarihsel gelişimini

etkilediklerini, bu nedenle çeviri üzerinde kendi kimlik ve gündemleriyle nedensel bir etkiye sahip olduklarını öne sürmektedir (Arı, 2014, s. 51).

Her yerde ve her zaman, farklı dillerden insanların birbirleriyle bir ilgisi olduğu ve diğer dillerdeki ifadeleri ve metinleri veya daha eski dil seviyelerinden tanıklıkları anlama ihtiyacı veya zorunluluğunun olduğu ve bunun mümkün olmadığı yerlerde ortak bir dil kullanma ve dil becerileri sayesinde iletişim kurabilen, anlaşılmaz veya ulaşılmaz olanı anlaşılır hale getirebilen tercümanların (Koller, 2004, s. 25) salt imtiyazlar dahilinde gizleri yetkin bir kimlikle görünür kılıyor olmaları söz konusudur.

Yazılı bir taslağın bir dilden diğerine yazılı olarak aktarıldığı (Stolze, 2016, s. 9) çeviri faaliyetlerinde birbirine benzer iletişimsel işlevi olan metinler, dilden dile apayrı dilsel eşdeğerliklerle olsa bile, benzer bir yöntemle aktarılmayı gerektirebilir (Göktürk, 2002, s. 17). Buradaki faaliyetinin bir yöntemle temellendirilerek çeviri sürecine olgunluk atanması, anlamsal kayıpların giderilerek yarara hizmet edilmesi noktasında translatumun nitelik elde etmesine olanak sunmaktadır.

Sosyal ve politik hayatta kalma mücadelesinde somut insanın (Buden 2008, s. 11; Akt. Engel & Köngeter, 2019, s. 2) erişimine sunularak farklı olguların çeviri aracılığıyla tetkikinin gerçekleştirilmesinde ve toplumsal kabullerin sorgulandığı çeviri faaliyetlerinde süreç gerekliliklerine çeviri yoluyla karşılık verilmesi, farklı mahiyetlere yönelimi gerekli kılmaktadır. Bu gereklilik aynı zamanda dilsel mitlerin çeviri öncülüğünde mutlak dizgelerle netlik kazanmasında bütünleştirici bir rol üstlenmektedir.

2.2. Çevirinin Medyadaki Uygulama Biçimleri

Heterojen bir yapıya sahip insan topluluklarının, değişen dünyadaki iletişim süreçlerinde ortamın sunduğu iletilerin temel işlevleri bağlamında kaynağın aktarım ve alımlanmasında içtimai etkenlerle bir kaosla karşı karşıya kalmaları kaçınılmazdır. İletişim teknolojilerinin yeni medyadaki katılımsal faaliyetleri iletişim faktörel olarak dönüşmesini olanaklı hale getirerek, bilgiye erişimde tercihe açık bir dikkat atfetmiştir. Yapısal olarak gelişen medya araçlarının da dil dizgeleri aracılığıyla sayısal ağlarla kitleler üzerinde fenomenal bir etki oluşturmaları, küresel arenada çevirinin medya ile olan örüntüsünün sorgulanmasına zemin hazırlamıştır.

İletilerin özel bir amaç üzere bilgi kaynağı aracılığıyla depolandığı ve/veya iletildiği medya teknolojisinin toplum ve kültür için en önemli sonuçlara sahip olduğu ve (...) bununla birlikte medyanın öneminin taşıdığı içeriğin ötesine geçtiği ve formun teknikliği ve medyalitesinin içeriğin hem iletimini hem de alımını şekillendirdiği (O'Connor, 2022, s. 13-14) görülmektedir. Bu kaynakların bilateral olarak dağılımının boyut değiştirmesi ünlü toplum bilimci, iletişim kuramcısı Marshall McLuhan'ın da dile getirdiği üzere ortamın, teknik özelliklerinin dikkate alınmasını ve bir nesnenin biçiminden kazandığı anlamın araştırılmasını gerektirmiştir (O'Connor, 2022, s. 13-14).

Mülki bir egemenlikle çevrelenen maddesel araçların, anlam olmaksızın, anlamın üretimine katkıda bulunan tüm fenomenleri ve koşulları (Gumbrecht 2004, 8; Akt. Littau, 2015, s. 84) entelektüel eğilimin merkezine yerleştirerek, ileti ve yayın organlarını bünyesinde Kuhn'un da dikkat çektiği üzere iletişimde bir paradigma kaymasına sebebiyet vermesi olasıdır. İletim için bir gövdeye veya bir ağıta (Littau, 2015, s. 85) dayanan iletişim olgusu, teknik açıdan toplum içerisindeki eyleyenlerin yeni medya araçları örüntüsünde dönüşümüne katkı sağlamaktadır. Çeviri “dünya kültürünün gelişiminde büyük bir şekillendirici güç” olduğundan ve olmaya devam ettiğinden (Littau, 2015, s. 84), simgelerle hitap ettiği yapısal olgularla medyanın yalnızca taşıdıkları içerikle değil, maddi ve teknik özellikleri aracılığıyla algılarımızı ve dolayısıyla zihniyetlerimizi aktif olarak şekillendirdiğine dikkat çeken Littau (...) çevirinin kendine özgü teknolojik ortamının izlerini taşıdığını iddia eden (O'Connor, 2022, s. 14) çalışmalara imza atmıştır.

Medyanın yumuşak bir güç olarak ivme kazanan dizgelerin belirli uyaranlarla işlenmesi ve bilginin ulusal sınırların ötesindeki muhataplara sunulması çeviri yoluyla olmaktadır (Schäffner, 2004: 120; Akt. Kalantiri & Gagnon, 2022, s.44). Çevirinin küreselleşmeye edindiği konum topluluk ve kültürlerarası etkileşimlerde özerklik kazanmasına imkan sunarak, araç vasıtasıyla gerçekleştirilen aktarımların mutlak formlara dönüşmesini olanaklı hale getirmiştir. Medyanın bu dönüşüm sürecinde belirleyici olması çevirinin iletişim kopukluğundaki tarafların dolaylı olarak birbirlerinin hatalarını ve sevaplarını değerlendirmelerine olanak verdiği için, hem ikna etmek hem de dönüş sağlamak açısından güçlü bir araç (Kuhn T. , 2018, s. 311-312) olmasında kuşkusuz önemli bir etken teşkil etmektedir.

2.2.1. Yazılı Medyada Uygulama Biçimi

Mekan ve zaman olguları ışığında kalıcılığını sabitliğiyle koruma çabasında olan matbunun dönüşümü, sadece metinlerin üretimi ve tüketimi açısından değil, aynı zamanda aktarımı açısından da önemli değişikliklerin meydana gelmesine (Littau, 2011, s. 270) ve fiziksel ortamın aşılmasına katkı sunmuştur. Endüstriyel gerekliliklerin giderilmesinde karasal yayın tarihinin çok yönlü ve karmaşık katmanları bünyesinde barındırması da, küresel iletişimin getirdiği zorlukların aşılmasını gerekli hale getirmiştir. Matbaa teknolojisi etrafında bir yayıncılık endüstrisi, nihayetinde yalıtılmış, özelleştirilmiş bir şekilde okuma eğiliminde olan izleyicilerine basılı iletişimi getirmek için gelişmiştir. (...) İletişimin bu aşamalarının uzun evriminde hareket, birçok türde iletişim platformu içinde ve arasında bir veya bir kaçtan çoğul bir iletişim durumuna geçmiştir (Montgomery, 2022, s. 29).

Sanayi endüstrisinin gelişimiyle artan gerekliliklerin giderilme ihtiyacının, ortamın şekillenerek farklı dışsal ağların kullanımını tetiklemesi, çeviri ve medyanın maddi koşulları arasındaki kesişimini (O'Connor, 2022, s. 20) hızlandırmıştır. Sürdürülebilir dizgeler bütününün otomatize edilerek, temsili kamusallığının hüküm sürdüğü geleneksel iletişim alanında (Habermas, 1989, s. 16) çevirmenler, uluslararası ağlar ve daha büyük üretim birimleri içinde yer aldılar (O'Connor, 2022, s. 20-21). Çevirinin topluluklar arasında kurduğu köprü de, sınır ötesi iletişimde kültürel kodların işlevselliğinde etkili olmuştur. Bununla birlikte çeviri, çok çeşitli entelektüel ve pratik çabalarda bilginin birleştirilmesi ve halklar arasında daha fazla iletişimin sağlanmasında ve sosyal ve politik hareketlerin dar ulusal sınırların ötesinde ilerlemesinde çok önemli bir rol oynamıştır (Hosington, 2015, s. 5-6).

Matbaanın fikirlerin dolaşımına katkı sunarak enformasyonun geniş kitlelere yayımlanmasında belirleyici olmasının, baskının çeviri talebinin ortaya çıktığı koşulları (...) ve yeni bir okur kitlesi ve bu okur kitlesine hizmet edecek çevirmenler yarattığı (Littau, 2011, s. 274) söylenilebilmektedir. Taleplerin çeviri faaliyetlerinde dinamik bir hal alması üretimin kalitesinin yükseltilmesi, aynı zamanda, basılı erişimin öğrenilmiş bir seçkinlerin ötesine geçmesine ve dolayısıyla, çevrilmiş metinde okunabilirlik, anlaşılabilirlik ve akıcılığa daha fazla vurgu yapılmasına katkıda bulunmuştur (Bachleitner, 2016; Akt. O'Connor, 2022, s. 20-21).

Yeni kodlar vasıtasıyla dönüşüme uğrayan iletişim biçimleri, etkileşimde olduğu çeviri faaliyetlerindeki kararların gelişimine doğrudan etki ederek, basılı metnin sabit ve istikrarlı olduğu görüşüne yönelik meydan okuma ve çeviriyi neyin oluşturduğuna dair daha yeni anlayışlarda bir yankı bulmuştur (Hosington, 2015, s. 8). Kamusal alanda içkin bir güç unsuru olarak çeviri eyleyeni mevcut kimliğiyle, dolayimli iletişimde (...), bir iletişim durumu içinde benimseyebilecekleri bir dizi farklı duruşa sahiptirler (Montgomery, 2022, s. 31-32).

Çeviri yoluyla tarihi somut izdüşümler de kaynak ile erek arasındaki gizil ilişki güç ve otorite sınırları içinde yazılı olan orijinal ile çeviri ve yazar ile çevirmen arasındaki hiyerarşinin sorgulanmasıyla başlanmış olup (Hosington, 2015, s. 8-9) yerleşik kabullerin çeviriler içinde yaratıldıkları sosyo-tarihsel ortamdan hiçbir zaman kopmazken, çeviriyi yapanlarla basımına çıkaranların çoğu zaman aynı gündemi paylaştığını görülmektedir (Hosington, 2015, s. 16).

2.2.2. Görsel İşitsel Medyada Uygulama Biçimi

Medyanın heterojen yapısının artzamanlı/diyakronik ihtiyaçları ön planda tutan perspektifi, insan topluluklarının bir yansıması olan sosyal gerçekliklerin sergilenmesinde görsel-işitsel çeviri araştırmalarındaki yenilikçi, çağdaş eğilimlerle büyük ölçüde (Di Giovanni E. , 2022, s. 402) sekron olduğu bir sürece evrilmiştir. Küreselleşen dünyada bilginin akışkan bir konuma geçerek, ulusötesi eşzamanlı kabülleri arttırması, ağların kitlelerle doğrudan etkileşimde olduğunun somut bir göstergesi olarak endüstriyel bazda şekil almıştır.

Ortam değişkenlerinin araçlar vasıtasıyla sistematik olarak belirgin ölçülerde enstrümanlarını belirli strateji ve tekniklerle görsel-işitsel boyutta çerçeveleyebildiği uygulamalar, kitlelerin duyu örgenleri yoluyla imlemi kavramada çeşitli disiplinlerin etkisi altında kalarak çoklu ve çeşitlendirilmiş analitik yaklaşımları ateşlemiştir (Di Giovanni E. , 2022, s. 404-405). Örüntülerin gelişen teknoloji ağları himayesinde, iktisadi yararın gölgesinde tarihsel bilince yön kazandıran görgül çalışmalara bir ufuk sunması, çeviri yoluyla yeniden bir inşada teşvik edici olmuştur. Kruger ve Doherty'nin belirttiği gibi, görsel-işitsel çeviri üzerine yapılan son araştırmaların çoğu görsel-işitsel metinlerin bilişsel işleminin incelenmesine odaklanmıştır (Kruger & Doherty; 2018b: 91; Akt. Di Giovanni E., 2022, s. 406). Gerçekten de, bu fenomen, özellikle medyaya

erişilebilirliğin görsel-işitsel çeviri çalışmaları içinde iyice yerleşmesinden bu yana (Di Giovanni E. , 2022, s. 406) ilgi görmüştür.

Teknolojik determinizmin sosyal etkileri, bir dizi teorinin realize edilmesini gerekli kılarak, başlangıçtaki kontaminantların zaman içerisinde kabulünde işlevsel eylem pratiklerini besleyerek, bilginin teknofiller aracılığıyla görsel gerçekliklere dayandırılarak serbest dolaşımını kolaylaştırmıştır. Görgül eşleşmelerin türevleri olan ortam dönüşümleri, ontolojik özdeş tasarrufunda belirleyici olmuştur. Akustik veya göz izleme araştırmalarının ilkelerine dayanan pragmatik ve bilişsel çalışmalardan yararlanan bu denemeler, görsel-işitsel çeviri araştırmalarında çok çeşitli yeni eğilimleri temsil etmektedir (Di Giovanni, Orero, & Agost, 2012, s. 15).

Görsel-işitsel çalışmalarda diller sessiz filmlerde tamamen eksik olmasa da, konuşmalar dünya çapında çok dilliliği sinemaya taşımıştır (O'Sullivan & Cornu, 2018, s. 17). Aynı zamanda görsel-işitsel çeviride eş zamanlı olarak ve dünyanın farklı yerlerinde, genel olarak iki kategoriye ayrılan şu süreçler ve yöntemler geliştirilmiştir: film üzerine bindirilmiş veya bitişik bir ekrana yansıtılan başlıklar biçiminde yazılı metinler ekleme; ya da orijinal diyalogları yerel dinleyicilerin anlayabileceği dillerde konuşulan satırlarla değiştirmenin yanı sıra karakterlerin konuştuğunu duymakla aynı anda okunabilecek başlıklar eklenmesiyle altyazı bilinir hale gelmiştir (O'Sullivan & Cornu, 2018, s. 18). Fakat altyazının anlama ve kavrama yükünün mevcudiyeti uygulamada belirli etkenlerin deney yoluyla iyileştirilmesini gerektirmiştir.

Kitle kültürüne görsel-işitsel ortam araçlarıyla entegre edilen teknik iletişim biçimlerinde çeviri uygulamalarının üretimi besleyerek diller arası geçirgenliğin bir parçası konumunda yer edinmesini kolaylaştırmıştır. İzleyicinin ortam materyallerine pratik bağlamda dil yoluyla erişmesi, çevirinin içeriği karakterize ettiği işlevsel ağda dağılımının gelişmesini sağlamıştır.

2.2.3. İnternet Medyasında Uygulama Biçimi

Sayısal ağ yoluyla niteliksel bir değişime küresel boyutta kaynak sunan web sunucuları, yayınlanan statik metin web sayfalarından oluşan bir bilgi deposundan, sosyal ağ sitelerinin, multimedya içerik paylaşım sitelerinin, dinamik olarak şarj edilmiş kullanıcı etkileşimli arka uçta çeşitli özel sunucu türleri ve veritabanı ve içerik yönetim sistemleri

tarafından desteklenen gerçek zamanlı iletişim ortamına (“Web 2.0”) dönüşmüştür. (Folaron, 2010, s. 446). Teknik olanaklarla sürekli olarak dönüştürülen araçlarla gerçekleşen hızlı dağılım, toplumlar üzerinde bağlayıcı etki yaratmıştır. Düzenli olarak gelişen ve bu nedenle genişleyen kullanıcı tabanı güvenilirlik ve bilgi üzerinde kişisel kontrol ve başkalarının hak ve tercihlerine saygı ile güvenilmesi gereken bir sosyal teknolojidir. (Berners-Lee, ve diğerleri, 2006, s. 3-4).

Erişilebilir bir sosyal ağ, Berners-Lee’nin “teknik olandan daha sosyal bir yaratım” (Berners-Lee 1999: 113; Akt. Jiménez-Crespo & Ramírez-Polo, 2022, s. 353) teorisiyle şekillendirilmiş olup, çeviri çalışmalarıyla eşdeğer bir düzlemde gelişme göstermiştir. Yazılı dilin sayısal işlemciler aracılığıyla işlenmesi ve aktarılması, bilginin dolaşımını hızlandırarak, web ortamı için programlanmış ve tasarlanmış insan-makine arayüzü (HMI) aracılığıyla etkinleştirilen ve kolaylaştırılan bilgisayar tabanlı araç ve teknolojiler aracılığıyla birbirleriyle iletişim kuran ve etkileşime giren insanlar, referans noktalarını aktarmaktadır (Folaron, 2010, s. 447). Bu süreçle çevirinin küresel bir ürün olarak web tabanlı kitle kaynak kullanımı ve çevrimiçi çeviri işbirliği günümüzde, yeni teknolojilerin, toplulukların ve ilgi alanlarının (insani, fan, bilgi, aktivist, bilgi alanları, yani insani, aktivist, bilgi alanları olan çoklu dinamik kavşaklarla yayılma, vb. konsolide bir gerçekliktir (Jimenez-Crespo; 2017a, Akt. Jiménez-Crespo & Ramírez-Polo, 2022, s. 361) ve çeviri uygulamaları (altyazılı, web lokalizasyonu, video oyunu ROM hackleme, vb.) çeviri sınırlarını genişleterek iç içe geçmiştir (Jiménez-Crespo & Ramírez-Polo, 2022, s. 361).

Web 2.0 ile birlikte tüketenlerin üretici konumuna da geçmiş olmaları çeviri faaliyetlerinin değişen teknoloji içerisinde senkron bir şekilde kademeli olarak yapılanmasına olanak sunmuştur. Katılımcı kitlelerin dijital ortam araçlarıyla fiziksel areadan soyutlanmaları, devimsel süreçlerin kapısını aralamıştır. Geniş bant ağı erişiminin artış göstermesiyle gönderici ve alıcıların temsili hedefleri ve ticari yararın belirginleşmesi sonucu web tabanlı etkinliklerin küresel boyutta diller ve kültürlerarası iletişimde sosyal bağlantının sağlanmasında yollar çeviriyle kesişmiştir. Çeviri açısından, sosyalliğin insanlık tarihi boyunca nasıl karakterize edilmesinin önemli olması (Cronin, 2013, s. 11) da teknolojik dönüşe yönelimi pekiştirmiştir.

Mikro ölçekte yapay dillerin ve protokollerin bir altyapısı olan web (Berners-Lee, ve diğerleri, 2006, s. 3-4) kitleler tarafından güncel ihtiyaçlara hizmet eden web tabanlı uygulama kaynaklarını, yani internet veya intranet üzerinden bir web tarayıcısı aracılığıyla erişilebilen veya bir tarayıcı tarafından okunabilir biçimlendirme dili ve tarayıcı tarafından barındırılan bir ortamda (Folaron, 2010, s. 447-448) sistemsel dizgelerin bir bütünü oluşturulmaktadır. Bu süreç çevirinin, küresel ürün, hizmet ve medya ürünleri alışverişini mümkün kıldığı için “küresel köy”ün gelişmesinde kilit bir rol oynaması (Jiménez-Crespo & Ramírez-Polo, 2022, s. 352) ve (...) bu bağlamda çevrimiçi metinsel, görsel-işitsel ve çok modlu içeriğin tüketimi ve bunlarla ilişkili yerelleştirme ve çeviri süreçleri artmaya devam ederek dil endüstrisinde en hızlı büyüyen sektör haline geliyor (DePalma ve diğerleri, 2015; Akt. Jiménez-Crespo & Ramírez-Polo, 2022, s. 352) olmasında kaçınılmazdır.

İnternetle yeni bir devinime erişen ağ protokollerinin günümüz çeviri uygulamalarında statü kazanması web destekli insan çevirisinin geleneksel olarak insan çevirmeninin çeviri görevinde repertuarına dahil edilen, ancak webe atfedilebilen veya Web'den ilham alan biçimlerde yeniden biçimlendirilen temel faaliyetleri içermekle birlikte (Folaron, 2010, s. 448) çeviri uygulamalarında ve çeviri mikro kozmosunda sürekli yeni gelişmeler sağlamıştır (Jiménez-Crespo & Ramírez-Polo, 2022, s. 354).

Web ve teknoloji etkileşimli çeviri uygulamalarında mevcut olan çeviri sürecini nicel semiyotik görüngüler, genel olarak web kullanıcılarının karşılaştığı çoklu çeviri desteği ihtiyaçlarını karşılamaktadır (Folaron, 2010, s. 448-449). Makine çevirisinin sistem çıkışının artan kalitesi göz önüne alındığında, tam otomatik çeviri kullanımı sürekli büyümektedir. Çeviri yönetim sistemlerinden farklı olarak, makine çeviri sistemleri genellikle özenle seçilmiş ve ayarlanmış kaynaklara dayanan kaynak metinlerden “uygun” çeviriler üretmektedir. Bununla birlikte, çeviri ürününün beklenen kalitesine bağlı olarak, ham makine çevirisi çıkışını çevirinin amacına uygun olarak getirmek ve engelleyecek ana çeviri hatalarını ve kusurlarını silmek için makine çevirisi sonrası düzenlenmesi gerekmektedir (Carl & Braun, 2018, s. 375). Çeşitli varyasyon girdilerine kolaylıkla erişim sağlanabilen çeviri örüntüleri, çevirmen faaliyetlerinde yenilikçi iletişim protokolleri aracılığıyla dijital kültüre tabi kalınma stratejileriyle vazgeçilmez kılınmaktadır.

2.2.3.1. Sosyal Medyada Uygulama Biçimi

Medya yakınsama süreçlerinin çevrimiçi algoritmalarla genişletilen ağı, iletişim eylemlerinin ve etkileşimlerinin Web 2.0 ile bağlantı kurmasıyla, içeriklerin siber ortamda işleme ve paylaşımında sürekliliği sağlamıştır. İletişim ağlarının ortam araçlarıyla enformasyonu dinamik bir boyuta taşıyarak, dijital örüntülerin yeniden şekillenmesi, konfigürasyon bağlantılarının incelenmesini gerektirmiştir. Kitlelerin eşzamanlı olarak ürettikleri sembolik içeriklerini başkalarıyla paylaşmak, yani topluluklar oluşturmak veya günümüzün modern dijital ve çevrimiçi ağları hayatta kalmak için çok önemli olmuştur. (Desjardins, 2022, s. 416). Kabaca “Web 2.0’ın ideolojik ve teknolojik temelleri üzerine inşa edilen ve kullanıcı tarafından içeriğin oluşturulmasına ve değiş tokuşuna izin veren bir grup internet tabanlı uygulama” olarak tanımlanan sosyal medya (Kaplan ve Haenlein 2010: 60; Akt. van Dijck, 2013, s. 4), insanların hayatlarını düzenledikleri yeni çevrimiçi bir katmandır. Bugün, bu platform katmanı, insan etkileşimini bireysel ve topluluk düzeyinde olduğu kadar daha geniş bir toplumsal düzeyde de etkilerken, çevrimiçi ve çevrimdışı dünyaları giderek daha fazla iç içe geçirmektedir (van Dijck, 2013, s. 4) .

Modern iletişim ağlarının katılımcıları, oluşturdukları indekslerle sürdürülebilir bir etkileşimi ana akım ortamlarını kullanarak, dil araçlarıyla sınırları kaldırma çabası gütmektedirler. Çeviri, bu çabanın süreklilik arzında ara yüzleri optimize ederek erişim ağının genişlemesine ve enformasyon akışının sürdürülebilirliğine siberetik düzlemde yarar sağlamaktadır. Aynı şekilde kültürel araçlar, dijital ortamlarında harekete geçerek, çevrilen ürünlerin erişimini genişletmekte ve ağ bağlantılı halkla ilişkilerini sürdürmek için sürekli olarak çeşitli medya ortamlarını tasarlamaktadır (Wang, 2022, s. 503-504).

Ağ tabanlı platformalar aracılığıyla yazılı ve sözlü girdilerin kitleler tarafından paylaşımının göreceli bir özerklik ve bağımsızlık bilinci kazandırması, siber alanda yükümsüz bir üretici olma durumlarını tetiklemiştir. Sosyal medya ile çevrimiçi sosyal medya ile alternatif medya arasındaki bazı bağlantıların mevcut olması çeviri ve çeviri çalışmalarının bu alanlarda nasıl kesiştiğine dönülmesini (Desjardins, 2022, s. 418-419) gerektirmiştir. Desjardins, kaleme aldığı “Çeviri ve Sosyal Medya (Eng. Translation and social media)” adlı yazısında, dünyanın baskın sosyal platformlarının çoğunun önce

İngilizce olarak geliştirildiğine ve bu durumun Silikon Vadisi⁸ gibi önemli dijital ve teknolojik yenilik merkezlerinde İngilizce'nin baskın olmasına bağlanabileceğine ve aynı zamanda İngilizcenin küresel, bilimsel ve teknolojik bir ortak dil olarak statüsünün bir ürünü olduğuna da dikkat çekmektedir. Nitekim, teknolojik olarak gelişmiş ağlar organize olarak, küresel olarak dolaşan içeriğe yanıt vermekte, kolaylaştırmakta ve güçlendirmektedir. Aynı zamanda kültürel ve bilgi akışlarını yeniden şekillendirmekte, yeniden yönlendirmekte ve kendi materyallerini üretmektedirler (Borodo, 2022, s. 435). Hemen her kitle iletişimi sağlayan bu tür uygulamalar toplum çevirmenliği, makine çevirisi, altyazı (çevirisi) ekleme, dublaj çevirisi, ses algılayıp çevirme ve sözlük gibi ücretsiz hizmet sunan ya belirli bir kaynak metin üzerinden çeviri gerçekleştirmeye ya da doğrudan kullanıcının bu araçlarla (çeviri yaparak) erek metin üretmesine yardımcı olan eklentileri mevcuttur. Bu araçlar sayesinde toplumların algılarının oluşturulduğu (Eng. perception management) ya da var olan algıların beslendiği söylenebilir. Çevirinin burada oynadığı rol ise a) içeriklerin doğrudan çevrilip belirli bir hedef kitleye yönlendirilmesi, b) çeviri yardımıyla doğrudan içerik (metin) üretimi gerçekleştirilmesi ya da c) bir alıcı olarak var olan içeriklerin çeviri yoluyla anlaşılmasıdır (Can, 2016, s. 1-2).

Çeviri endüstrisiyle beslenen ağda kitleler arası iletişimde şeffaflık temin edilmekle birlikte, karakterize edilmiş enformasyonun küresel boyutta dolaşımına yön verilmektedir. Çevirideki insan faktörünün ön planda olması, toplumsal bir olgu olarak çeviri hareketlerinin, belirli dillerin konumlarının ve bunlara bağlı olan kültür ve güç ilişkilerinin uluslararası alanda belirleyici olmaktadır (Arı, 2014, s. 211). Bu sebeple çevrimiçi sosyal medya platformlarında eşitsiz, tutarsız çevirinin ve bazen "yanıltıcı" çevirinin sonuçlarının dikkate alınması önemlidir. Sıradan kullanıcıların bilgi almak için çevrimiçi sosyal ağlarına ve çevrimiçi sosyal medyaya sıklıkla başvurduğu bir zamanda, kullanıcılar, içeriğin bir uygulama tarafından mı yoksa bir platformun otomatik çeviri özelliği tarafından mı otomatik olarak çevrildiğini ve eğitim verileriyle ilgili bilgileri kolayca tanımlayabilmelidir (Desjardins, 2022, s. 420-421).

⁸ Silikon Vadisi, Kuzey Kaliforniya'daki San Francisco Körfez Bölgesi'nin güneyinde kalan; ileri teknoloji, inovasyon, risk sermayesi ve sosyal medya şirketlerinin küresel merkezi olarak görülen bölgenin gayriresmî adıdır. Bkz. https://tr.wikipedia.org/wiki/Silikon_Vadisi (Erişim Tarihi: 08.05.2022)

Sosyal medyadaki değer yönelimleri kapsamında dolaylı oluşumlardaki dönüşümlerle evrimii toplulukların çoğu, medya yakınsamasının dinamik ekosisteminde enformasyonun gndericileri, alıcıları ve üreticileri haline geldikleri medya ürünlerinin tercümesi ve dolaşımı ile ilgilenmektedir. Çevrimiçi eviri toplulukları ve ağları, izleyiciler arasındaki farklılıkları tanımakta ve onlara bilgiye erişmek için alternatif yerel araçlar sağlamaktadır. Bu tür bilgileri, dağıtılmış içeriklerin anlamını ortaya çıkarmak ve ana akım endüstriyel alanlardan hala büyük ölçüde erişilemeyen benzersiz izleyici deneyimleri için kaynaklara dönüştürmek için kullanabilmektedirler (Wang, 2022, s. 501).

Her türlü bilgiyi erişilebilir kılan sosyal medyadaki işlevsel eylemlerin ağ tabanlı tanımlama getirilebilir varlıklarla oluşturdukları uygulama alanları, çevirinin üretimi için zamanı, kaynakları ve kitleleri destekleyerek, sürdürülebilirliği olanaklı kılmaktadır. Medya içeriklerinin oluşturulması, yayınlanması, etkileşim temelinde yorumlanması, içeriklerinin açıklanması, paylaşılması, katılım ve takibin sağlanması ve bir ağ üzere iletişimin sürekliliğin arzı başat unsurlar arasında yerini almaktadır. Çalışma grgllğn arttırılabilmesi adına, tüketiciler istatistiklerinden hareketle kitleler nezdinde popüler olan sosyal medya ağları olan Facebook, YouTube, Instagram ve Twitter mecralarında sunulan teknik eviri hizmetleri incelenecektir.

2.2.3.1.1. Facebook

Kitlelerin sayısal ağ sistemleri üzerinden iletişim kurmalarını olanaklı kılan platformlardan başlıcaları arasında yer edinen Facebook, sunduğu çoklu ortam formları aracılığıyla içeriklerin etkin ve verimli bir düzlemde içerik aktarımını mümkün kılmaktadır. Verilerin geniş kitlelere erişimin sağlanmasın öncelendiği bir platform olan Facebook'un protokolleri, tercih edilen yollarda kullanıcılara rehberlik ederek dolaylı bir sosyal pratiğe hegemonik bir mantık empoze etmektedir (van Dijck, 2013, s. 31).

Facebook, 2022'nin ilk çeyreği itibarıyla aylık yaklaşık 2,93 milyar aktif kullanıcısıyla dünya çapında en çok kullanılan evrimii sosyal ağı konumunda yer almaktadır. Ocak 2022 itibarıyla, Facebook'un lider kitle tabanı yaklaşık 330 milyon kullanıcıyla Hindistan'dayken, Amerika Birleşik Devletleri yaklaşık 179 milyon kullanıcıyla ikinci

sırada yer almıştır. Platform ayrıca Endonezya ve Brezilya'da da dikkate değer bir popülerliğe sahiptir (Statista Research Department, 2022).

Facebook'un küresel arenada popülaritesinin kitleler üzerinde bağımsız bir egemenliğe sahip olmasını kolaylaştırmasının yanı sıra Zuckerberg'in bir Facebook gönderisinde, hangi fikirlerin ifade edilebileceğini belirlemenin hükümetler veya medya şirketleri değil (Marantz 2019) kullanıcılar olması gerektiğine inandığını belirtmesi (Desjardins, 2022, s. 417-418) kullanıcılar bandında görünmez bir güven kalkanının oluşmasına imkan tanımıştır. Ayrıca yeni misyon beyanı olarak otomatik çevirinin “dünyayı birbirine yakınlaştırma” yolunda bir adım olarak görülmesi (Constine, 2017; Akt: Desjardins, 2022, s. 420-421), platformun gönüllü çevirmen ağını işleve koymasını gerektirmiştir. 111 dilde otomatik çeviri ve dil desteğinin sıradan kullanıcılar arasındaki günlük iletişimi kolaylaştıracağı doğru olsa da, hizmetteki boşluklar ve bazı durumlarda otomasyona başvuru, tüm dil içeriğinin tam olarak çevrilmediği ve yönetilmediği anlamına gelmektedir. Aynı şekilde nefreti teşvik etmek, seçim sonuçlarını çarpıtmak veya sivil düzeni olumsuz etkilemek için bu boşluklardan yararlanmak isteyen kullanıcılar için eşit olmayan dil denetimi bir kapı açmaktadır. Bir yandan, sosyal platformlarda daha fazla çok dillilik/çeviri, farklı coğrafi ve dilsel yerellerdeki farklı topluluklar ve kullanıcılar arasındaki iletişimi kolaylaştıran olumlu olarak görülebilen, öte yandan, çeviri sağlama ve dil denetimindeki asimetrielerin zararlı etkileri olabilmektedir (Desjardins, 2022, s. 420-421).

2.2.3.1.2. YouTube

Görsel-işitsel iletişimin belirleyici kanallarından biri olan çevrimiçi video paylaşım platformu YouTube, sıradan insanlara kendi görsel-işitsel içeriklerini dağıtma, kültürel metaların ulusötesi işlemlerine katılma ve diğer kullanıcılarla ulusal sınırların ötesinde topluluklar oluşturma fırsatları vermektedir (Benson, 2016; Lange, 2009; Strangelove, 2010; Akt. Lee, 2021). YouTube, platformuna yüklenen içerikleri, dünyadaki herhangi bir bilgisayarda hemen hemen her web tarayıcısıyla kusursuz bir şekilde görüntülenebilen, daha önce çok az kullanılan Flash video formatına dönüştürerek (Beißwenger, 2019, s. 14) bir erişim sorununu ortadan kaldırmış ve yeni bir içerik türü ve iş modelleri de dahil olmak üzere geleneksel yayın endüstrisinin radikal bir revizyonu olarak (van Dijck, 2013, s. 110) kabul görmesine imkan sağlamıştır.

Televizyona bir alternatif olarak ağ üzerinden sunduğu arayüz hizmeti, tüketicileri üretici konumuna yükselterek, kitlelerin ortak örüntüler altında dönüşümüne katkı sağlamıştır. Siber ağların taşıyıcılığını üstlendiği görsel-işitsel kaynaklar diller ve kültürlerarası entegrasyonun beslenmesine zemin hazırlayarak, bir Weltanschauung oluşumuna katkı sunmuştur. YouTube'un önce bir video paylaşım sitesi ve ikinci olarak bir veri havuzu ve sosyal ağ sitesi olarak tezahür etmesi, onun 1990'larda internetin büyümesiyle kendini gösteren bir tehdit olan yayıncılığa ciddi bir rakip olarak çoğalmasına yardımcı olmuştur (van Dijck, 2013, s. 112).

YouTube da merkezi bir içerik üreticisinin olmaması ve iki yönlü sinyal verme potansiyeli, içeriğin düzenlenmesinden ve dağıtılmasından sorumlu hiçbir “örgütsel güç” yokmuş gibi görünmesine neden olmuştur. (...) YouTube'un arayüz tasarımı ve onun altında yatan algoritmalar, içeriği seçip filtreleyerek kullanıcılara, örneğin "en popüler" video düğmeleri aracılığıyla milyonlarca yüklemekten belirli videoları bulma ve izleme konusunda rehberlik etmektedir. Site, video trafiğini programlama aracılığıyla değil, kullanıcı gezinmesini yönlendiren ve tanıtılacak içeriği seçen bir bilgi yönetim sistemi aracılığıyla kontrol edilmektedir. Kullanıcılar hangi içeriği izleyecekleri üzerinde kontrole sahip olduklarını hissetseler de, seçimleri ağırlıklı olarak yönlendirme sistemleri, arama işlevleri ve sıralama mekanizmaları (ör. sayfa sıralaması) tarafından yönlendirilmektedir (van Dijck, 2013, s. 113). Platformun girift yapısı kullanıcıların ortama bağlılığında devamlılığını sadece kompleks algoritmalar aracılığıyla değil, aynı zamanda çeviri endüstrisi kaynaklarının sunduğu bağımsız verilerle de sağlayabilmektedir. Çevrimiçi video paylaşım platformu YouTube, çeviri “materyallerinin” ilginç bir yapılandırmasıdır: sitede altyazı, dublaj, altyazı, otomatik makine çevirisi ve kullanıcı tarafından oluşturulan kendi kendine çeviri vardır (Desjardins, 2022, s. 415). Bunun yanı sıra içerik üreticilerinin müstakil kararına bırakılan içerik geliştirmede çeşitli çeviri formları ile karşı karşıya kalınmaktadır. Bu bağlamda, 'hedef kitlenin küreselleşmesi' (Strangelove, 2010: 45; Akt. Lee, 2021). YouTube videolarının ana özelliği olarak kabul edilmekte ve çeviri, platformda kendini ifade etme ve sosyal ağ oluşturmada çok önemli bir rol oynamaktadır (Lee, 2021).

2.2.3.1.3. Instagram

Dijital kullanıcıların fotoğraf ve video paylaşımında bulunabildiği yeni medya ağı Instagram da, görsel-işitsel içerik üretim ve tüketimi farklı bir boyuta taşınarak, kitlelerin bilumum materyali erişime açtığı serbest bir mecra areası oluşturulmuştur. Platformun algoritmik yapısı, dizgesel alanlarla kullanıcılarına uzun süreli kullanım güdümü oluşturmaktadır. İçerik paylaşımı temeline fotoğraf yerleştirilen ağda, 24 saat boyunca görüntülenebilen resim ve kısa videoların paylaşımının yanı sıra IGTV, Reels⁹ ve canlı yayın olanaklarının da kullanıcıların hizmetine sunulması, üretilen içeriklerin nitelik kazanmasına imkan vererek, devamlılığı arttırmıştır.

Siber ağda geri bildirim alarak, sosyal kabulün sağlanması adına ilgi alanları ve yaşam kesitleri hakkında fotoğraf ve bilgilerin, insanların arzına sunulması dünya ile yeniden bağlantı kurma arzusunda, bireyde bir rezonans ihtiyacına yol açmaktadır (Ellmers, 2020). Ortam araçları vasıtasıyla etkileşim alanı içerisinde olan kullanıcıların tepki aracı, artık dijital alanda kendini kanıtlamış olan beğen düğmesi (van Loh, 2018) olmakla birlikte, duyguların temsili göstergelerle ifade edilebilmesi düşüncelerin iletimini kolaylaştırmıştır.

Sosyal etkileşimlerin çeviri fenomenleriyle eyleme geçirildiği platformda, birincil olarak görsel içerikli gönderilerin açıklamaları ve yorumlarına getirilen çeviri eklentisinden sonra hikayeler altında bir çeviri desteği hizmeti de kullanıcılar adına işleve koyulmuştur. Nöral makine çevirisinin Instagram'a entegre edilmesiyle, kombinasyonlarla bağlantılı olarak gönderi içeriklerinin bütüncül olarak doğrudan çevrilmesi olanaklı kılınarak, dil bariyerlerinin örüntülerin dönüştürülmesiyle ortadan kaldırılması hedeflenmiştir. Tüm semiyotik öğelerin birbirine bağlı ve çok modlu (Desjardins, 2017, s. 45) olduğu platformda çeviri hizmetinin talep edilen hedef dile aktarımı mevcut uygulama dilinde gerçekleşmektedir.

2.2.3.1.4. Twitter

Kişiselleştirilmiş bir ileti paylaşım konsepti altında, zaman dizini eklentisiyle erişime açılan platformda, kullanıcılara boşluksuz 140 karakterlik metin içeriklerini paylaşma imkanı tanınmaktadır. Bir mikroblog olarak nitelendirilen bu ağ da bir kullanıcıdan

⁹ Tr. tasarlanmış kısa biçimli video / Eng. Multiclip Videos

gelen her yeni mesajı otomatik olarak takip etmek için diğer Twitter kullanıcıları tarafından abone olunabilmektedir. Abone olan kullanıcı, takipçi olarak anılmakta ve genel olarak bu şekilde tanımlanmaktadır. Hizmetin gücü, bilginin hızlı ve filtresiz bir şekilde yayılmasında yatmaktadır. (Parmelee & Bichard, 2012, s. 216; Akt. Pfaffenberger, 2016, s.25) 140 karakterle sınırlandırılması nedeniyle, mesaj içeriği esaslara odaklanmalıdır, kısa-uzunluk da iyi ve hızlı okunabilirliği de desteklemektedir (Pfaffenberger, 2016, s. 25).

Twitter da, uygulama ve içerik yöneliminde sınır yoktur. Tweet olarak adlandırılan gönderiler genellikle karakter sınırlaması nedeniyle gösterge niteliğindedir (Böker, Demuth, Thannheiser, & Werner, 2013, s. 13). Bunun yanı sıra platform, artık tweetlerin iletilmesine (retweetler), mesajlarda açıkça diğer kullanıcıların isimlendirilmesine ve bağlantıların-dırılmasına, fotoğraf, bağlantı ve videoların paylaşılmasına ve bireyler veya gruplar hakkında özel mesajlar (direkt mesajlar) yazılmasına da olanak tanımaktadır. (Stone, 2009; Weil, 2014; Akt. Pfaffenberger, 2016, s.25).

Twitter, iletişimi basitleştirmek için çeşitli mekanizmalar kullanmaktadır: Mevcut bir kullanıcı adının önünde bir @ kullanarak, bireysel Twitter kullanıcılarına doğrudan bir tweette hitap edilebilmektedir. Buna anma¹⁰ denir. Bir tweete başka bir mesajla doğrudan cevap verme, yanıt (Eng. reply) olarak adlandırılmaktadır. Bir tweette sadece söz etmenin farkı, sözün her zaman bir cevabın önüne konmasıdır (örneğin, "@Smite: Sana katılıyorum!"). Retweetler, Twitter'daki temel mekanizmadır: Bireysel tweetlerin doğrudan alıntılanmasına veya diğer kullanıcılarla paylaşılmasına izin vermektedir (Suh, Hong, Pirolli, & Chi, 2010; Akt. Akt. Pfaffenberger, 2016, s. 30). Retweet, daha önce gövde metninde "RT @Kullanıcı Adı" ile gösterilen, ancak şimdi yalnızca tweet'in özel bir işaretiyle belirtilen bir mesajın iletilmesidir (Halavais, 2014, s. 35; Akt. Akt. Pfaffenberger, 2016, s. 30). Aşağıdaki tabloda tüm bu kullanımların temsili göstergeleri örneklerle listelenmiştir:

¹⁰ Tr. @kullanıcıadı / Eng. mention

Tablo 2: Twitter'daki İletişimde Konvansiyon ve Kavramlar

Konvansiyon / Tanım Kavram	Örnek / Bilgi
TWEET	Twitter'da 140 karakterle sınırlı kısa mesaj. Bağlantılar, fotoğraflar ve videolar içerebilir. http://t.co/123458abc
MENTION	Bir tweette bir kullanıcıdan bahsetmek veya bir mesaja bir Twitter kullanıcısını eklemek. Kullanıcı adlarında "@" ön eki işareti.
REPLY	Bir tweete doğrudan yanıt verme. Yanıt, yorum yapılan kullanıcı adlandırarak başlamaktadır.
RETWEET	Bir başkasına ait tweetin kendi kullanıcı hesabı üzerinden paylaşılması. İletim genellikle "RT@kullanıcı adı" içermektedir.
HASHTAG	Başında bir “#” karakteri ile işaretlenmiş kelimeler veya kısaltmalar. Hashtag'ler aranabilmekte ve konular arasında bağlantı kurmak için kullanılmaktadırlar.
FAVORITE	Bir kullanıcı tarafından bir tweet'i beğenmiş olarak işaretlemek. Facebook'taki "Beğen"e karşılık gelmektedir.
FOLLOWER	Başka bir kullanıcının tüm tweet'lerine abone olan Twitter kullanıcısı.
FOLLOWEE	Takip edilen/abone olunan Twitter kullanıcısı.
FRIEND	Karşılıklı takipçi-takip eden ilişkisi.
DIRECT MESSAGE	Bir kişiye veya gruba gönderilen özel mesaj. Doğrudan mesajlar herkese açık olarak görüntülenmemektedir.

¹¹ Twitter bu işaretle kalp olarak değişikliğe gitmiştir.

LIST	Diğer hesaplardan kullanıcı Haber ajansı hesaplarının listesi. tarafından yönetilen genel bir liste. Abone olunabilmektedir.
-------------	--

Kaynak: Bu tablo Fabian Pfaffenberger tarafından hazırlanan Twitter als Basis wissenschaftlicher Studien (Tr. Bilimsel çalışmaların temeli olarak Twitter) adlı basılı yayından aktarılmış olup, çevirisi yazar tarafından yapılmıştır.

Twitter'in en son eklentileri arasında yer alan filolar (Eng. Fleets) ve sohbet odaları (Eng. Spaces) alternatif bir içerik paylaşım türü olarak platforma tanımlanmıştır. Ağdaki filo özelliği, "geçici tweet" anlamına gelmekte birlikte, yalnızca 24 saat boyunca görüntülenen metin, resim ve video mesajları kapsamaktadır. Platformda güncel olan diğer bir yenilikte canlı sohbet odalarıdır. Birden fazla kullanıcının eş zamanlı dinleyici ya da konuşmacı olarak katılım sağladığı bu işlevde erişim herkese açıktır.

Ağ üzerinden paylaşılan içeriklerin çevrimiçi sosyal etkileşimde ortak değerde toplulukların oluşmasına imkan sunması çevirinin gereklilik potansiyelini genişletmiştir. Dil ihtiyaçlarının beslenmesi adına Twitter geliştirici kaynaklarının platform içeriğine entegre etmiş oldukları "Tweeti çevir" komutu aracılığıyla kullanıcıların yabancı oldukları dilsel öğeleri anlamlandırma potansiyellerinin sağlanması adına kaynakların sunulması, kitleler arası sosyal ilişkilerin dilsel belirteçlerle canlandırılmasına zemin hazırlamaktadır.

Twitter kullanıcıların farklı iletişim türlerinin aksine aralarında genel ve özel yayınlardaki diğer seslerle etkileşime geçmek için sosyal bir ihtiyaç vardır. Bu nedenle, diğer kullanıcılara atıfta bulunmak ve ortak konuları etiketlemek için noktalama işaretlerinin yaratıcı bir şekilde kullanıldığı görülmektedir. Tipografik anlam potansiyelindeki bu genişlemeler, Twitter'ın bir "kamu sohbeti" biçimi haline gelmesine yönelik topluluk odaklı hareketin bir parçası (Zappavigna, 2011, s. 790) olması, etki alanı içi dil modellerini kullanarak uyarlamayı (Bertoldi ve Federico, 2009; Akt. Jehl , Hieber, & Riezler, 2012, s. 411-412) gerekli kılmıştır.

2.3. Çeviri Kuramları Işığında Çevirinin Medya Aygıtlarında Kullanımına Genel Bir Bakış

İşlev odaklı çeviri kuramlarının, çeviri faaliyetlerindeki belirleyici fonksiyonları, çevirmenin bir eyleyen olarak çeviri süresince aldığı kararlarda ürüne ulaşma noktasında amaca uygun bir aktarım gerçekleştirilmesinde dahili bir etkindir. Diller arası dizgelerin etkileşiminde çevirinin üstlendiği rol, kararların temellendirilmesinde olguları şekillendirmektedir. Nitekim çeviri kararları, sadece bir şeyin aktarılıp aktarılmadığını ve neyin aktarıldığını değil, aynı zamanda nasıl aktarıldığını yani hangi stratejiye göre aktarılacağını belirleyen temel bir kurala dayanmaktadır (Reiß & Vermeer, 2013, S. 85).

Nitekim çevirmen, metni çevirmeye başlamadan önce metnin türünü saptamalıdır (Odacıoğlu, 2015). Bu bağlamda çevirinin nasıl olması gerektiğine ilişkin ekinsel bir kontekste erişim sağlayabilme adına Alman Çeviribilimci Katharina Reiss'in metnin formüle edilmesinde ele aldığı metin tipolojisinin önemi, çeviri süresince alınacak olan yolun belirlenmesinde kılavuzluk etmektedir. Metin türlerinin evrensel bir fenomen (Reiß, 1995, s. 82) olarak sunulabileceğine dikkat çeken Reiss, Bühler'in ayırdığı üç dilsel işlevin, değişik türden metinler oluşturduğu görüşünden yola çıkarak, metin ana-türleri üzerine temellenmiş bir çeviri kuramı geliştirmeye çalışmıştır (Reiss-Vermeer 1984, s. 211; Akt: Göktürk, 2002, s. 26).

Reiss'in Bühler'in üç temel işlevinden yola çıkarak geliştirdiği metin ana türleri olan bilgilendirici metin türü (De. Informativer Texttyp), anlatımcı metin türü (De. Expressiver Texttyp), işlemsel metin türü (De. Operativer/Appellativer Texttyp) ve çok amaçlı metin türü (De. Multi-medialer Texttyp) tek bir işleve sahip olmayan metin örüntülerinin ileti niteliklerinin tespitinde belirleyici olmaktadır.

Çeviri, bir kaynak metne dayanan çeviri eyleminin özel bir çeşidi olarak (Bkz. Holz Mänttari 1984, özellikle s. 42f; ve Nord 1988:31; Akt. Vermeer, 2000, s. 221) görülmekle birlikte Vermeer'e göre kaynak ve hedef metinler, yalnızca içeriğin formülasyonu ve dağıtımında değil, aynı zamanda her biri için belirlenen hedefler açısından ve içeriğin düzenlenmesi açısından da birbirinden oldukça farklı olabilmektedir (Vermeer, 2000, s. 222-223). Dolayısıyla da tercümenin yeterliliğinin belirleyici nedeni tercümenin amacıdır (Stolze, 2016, s. 41) denilebilmektedir.

Vermeer'in “Çevirinin Doğası – Bir Özet” adlı çalışmasında, “dilsel göstergelerin kendi içinde varlıklarının olmadığı, olgular(ın) bir kişi için belli çevre koşullarında anlam ve önem kazandığını” dile getirmesi, çeviri içinde geçerlidir. Anlamın tarihsel olgulara göre biçimlenmesi, her çevirinin bir anlamda ‘yeni’ bir metin olarak görülmesine yol açmaktadır. Ancak bir metnin ‘yeniliği’ okurun alımlamasına bağlı olduğu kadar, metnin hangi normların etkisi altında olduğu da dikkate değer. Söz konusu olan bir çeviriyse, çevirinin oluşturduğu norm ve metin gelenekleri açısından metnin ele alınması gerekmektedir. Bu açıdan bakıldığında, çeviri kaynak metnin belirlediği normlara bağlı kalmaktan çok, erek kültürün bir ürünü durumuna gelmektedir. (Yücel, 2016, s. 220).

Vermeer'in tanımına göre çeviri eylemi “erek metin” ile son bulur ve bu erek metin benimsenen amaca göre şekillendirmiş olan bir metindir (Vermeer 2000:21). Çevirinin amacını belirleyen taraf çeviri sürecini başlattığı varsayılan kişi ya da kurum, çoğunlukla da işverendir. Çevirinin amacının ayrıntılı olarak anlatılması ve uygulanması istenen çeviri yönteminin açık bir şekilde belirtilmesi gerekir. Skopos kuramına göre çeviri eyleminde çevirmen bir uzmandır ve erek metnin amaca uygun bir biçimde oluşturulmasından sorumlu olan kişidir (Vermeer 2000:222-224). Bu bakış açısı, kaynak metin ve erek metin arasındaki ilişkiyi yeniden tanımlamasına neden olmuştur (Tahir Gürçağlar, 2014, s. 124).

Skopos kuramının altı temel kuralı bulunmaktadır. Bunlar şöyle sıralanabilir (Munday 2001:79; Akt. Tahir Gürçağlar, 2014, s. 124):

- 1) Erek metni belirleyen çevirinin amacıdır.
- 2) Kaynak metin, kaynak dilde bir bilgi aktarımıdır. Erek metin de benzer bir aktarımı erek kültürde gerçekleştirir.
- 3) Ancak erek metnin gerçekleştirdiği bilgi aktarımı kaynak metne yansımaz.
- 4) Erek metin kendi içinde bağdaşık olmalıdır.
- 5) Erek metin, kaynak metinle bağdaşık olmalıdır.
- 6) Yukarıda anılan kurallar hiyerarşik bir düzende verilmiştir.

Bir erek metnin işlevi, onu kaynağından nasıl farklı kıldığı açısından irdelenebilir. Bunun sonucunda ise, benzerlikler değil farklılıklar üzerinde durulması anlamlıdır. Bu farklılığın kaynak metinden çok, çevirmenin ya da ona bu görevi veren kişinin/kurumun

kararlarından kaynaklanmakta olduğu söylenebilir. Çeviriyi başka alanlarda olduğu gibi bir işleve bağı olarak biçimlenen bir edim olarak değerdendiren Holz Mänttäre 1984'te 'Çeviri Eylemi' (De. translatorisches Handeln) kuramını ortaya atmıştır. Bu kurama göre çeviri, iletişimsel bir ortamda gerçekleşen, amaca yönelik bir eylem olarak tanımlanmaktadır. Bu eylem, başka eylemlerde olduğu gibi belli olguları değıştirmeye yöneliktir. Dolayısıyla bu eylemin işlevsel bir yapısı vardır. Bu yapı oluştđu ortama göre değışmekte ve kaynak metnin salt bir yönünü içermektedir. Bir metnin iletişimsel bir etkisinin oluşturulabilmesi için, oluştđu ortam erek kültür tarafından belirlenmelidir (Yücel, 2016, s. 225).

Holz-Mänttäre'nin çeviri kuramında çeviri eylemi, bir uzmanlık eylemi olarak, toplumsal işbirliğı ve iş bölümüne dahildir. Çeviri sürecinde rol oynayanlara "aktörler" adını vererek, sosyolojik bir terminoloji kullanan Mänttäre, çeviri sürecini bir yapı ve işlev süreci olarak görmektedir. Mänttäre'nin kuramı sosyolojik boyuta önem vermekle birlikte çevirmeni ve çevirmen eylemini merkez alan bir kuramdır. "Çeviri eylemi" terimi yine sosyolojik bir eylem kuramsal bakışı temsil etmektedir. Mänttäre'nin kuramında ayrıca sistem kavramı önemli bir kavramdır ve çeviri süreci, bir açık uçlu sistemden diğere bir açık uçlu sisteme dönüştürme süreci olarak adlandırılır. Mänttäre'nin "açık uçlu sistem" (De. Gefüge) kavramı, devingen bir çeviri sürecini anlatabilmek için ortaya atılmış bir yapıdır. Çevirinin açık uçlu sistemler olarak sistemler arasında dönüşüme yol açtığı savunulmaktadır. Çeviri kapalı sistemler arasında gerçekleşmez; çünkü diller de, kültürler de metinler de kapalı değil açık sistemlerdir (Arı, 2014, s. 65-66).

Akademisyen Sevinç Arı'nın "Çeviri Sosyolojisi" adlı çalışmasında Vermeer ve Mänttäre'nin kuramlarını iki yönlü olarak şu şekilde değerdendirdiğı görölmektedir: "Çeviri olayında metin üzerinden bakıldığında, çeviri kuramlarının iddiası, işlevsel, iletişimsel bir özellik kazanıp, sistematik bir çeviri yaklaşımı olarak, "işlevsel çeviribilim"; çevirmenin yorumu ve çevirmenin kararları açısından değerdendirildiğinde ise amaç odaklı ve çevirmen eylemine dayanan kuramlardır. (...) Metin ve çevirmen boyutlarını bir arada düşündüğümüzde, işlevsel çeviri kuramları, Bourdieu'nün sistem kuramında bireyin habitusunun toplumsal eylemleri yansıtması ve belirlemesiyle benzerdir. Bir diğere ifadeyle, çevirmen habitusunun metnin işlevine etkisine bakıldığında; hem Bourdieu'nün hem de Luhmann'ın sistem kuramlarına uygun olarak

bireylerin iletişimlerinin ve habituslarının, çevirinin toplumsal işlevine etkisiyle özdeşleştirmemiz mümkündür. Anlam (De. Sinn) kavramı ise Luhmann'ın kuramının odak noktasındadır. Aynı şekilde Mänttari'nin kuramı çevirmeni, anlamı yapılandıran bir eylemci olarak görürken, Vermeer'in kuramında çeviride anlamın çevirmen tarafından yapılandırılması, sürecin temelidir” (Arı, 2014, s. 67).

İletişim profesörü Andrew Chesterman da 18 Ocak 2011'de Universitat Rovira i Virgili (Tarragona, İspanya)'de verilen bir konferansta Skopos teorisi hakkında yapmış olduğu konuşmada¹² şu hususlara değinmiştir:

- 1) Skopos işlevinin farklı duyuları olsa da işlevle aynı olduğunu söylemek yeterlidir, çünkü kapsam olasılıkları ve işlevi arasında bir barışın ayrıcalığını yapılmaktadır.
- 2) Farklılıkları bir formülle ortaya koymaya çalışan Chesterman, ayırım yapmak için tek bir yol olacağını dile getirmiştir. Çünkü ona göre Skopos teorisindeki tüm çalışmalar ayırımı gözetememektedir.
- 3) Skoposun çeviri işlevinin alıcı tarafından çıkarılan metin amacı olduğunu dile getiren Chesterman bir çeviri metni okuduğu taktirde belirli bir amacı olduğuna inandığını dile getirmektedir. Ona göre çeviri metninden çıkarılan belirli bir amaç ve niyet istencinin ne yapmak istediği, insanların bir şey yapamayacağı şeylerdir. Bu sebeple bir skoposa ve bir işleve sahip olabilir.
- 4) Skopos teorisinin, süreç ürününü kapsayan işlevsel bir genel teori olduğuna da dikkat çeken Chesterman, işlevsel bir teori olarak üretim ve kabul etmenin, açıklayıcı ve didaktik reçete arasında kesin bir ayırım yapılamayacağını ama açık bir argüman bulunabileceğinin söylenebilmesi için kuralcı ve betimleyici arasında ayırım yapılmasına gerek olmadığını belirtmektedir.

Dil dizgelerindeki değişkenlerde zamansal ve uzamsal faktörlerle sosyo-kültürel olgular arası işlevsel bir etkileşime geçilebilmesi adına çeviriye ihtiyaç duyulmakla birlikte, belirli önermelerin çeviri yoluyla uyumlu hiyerarşik bir yapıya dönüştürülerek, eyleyenlerin temel kararlarının saptanması, aktivistlerin hedefe çeviri ürününü rasyonel olarak oluşturulmasını kolaylaştırmaktadır. Sayısal algoritma ağlarına taşınan çeviri

¹² Andrew Chesterman on Skopos theory (Part 1 of 3) Bkz.
<https://www.youtube.com/watch?v=44y5INKtZJg>

kaynakları, hedeflenen etkiyi teori kapsamında ortak değerlere yaklaştırarak devimsel etki alanı oluşturmaktadır.



BÖLÜM III: SOSYAL MEDYA EYLEYENLERİ OLARAK AKTİVİSTLER

Çalışmanın bu bölümünde toplum bilincinin oluşturulmasında ideolojik bir tutumun yansımaları olan aktivizm akımı kavramsal boyutta incelenerek, küresel koordinasyon örüntülerinin bir sonucu olan dijital aktivizm uygulamasının sınırları, yapısal olarak ele alınmıştır. Farklı ortam araçlarının sağladığı çeşitli katılım biçimleriyle şekillenen dijital aktivizm sınıflarına ve dönüşen aktivizmin stratejilerinin oluşturduğu yeni formlara açıklık getirilmiştir. Siber ağ aracılığıyla karşı karşıya kalınan sosyal oluşumlardaki eyleyenlerin özellikleri karakterize edilerek, sosyal medya aktivistlerinin çeviriyle etkileşimine tanımlama getirilmiştir.

3.1. Aktivizm Kavramının Kısa Tanımı

Amaca yönelik bir eylemle tarihsel bir değişimin gerçekleştirilmesi adına harekete geçen deterministlerin toplum bilincini pratikte netleştirerek, savunulan değerlerin meşruiyet kazanmasında metodolojik bir yol izlenmesi olarak tanım getirilebilecek olan aktivizm kavramı, sınıflar arası yanılsamalarla mücadelede, toplumsal çelişkilerin giderilmesinde çeşitli varyantlarla beslenebilmektedir. İdeolojik tutumlara gösterilen müsamahaların oluşturduğu elverişsiz koşulların toplum nezdinde güçlüklerle sebebiyet vermesi, gerilimler temelinde yeni dinamiklerin teşkiline imkan tanıyarak, mülki düzen içerisinde harekete geçmeyi gerektirmekle birlikte, toplumsal kolektif bilincinin somutlaştırılarak, sürekliliğinin korunmasında dönüşümün teşvik edildiği çalışmaların koordineli olarak yürütülmesine zemin hazırlamıştır.

Kitlesele mücadelelerin bir yansıması olarak eylem boyutunda yeni pratiklerin inşasında belirli uzamlarda sınırların inşa edildiği aktivizmde, bir dizi oluşumun toplum hafızasında ilişkilendirilmesi olanaklı hale getirilmiştir. Katılımcı nitel çalışmalarla özgünlük kazandırılan homojen düzen, fikirlerin tasarrufunda olumsal tasarılar üzerinden eyleme geçilmektedir.

Salt verilerle, toplumların kendilerini gerçekleştirme süreçlerinde kitlelerle özdeşik tasarıların doğrudan dönüşümüyle ilgilenen aktivizm akımı, planla sabit kılınmış çıkarlarla bütüncül olarak gündemde yerini almaktadır. Çıkarların temsili yansıması

olan eyleyenlerin, niteliksel olarak yeni formülasyonlarla gündeme taşınmaları, bilinmeyene olan korkuyu daha da arttırmıştır.

3.2. Dijital Aktivizmin Kavram ve Yapısı

Küreselleşmeyle birlikte boyut değiştiren yeni medya örüntüleri kapsamında tepki gören proseslere karşı sergilenen duruşun, sayısal algoritmalarla oluşturulan çevrimiçi ağ araçlarının kullanılarak odağa alınması, aktivizm kavramının dijital alana entegre olmak suretiyle dönüşmesine imkan tanımıştır. Bu dönüşüm, yerelleştirilmiş aktivizm ile küresel süreçler arasında eşit derecede karmaşık ve açık uçlu bir ilişkiyi ima etmektedir (Stammers & Eschle, 2005, s. 57). Yeni medyanın çağdaş toplum ve özellikle aktivizm üzerindeki etkisi hakkında son birkaç yılda üretilen araştırmaların çoğu, benzer bir akıl yürütme çizgisi izleyerek, internetin daha esnek ilişkilere izin verdiğini, bireylerin merkezi koordinasyona veya kolektif eylemin sergilenmesinde bir birlik duygusuna ihtiyaç duymadan etkileşime girmesini sağladığını iddia etmektedir (Gerbaudo, 2012, s. 18).

Çevrimiçi koordinasyonlarla farklı cihazların birbirleriyle etkileşime geçerek, ağ tabanında dijital kimlik oluşturmaları geleneksel eylemlerin web tabanlı performanslara dönüşmesini sağladığı dijital aktivizm bağlamı, hem belirli bir aktivizm kampanyasında kullanılan dijital teknolojiyi hem de bu tür teknoloji kullanımının gerçekleştiği ekonomik, sosyal ve politik bağlamı ifade etmektedir. Dijital teknoloji altyapısı (dijital aktivizmin fiziksel altyapısını oluşturan ağlar, kodlar, uygulamalar ve cihazların birleşimi) bir başlangıç noktasıdır, ancak bir bitiş noktası değildir. Ekonomik, sosyal ve politik faktörlerdeki farklılıklar nihayetinde aktivistlerin bu teknolojiyi kullanma şeklini değiştirmektedir (Joyce, 2010, s. 2). Ayrıca, dijital medya platformlarının kullanımı, görünürlüğe katılım ve aidiyetin temel ilkesi olarak yük bindirerek (Milan, 2015; Akt. Dencik & Wilkin, 2018) kampanyaların yaşam döngüsünü hızlandırarak ve aktivistleri bir ritme sokmaya zorlayarak aktivizm biçimlerine karşı elverişli olabilmektedir. (...) Çağdaş dijital aktivizmin bu yönleri, tutarlı gündemlerle uzun vadeli sürdürülebilir toplumsal hareketler inşa etme çabalarını baltalayabilmekte ve dijital altyapıların uygulamalarında öne çıkan yerini müzakere ederken aktivist gruplar içinde bölünmeler, gerilimler ve paranoya yaratabilmektedir (Treré, 2015b.; Akt. Dencik & Wilkin, 2018).

Kolektivitenin dijital pratikler kapsamında varlıklarını temsil eden yaklaşımlara yönelik ortam araçlarının sunduğu imkanların nitelikleri, yeni medyanın dijital aktivizm merceğinde yayılımındaki sınırları ortadan kaldırmıştır. Bununla birlikte, kolektif zaman bilincinin hegemonik biçimlerinde, insanların gündelik pratiklerini kökten değiştiren büyük bir değişimi (Barassi, 2015, s. 101) olanaklı kılmıştır.

3.2.1. Dijital Aktivizmin Çeşitleri

Teknolojinin hızlı dönüşümleriyle şekillenen geniş ağ bandı, dijital aktivizmin ortam imkanları dahilinde çeşitlenmesini sağlayarak, kavram altında sınıflandırma yoluna gidilmesini gerektirmiştir. Alanın alt başlıklarla güçlendirilerek, kavramın bir sisteme bağlanması, kitlesel katılımı pratikte kolaylaştırmaktadır. Maik Fielitz ve Daniel Staemmler tarafından kaleme alınan “Hashtagler, tweetler, protestolar? Aktivizmin dijital çeşitleri (De. Hashtags, Tweets, Protest? Varianten des digitalen Aktivismus. Forschungsjournal)” adlı makalede bu başlıklar protesto ve iletişim araştırmalarına dayandırılarak ve medya uygulamaları, kullanılan dijital altyapıları ve örgütlenme biçimleri göz önünde bulundurularak aktivistlerin eylemlerinin izlediği mantık geliştirilmiş olup, beş farklı kategoride ele alınmıştır (Flietz & Staemmler, 2020, s. 429-430).

Tablo 3: Dijital Aktivizmin Çeşitleri

	Klick Aktivizmi ¹³	Hashtag Aktivizmi	Kampanyalar Aktivizmi	Haktivizm	Teknoloji Aktivizmi
Uygulamalar	Bağış İmza Yayın	Dayanışma Tartışma Propaganda yapmak Manipüle etmek	Organize etmek Harekete geçirmek Bildirimde bulunmak	Sızmak DDoSSing ¹⁴ Haklemek	Tasarlamak Kodlamak İşletmek
Altyapılar	Başvuru platformları Sosyal medya	Sosyal medya Karanlık sosyal mesajlaşma servisleri	Dahili Platformlar Sosyal medya mesajlaşma servisleri	Yazılım Kapalı sistemler Karanlık ağ	Yazılım Hizmetleri Alternatif Platformlar
Aktörler	Bireyler	Kitleler	Gruplar Organizasyonlar	Açık ve kapalı kolektifler	Üretim toplulukları

Kaynak: Bu tablo Maik Fielitz ve Daniel Staemmler tarafından hazırlanan Hashtags, Tweets, Protest? Varianten des digitalen Aktivismus. Forschungsjournal adlı makaleden aktarılmış olup, çevirisi yazar tarafından yapılmıştır.

Sosyo-politik katılım için dijital araçların kullanımını ifade eden Klikativizm (Cuéllar, 2017), sosyal medyanın, sohbet gruplarının veya e-posta dağıtım listelerinin kısmen halka açık bölümlerinde siyasi ifadelerin ve görüşlerin bireysel olarak üretilmesini ve dağıtılmasını (Flietz & Staemmler, 2020, s. 431) sağlayarak aşamalı sayısallaştırma yoluyla, vatandaşlara siyasi meselelerle basitçe ilgilenmeleri ve toplumu şekillendirmeye yardımcı olmaları için giderek daha fazla fırsat vermektedir (Cuéllar, 2017). Dijital yayın altyapıları, içeriğin bağımsız olarak tasarlandığı yaratıcı medya uygulamalarını teşvik etmektedir. Böylece medya tüketimi ile üretim arasındaki mesafe azalmaktadır. İnternet meme, viral yayılma süreçleri aracılığıyla uzun vadeli sosyal değişime olanak sağlayan katılımcı bir internet kültürünü sembolize etmektedir. Memlere ek olarak, sosyal medyanın yayın olanakları aynı zamanda, takipçileri

¹³ Tr. Tıklama aktivizmi /Klikativizm

¹⁴ Dağıtılmış Hizmet Reddi (DDoS) saldırıları: İnternete bağlı bir hostun hizmetlerini geçici veya süresiz olarak aksatarak, bir makinenin veya ağ kaynaklarının asıl kullanıcılar tarafından ulaşılamamasını hedefleyen bir siber saldırıdır. (Bkz. Denial-of-service attack - https://tr.wikipedia.org/wiki/Denial-of-service_attack)

aracılığıyla topluluk inşasının bağımsız dinamiklerini harekete geçirebilen protesto ikonları olarak politik etkileyiciler de üretmektedir (Flietz & Staemmler, 2020, s. 431).

Değişimi yönlendiren ve küresel toplumsal hareketler haline gelen eylemler arasında yer alan hashtag aktivizmi, taraftar oluşturabilme adına aynı #hashtag'i içeren tüm tweetlerin manuel veya otomatik olarak harmanlanmasını sağlayan ve aynı zamanda kullanıcıların yalnızca belirli #hashtag'leri içeren tweetleri kapsayan içerik beslemelerine abone olmalarını sağlayan, önünde '#' karma sembolü bulunarak paylaşılan anahtar kelimeler veya kısaltmalar (Bruns 2012: 1324; Akt. Brandelik, s.19) aracılığıyla, fikirleri kısa ve öz bir şekilde sunma imkanı tanımaktadır. Hashtaglerin kullanımı kitlelerin siber ağ üzerinde hızlı ve kolayca organize olmalarını sağlayarak, herhangi bir konuya özel tweetlerin daha kolay ilişkilendirilmesine ve hashtag tarafından temsil edilen konuyla ilgili bilgilerin aranmasına olanak tanımaktadır (Brandelik, 2018, S. 19).

Kampanya yönetimi için azalan işlem maliyetleri göz önüne alındığında, sivil toplum kuruluşları doğal olarak dijital araçlara ve platformlara güvenmektedir. (...) Kampanyanın medya uygulamaları ilk olarak, eylemcilerin toplantılar planladığı, bilgi paylaştığı ve eylemleri koordine ettiği örgütlenme uygulamalarını içermektedir. (Kavada, 2010: 109; Akt. Flietz & Staemmler, 2020, s. 433). (...) Kampanya organizasyonları kendi mobilizasyon potansiyellerine sahip olsalar da, mobilizasyon ve öz-temsilde başarı için hashtag aktivizminin medya uygulamalarına ve sosyal medya aracılığıyla erişimin artmasına da güvenmektedirler. (...) Ancak aynı zamanda, düşük eşikli destek ve kolektif aktörler ile kampanya platformları arasındaki iş bölümü, kampanyalar arasındaki rekabetin artmasına neden olmaktadır (Flietz & Staemmler, 2020, s. 433-434).

Haktivizm, hack ve aktivizm terimlerinden oluşmaktadır ve bir İnternet aktivizmi biçimini temsil etmektedir. Haktivistler, amaçları ve ideolojileri ile diğer hackerlardan ayırt edilebilmektedir. Gizli bilgileri çalmak ve yayınlamak gibi yöntemler bazen örtüşse bile, siber suçlular veya siber teröristlerin aksine haktivistler kâr amacı gütmazler. Haktivizm bu nedenle, örneğin protesto eylemleri ve propaganda yoluyla siyasi veya sosyal hedeflere ulaşmak için dijital araçların ve platformların kullanımını tanımlamaktadırlar. Haktivizmin merkezinde şiddet içermeyen aktivizm ilkesi vardır

(Bundeskriminalamt, 2016, s. 18-19; Akt. Schoger, 2018). Hacktivizm, uzun bir süre dijital aktivizmin gizli bir çeşidi olarak kaldıktan sonra, merkezi olmayan kolektif Anonymous'un, popülerleşmesine ve düşüşüne katkıda bulunmuştur (Coleman, 2014; Akt. Flietz & Staemmler, 2020, s. 433).

İnternet teknolojileri aracılığıyla dolaysız ve anlık olarak sağlanan etkileşimde ağları besleyen uygulamalardaki altyapılar, küreselleşmeyle birlikte aktivistlerin güvenli ağ oluşturması için kullanılan küresel internet portalı Indymedia aracılığıyla yayılmıştır (Lievrouw 2011; Akt. Flietz & Staemmler, 2020, s. 436). Veritabanlarının oluşturulması, yorumlanması ve analizi, bu varyantı proaktif ve reaktif "veri aktivizmi" formlarında güncellemek ve açmak için bir kaynak görevi görmektedir (Gutiérrez/Milan 2019; Akt. Flietz & Staemmler, 2020, s. 436).

3.2.2. Dijital Aktivizm Stratejileri

Dijital çağın dönüşümüyle birlikte bağlantı alanlarının değişmesi, bilgi akışının artışıyla yeni formülasyonların koordine edilmesini gerekli kılmasının yanı sıra farklı anomalilerin enformasyon yoluyla işlenmesinde etkin rol oynamıştır. Bu durum dijital aktivizm eylemlerindeki fenomenolojik dizgelerin dayanıklılığında istikrar sağlanması adına Anastasia Kavada tarafından kaleme alınan 'Aktivizm Dijitali Dönüştürüyor: Sosyal Hareket Perspektifi' adlı çalışmada şu önermelerle stratejik temele bağlanmıştır:

- 1) Çevrimiçi olarak örgütlenen hareketler için, hedefleri, misyonları veya ufuk açıcı olayları açısından geniş ve açık bir hikayeye sahip olmak, sürekli bir yeni gelen akışını sürdürmelerini sağlamaktadır.
- 2) Bir sosyal harekete ayrılmış çok sayıda web sitesi, blog ve e-posta listesi, bireysel aktivistlerin her alana katılmasını neredeyse imkansız hale getirmektedir. Buna göre, hareket çevrimiçi alemde dağılmaktadır. Bununla birlikte, yüz yüze toplantılar ve sokak gösterileri, aktivistleri aynı fiziksel alanda aynı anda bir araya getirerek bu tür bir dağılmayı dengeleyebilmektedir.
- 3) Kısa vadeli ve iyi tanımlanmış projelerde işbirliği, aktivistlerin iyi çalışma ilişkileri geliştirmelerine yardımcı olmaktadır.
- 4) Fiziksel merkezi olmayan hareketler için çevrimiçi kalıcı bir alana sahip olmak, istikrar ve süreklilik duygusunu güçlendirmektedir. Facebook grupları,

web siteleri ve e-posta listeleri, farklı ülkelerde bulunan aktivistler arasında sürekli iletişim alanları olarak hizmet etmektedirler. Aynı zamanda, bu akışkan ve esnek aktivist ağlarının topraklanmasına ve sınırlarının çizilmesine yardımcı olmaktadır. Hem mevcut hem de yeni katılımcılar için harekete açılan kapılar olarak hareket etmektedirler (Kavada, 2010, s. 114-117).

Sosyal yakınsamaların kalıcı olması adına yeni formların oluşumunda birincil eylem olan içerik paylaşımının çevrimiçi ortama senkronize edilmesi, dijital mülkiyetin kazanılmasında toplumsal ağların işbirliği içerisinde kolektif olarak paylaşımcı eylemlerle bağ kurmasında etkili olmuştur.

3.3. Dijital Aktivizm Eyleyenlerinin ve Özelliklerinin Sınıflandırılması

Geniş ağ bandı aracılığıyla etkileşime geçen kitlelerde mobilizasyonun artış göstermesiyle toplu etkinliklerde çeşitli amaçlarla rol alınması, kolektif bir güven ağının oluşturulmasında önem arz etmektedir. Toplumsal hareketliliğin kompleks bir yapıya sahip olması, aktivistlerin tek bir düzlem üzere devinim içerisinde koordineli kalmalarını güçleştirerek, bir gerilimin ortaya çıkmasına sebebiyet vermiştir.

Web üzerindeki tüm sosyal oluşumlar, özellikleriyle klasik organizasyonlardan ve onların organizasyonel biçimlerinden az çok net bir şekilde ayrılmaktadır ve hareket kalıpları, kolektif davranışın veya kolektif eylemin varyantları olarak anlaşılabilmektedir. Ana hatlarıyla belirtilen tüm oluşumlar, en ufak bir örgütlü çekirdek izine sahip olmayan, sadece bir sürü veya kalabalık olarak görünenler bile, önemli bir siyasi, sosyal veya ekonomik etki geliştirebilirler (Dolata & Schrape, 2013, s. 18-19). Ulrich Dolata ve Jan-Felix Schrape tarafından kaleme alınan “Birey ve kurum arasında (De. Zwischen Individuum und Organisation) adlı yayında internetteki toplumsal oluşumlar şu şekilde kategorize edilmiştir:

Tablo 4: Temel Sosyal Aktivist¹⁵ Türleri

KOLEKTİF BİR EYLEMİN MEVCUT OLMAMASI		STRATEJİK OLARAK EYLEM YETENEĞİ	
Bireysel Aktivistler	Topluluklar	Kolektif Aktivistler	Kurumsal Aktivistler
Örn. Kullanıcı, Üreten Tüketici ¹⁶	Örn. Kitleler, Sürüler	Örn. Topluluklar, Hareketler	Örn. Kuruluşlar
Bireysel tercihlere göre eylemde bulunma	Bir araya gelen bireysel eylemlere dayalı toplu davranış	Oylamaya/Uzlaşmaya dayalı toplu eylem	Hiyerarşik karar verme yapılarına dayalı organizas- yonel eylem

Kaynak: Bu tablo Ulrich Dolata ve Jan-Felix Schrape tarafından hazırlanan “Zwischen Individuum und Organisation” adlı yayından aktarılmış olup, çevirisi yazar tarafından yapılmıştır.

Dolata & Schrape modern toplumların gerçekleri ve sosyolojik teorilerin oluşumunda, webde bulunabilen üç temel sosyal aktör türünün her türden bireyler, kuruluşlar ve kolektifler tarafından şekillendirildiğine dikkat çekmektedirler. Bireysel ve kurumsal aktörler çok net bir şekilde şekillendirilmiş birimleri temsil ederken, burada özellikle ilgi çekici olan kolektif aktörler çok daha heterojen bir yapıya sahiptirler (Dolata & Schrape, 2013, s. 19).

Bireyler, kişisel ve sosyal çevrelerini bilinçli olarak algılama ve onları kendi yollarıyla yorumlama, duruma bağlı olarak sıklıkla değişen öznel tercihler geliştirme, bireysel eylem hedefleri oluşturma, bağımsız kararlar alma ve bunların peşinden gitme konusunda oldukça yeteneklidir (Turner 1981, 1978; Akt. Dolata & Schrape, 2013, s. 20) Kısacası, eylemde bulunan bireyler “ne salt konformistler olarak ne de çıkarlarının dar kafalı hesaplayıcıları olarak değil, az çok özgür, yetkin kişiler olarak tanımlanabilmektedirler. (Dolata & Schrape, 2013, s. 20)

Kabul edilmelidir ki, modern toplumlar öncelikle bireyler etrafında yapılandırılmazlar. (...) Şirketler veya siyasi ve bilimsel kuruluşlar gibi kurumsal aktörler, bireylerden çok daha sistematik ve güvenilir bir şekilde kasıtlı olarak hareket edebilirler, durumlar karşısında çağrılabilen resmileştirilmiş eylem ve karar alma rutinleri ile karakterize edilirler ve organizasyonda mevcut kaynakları kullanma becerisine sahiptirler. (...)

¹⁵ Kelime kaynak metinde toplumbilimsel bir terim olan De. Akteur altında ele alınmıştır. Çalışmada terim birliğinin sağlanması adına aktivist olarak aktarımda bulunulmuştur.

¹⁶ Eng. Prosumer

Organizasyonlar olarak, uluslararası alanda faaliyet gösteren büyük şirketler, öncelikle teknolojik yeniliklerin ve bunlara dayalı çevrimiçi bağlamda sunulan tekliflerin merkezi taşıyıcılarıdır ve mantıksal olarak bireysel kullanıcıların ve kolektif oluşumların öncelikli olarak hareket ettikleri temel iletişim teknolojisi altyapılarını sağlamaktadırlar. Örneğin; internet şirketleri, duvarlarla çevrili bahçelerinin bekçileri olarak, bireysel kullanıcıların çevrim içi deneyimlerini şekillendiren, hareketleri için sosyo-teknik çerçeve sağlayan ve böylece ortak davranış ve eylemlerin temellerine dayalı olarak yapılandırılmasına önemli ölçüde yardımcı olan kural koyucu aktörler olarak hareket etmektedirler (Dolata & Schrape, 2013, s. 22-24). Kurumsal aktörlerin özgürleşme süreci, muhtemelen daha geniş kapsamlı, daha uzun vadede riskli bir toplumsal gelişmeyi temsil etmektedir, çünkü özerk örgütler, makro-politik ve makro-ekonomik koşullar üzerinde çok daha temel bir etkiye sahiptirler (Geser, 1990, s. 405).

Kolektif yapılanmalar, örgütlü ve eyleme yön veren bir öze sahip değildirler, ancak ortak bir karar veya eylem yönelimine dayanmaksızın paralel sosyal davranış yığınlarında yoğunlaşabilen ortak bireysel algılara, tüketici ifadelerine veya sorun algılarına dayanırlar. (...) Örgütlenmemiş kolektifler bir birim olarak hareket etmezler. Kendi türlerinde stratejik, rasyonel ve yansıtıcı aktörler değildirler, ancak kendiliğinden ve genellikle geçici kolektif davranış biçimleriyle karakterize edilirler. (...) Bu tür amorf ve oldukça rastgele toplumsal kümelenmeler, bilinçli olarak paylaşılan hedefler, kurallar, kimlik biçimleri ve aynı zamanda resmi organizasyonun altındaki örgütsel paydalara sahip toplumsal hareketlere veya topluluklara yoğunlaşıyorsa, o zaman ikinci olarak, eylem ve strateji yeteneğine sahip kolektif aktörlerden söz edilebilmektedir (Dolata & Schrape, 2013, s. 24-25). Kolektif eylem, geniş anlamda, “bazı ortak hedeflere ulaşmak için ortaklaşa hareket etme” adına bir araya gelen insanlar olarak tanımlanabilir (Opp, 2009; Akt. Schlogl, 2022, s. 65). Bu, ağ bağlantılı sosyal hareketler ve benzer çevrimiçi aktivizm biçimleri, özellikle de “hashtag aktivizmi” ve koordineli çevrimiçi söylem gibi çeşitli fenomenleri içerebilmektedir. Diğer siyasi katılım biçimleri gibi, sosyal medyadaki kolektif eylem de işlevsel olarak “vatandaşların tercih ettiği şekillerde hareket etmek için hükümeti etkilemeye çalıştıkları araçsal bir faaliyet” olarak anlaşılabilir (Verba ve Nie, 1972, s. 102; Akt. Schlogl, 2022, s. 65). Çevrimiçi hareketler formel olarak 'kolektif' görünüyorsa da katılımcıların birbirlerini

tanıdıkları veya herhangi bir kolektif kimliği paylaştığı anlamına gelmeyeabilmektedir (Schlogl, 2022, s. 65).

Toplumsal eylemlerin belirli stratejik yöntemler dahilinde tercihlerin kurallara dayandırılarak katılımın gerek özerk gerek kolektif olarak sağlanması, determinist yaklaşımların çeşitlenerek, dengenin kurulmasında muhtemel zemini hazırlamaktadır. Küreselleşmeyle birlikte oluşan rasyonel yapılanmaların özellikleri Dolata & Schrape tarafından “Zwischen Individuum und Organisation” adlı çalışmada eylem yetenekleri, kaynakları, organizasyon ve koordinasyon örnekleri, karar modu ve istikrar merkeze alınma suretiyle şu şekilde sınıflandırmıştır:

Tablo 5: Bireylerin, Organizasyonların ve Kolektiflerin İdeal-Tipik Özellikleri

	Bireysel Aktivistler	Organize olmayan kolektifler (topluluklar)	Kolektif Aktivistler	Kurumsal Aktivistler
	Örn. Kullanıcı, Üreten Tüketici	Örn. Kitleler, Sürüler, Yığınlar	Örn. Topluluklar, Hareketler	Kuruluşlar
Eylem Yeteneği	bireysel düzeyde	hareket etmek için bağımsız bir kolektif kapasitenin mevcut olmaması	İlgili bireylerin üzerinde kasıtlı ve stratejik hareket etme yeteneği	
Eylem Kaynakları	bireysel kaynaklar maddi, bilişsel	bireysel kaynakların geçici olarak toplanması	kolektif kaynaklar katılımcıların katkılarına bağlı	kurumsal kaynaklar maddi, yapısal, kurumsal, aşırı bireysel
Organizasyon Koordinasyon Örneği	/ bireysel	kolektif davranış bireysel eylemlerin bir toplamı olarak	kolektif eylem müzakere, oylama, fikir birliğine dayalı	kurumsal eylem resmi hiyerarşik yapılar temelinde
Karar Modu	bireysel kararlar	toplu karar verme yeteneğinin	stratejik kararlar	stratejik kararlar

	bireysel tercihler ve hedefler doğrultusunda	mevcut olmaması	katılımcıların bireysel tercihlerine bağlı olarak	üyelerin bireysel tercihlerinden ayrıştırılmış
İstikrar	-	az	içeriğe dayalı	fazla

Kaynak: Bu tablo Ulrich Dolata ve Jan-Felix Schrape tarafından hazırlanan “Zwischen Individuum und Organisation” adlı yayından aktarılmış olup, çevirisi yazar tarafından yapılmıştır.

3.4. Sosyal Medya Eyleyenleri Olarak Aktivistlerin Çeviriyle Etkileşimi

Günümüz dünyasında küresel ağ sistemlerinin yeni teknolojilerle iletişimdeki sınırları kaldırarak, siber ağa koordine bir şekilde kitlelerin mobilize olmasını olanaklı hale getirmesi, eylemsel faaliyetlerde hareketliliği tetikleyerek, ortam araçlarıyla farklı sistemlerin toplumsal gerçeklik zemininde konuşlandırılmasını kolaylaştırmıştır. Bu durum, aktivistlerin diller aracılığıyla hareket alanlarının yapılandırılmasında ve sundukları içerik dizgelerinin şekillenmesinde başlıca rol oynamıştır.

Aktivistlerin geniş kitlelere hitap etme adına bağımlı kaldıkları dilsel örüntüler, salt anlam içeren ürünler olarak erişime açılarak, alıcıların arzına sunulmaktadır. Kitleler nezdinde, amaçlanan niteliğe yönelim sağlayarak, genişletilmiş bir ileti ağının oluşturulabilmesi ve sürekliliğinin güvence altına alınabilmesi Lefevre'nin de belirttiği üzere toplumsal ve ideolojik yapılarla iç içe olan çevirinin şeffaf, tarafsız veya masum bir filolojik etkinlik olarak düşünülememektedir (Hermans, 2009, s. 95).

Çeviri alanındaki yeni yaklaşımlar arasında yer alan işlevselcilik ve betimleyicilik gibi olgular, dillerin kesişim noktalarında istemleri belirginleştirerek, dilsel öğelerin çeviri yoluyla aktarımını özgün kılması, artalandaki kimin neyi, kimin için, ne zaman, nerede, nasıl ve neden çevirdiğini sorgulatmıştır. Bununla birlikte normlar, bireylere ne tür ifadelerin toplumsal olarak kabul edilebilir olduğunu söyleyen yönlendirici bir karaktere sahipti; bu nedenle istenilen seçimlerin yapılması, ilgili topluluk tarafından sadece çeviri olarak değil, kültürel metinler olarak da geçerli veya meşru kabul edilen çevirilerle sonuçlanmasına zemin hazırlamıştır. Bu anlamda normların, problem çözme araçları olarak işlev gördüğü (Chesterman 2001b; Akt. Hermans, S.95-96) söylenebilmektedir.

Çevirinin politik ve ideolojik rolü, bir arabulucu olarak çevirmenin figürü ve özel ilgilerini çeviri çalışmalarına enjekte eden çeşitli disiplin gündemleri gibi artan ilginin

bir sonucu olarak ortaya çıkmıştır (Hermans, 2009, s. 93). Dil kullanıcılarının iletişimsel bağlamlarda anlamlar atamasının söz konusu olmasında, anlam oluşturma sürecinde metinde sunulan bilgiler önceden depolanmış bilgi ve zihinsel modellerle etkileşime girmektedir (van Dijk 2002). Siyasal kavramlar da kültürel veya siyasal bir grubun söylemine göre olmasından dolayı tartışmaya açıktır. Çeviri söz konusu olduğunda, dil kullanıcılarının deneyimsel ve sosyo-kültürel arka planı da dikkate alınmalıdır (Schäffner, 2004, S. 121). Çünkü çevirmenler sadece önceden var olan mesajları yönlendirmekle kalmaz, yeni metinlere ses vererek onlara müdahale etmekten kendilerini alamazlar ve bunu yaparken şekillendirdikleri söylemde bir özne-konumu kurarlar. Sonuç olarak, çeviri kaçınılmaz olarak çevirmenin öznelliği tarafından renklendirilir ve birkaç konuşma sesinin ve bakış açısının iç içe geçtiği karmaşık bir mesaj üretilir (Hermans, 2009, s. 96-97).

İletişimi olanaklı hale getiren her söz / sözce / tümce bir “niyet” içerir ve onu üreten kişinin ne niyetle / amaçla söylediğine bağlı olarak değerlendirilir (Bulut, 2il, 2018, s. 20). Searle’e göre de dilsel iletişimin temel birimi olan edimsel aşama (edim-söz) söylemin çekirdeğini oluşturur. Bu aşamada konuşucunun iletisi dile getirilir. Ondan sonra alımlayıcı, söz konusu iletiyi dilsel-toplumsal uzlaş, dil-içi ve dil-dışı belirleyenler ve bağlamı oluşturan durumu gözetererek anlamaya çalışır (Kanatlı , 1998, s. 84) ve edimsel eylemleri şu beş ulam altında toplamaktadır:

- 1) Sunumsal eylemler (Repräsentative): Bu ulamda, bir amaç, bir niyet, bir konunun doğruluğu ya da yanlışlığı ortaya konur. Saptamalar, savmalar, öndeğliniler, açıklamalar, sınıflandırmalar, tanılar ve betimlemeler bu ulamın tipik örnekleridir.
- 2) Buyrumsal eylemler (Direktive): Bu ulamda konuşucu, karşıdakini birşeyler yapmak üzere harekete geçirmeye çalışır. Düzenlemeler, buyrumlar, ricalar, yönergeler, dualar, öneriler, dilekçeler ve öğütler bu ulamın belirleyici örnekleridir.
- 3) Erekleysimsel eylemler (Kommissive): Erekleysimin amacı konuşucuyu, gelecekteki bir şeyin seyrine ilişkin yükümlü kılmaktadır. Söz vermek, vaat etmek, adamak, tehditler, bahse girmek, bir şeyi yapmaya hazır olmak, sözleşmeler ve güvenceler bu ulama örnek oluşturur.
- 4) Dışavurumsal eylemler (Expressive): Bu ulamı oluşturan edimsel eylemlerin amacı, konuşucunun içerikleyimde belirlenen konu bağlamına ilişkin ruhsal tutumunu dışa

vurmaktadır. Söz-eylem terminolojisindeki edimsel amacı ise, doğruluk koşullarını dile getirmektir. Teşekkürler, iyi niyet dilekleri, özür dilemeler, başsağlığı dilemeler, hoş geldin(iz) dilekleri bu ulamın sıkça görülen örneklerinden birkaçıdır.

5) Açıklayımsal eylemler (Deklerative): Bu ulamın belirgin özelliği, bir edimsel eylemin başarılı gerçekleşiminde, içerikleyim ile gerçeklik arasında bir örtüşme olmasıdır. Başarılı gerçekleşim, içerikleyimin evrene uygunluğunu güvenceler. Genelde bu edimsel eylemler; kilise, yasa ya da özel mülkiyet gibi dilbilimsel olmayan kurumları gerektirir (Kanatlı , 1998, s. 84-85).

Dijital aktivistlerin birincil eylem aracı olan dilin, sözcelerin oluşturmuyula kitlelerarası karşılıklı etkileşime geçerek, bir süreç düzenleyici eyleyeni olması, biçemlerin yapılandırılmasında ve dönüştürülmesinde çeviri vasıtasıyla formel bir etki yaratmaları söz konusudur. Siber örüntülerin dilsel öğelerle doğrudan ilintilendirilmesi, çevirinin pratikte çok yönlü uygulanabilirliği sayesinde aktivistlerin eylem alanlarını genişletmiştir.

BÖLÜM IV: SOSYAL MEDYA AKTİVİSTLERİNİN ÇEVİRİYİ KULLANMA BİÇİMLERİ

Dijital pratiklerin, toplulukların faktörel değişkenlerle etkileşime geçerek ve ortam uygulamaları aracılığıyla yeni katılım örüntülerine müdahil olarak dijital bir kimlik ağı oluşturmaları kaçınılmaz bir gerçektir. Bağımsız dinamiklerin inşasında sosyal medya araçlarının dönüşümü destekleyici algoritmaları beslemesi durumu da, çevrimiçi hareketlenmelerde kitleler arası mobilizasyon süreçlerinde eşgüdümü sağlayarak, etkileşimi meşrulaştırmaktadır. Web tabanlı yapılanmalar dahilinde şekillenen stratejik yöntemler, kaynakların rasyonel olarak bir koordinasyon içerisinde olmasını gerekli kılarak, sosyal eyleyenlerin bireyler, kuruluşlar ve kolektif dizgeleri altında sınıflandırılmasını sağlamıştır. Ağ örüntülerinin geniş ağda kanonlaşmasıyla fiziksel aktivizm hareketlerinin dijitalle kayması, eyleyenlerin karar ve hedeflerini küresel düzlemde şekillendirilmesini gerektirmiştir.

Çalışmanın bu bölümünde sosyal medya sistemleri aracılığıyla aktivistlerin dille güdümlü bir şekilde eyleyen olarak çeviriyi kullanma biçimleri, salt örneklemeler bağlamında incelenmiş olup, ana akım indeksi içerisinde yer alan Can Dündar, Cem Özdemir ve Fatih Zingal'ın dijital kimlikleri üzerinden çeviri yoluyla gerçekleştirmiş oldukları paylaşımlarının ideolojik karesi oluşturularak, çeviri faaliyetlerindeki belirleyici fonksiyonlarına betimlemeler getirilmiştir.

4.1. Sosyal Medyadaki Aktivistler ve Çalışma Alanları

Toplumsal olayların önem ve etkilerinin değerlendirilerek ferdi yorumlarla farkındalık oluşumuna imkan sunulduğu mecralar olan sosyal medyada, paylaşımlarıyla kitleleri bir araya getirerek, kolektif bir bilincin inşasını stratejik olarak hazırlayan aktivistler, geleneksel medyanın aksine katılımcı bir ağ vasıtasıyla etkileşime geçtikleri insan topluluklarının dönüşüm süreçlerine etki edebilmektedirler. Çatışma ve uzlaşmaların gündeme taşındığı günümüz iletişim ağında, paylaşımı gerçekleştirilen örüntü içeriklerinin neleri kapsadığı, nasıl tasarlandığı ve alıcılara hangi yolla sunulduğunun sorgulanmasına sebebiyet vermektedir.

Öznel gözlemlerin denetime maruz bırakılmadan, doğrudan ve süresiz bir şekilde işlevsellik kazandırıldığı sosyal medya ağlarında, kitlelerle etkileşimi sağlamak için paylaşımlarıyla görünürlüklerini ve devamlılıklarını arttırma adına bireysel gönderilerle toplumsal olguları merkeze taşıyan aktivistler, öz söylemlerinin temsili yüzünü oluşturmaktadırlar. Aktivistlerin ürettikleri içerikleri görüngülerle temellendirilmeleri de, iletişim yoluyla aktif hale getirilen bir dizi dil pratiklerinin önemini gün yüzüne çıkarmıştır.

Kitle iletişim araçlarıyla tesir edilen kamusal alanda rol alan Can Dünder, Cem Özdemir ve Fatih Zingal'ın dijital kimliklerinin bulunduğu sosyal medya platformları incelenmiştir. Çalışma kapsamında merceğe alınan tüzel ve özel kimlikleri olan eyleyenlerin, gerçekleştirdikleri paylaşımlarla güncel toplumsal olayları kitlelerin arzına sunarak, düşüncelerin eylem boyutuna taşınma eğilimine sebebiyet vermelerinden dolayı özerk ve gizil bir güç oluşturmaları, bireysel aktivist olarak nitelendirilmelerini gerektirmiştir.

4.1.1. Can Dünder

16 Haziran 1961, Ankara doğumlu araştırmacı, gazeteci Can Dünder, basın-yayın alanında ihtisasını tamamlamasının ardından atıldığı meslek hayatıyla eşgüdümlü olarak siyaset bilimi alanında doktorasını da almıştır. Türkiye'nin yakın tarihi, politikası ve popüler kültür alanlarında gerçekleştirdiği çalışmaların yanı sıra Türkiye'de tirajı yüksek olan Cumhuriyet gazetesinin genel yayın yönetmenliği görevinde bulunmuştur. Yayıncılık hayatı boyunca 12 farklı gazetede, 10 farklı televizyon kanalında hizmetlerde bulunarak, birçok esere imza atmıştır. Cumhuriyet gazetesi genel yayın yönetmenliği görevinde iken hakkında “Terör örgütü FETÖ ve PKK adına faaliyette bulunmak” suçundan göz altı kararı çıkarılan Dünder, Avrupa'da yaşamını sürdürmektedir. Sosyal medya platformlarındaki takipçi istatistikleri şu şekildedir:

Tablo 6: Can Dündar’a Ait Sosyal Medya Platformlarının İstatistiği – Mayıs/2022

Sosyal Medya Platformu	Kullanıcı Profili	Takipçi Sayısı
YouTube	Can Dündar	33,6 bin
Facebook	x	x
Instagram	@candundaradasi	127 bin
Twitter	@candundaradasi	5,3 Mn.

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

4.1.2. Cem Özdemir

21 Aralık 1965 yılında Almanya’nın Baden-Württemberg eyaletine bağlı Bad Urach şehrinde dünyaya gelen Cem Özdemir, Alman siyasi dünyasında 2008-2018 yılları arasında Birlik 90/Yeşiller (De. Bündnis 90/Die Grünen) partisinin eş başkanı olarak yürüttüğü çalışmalarıyla bilinmektedir. Federal Almanya Cumhuriyeti’nin 24. Federal Hükümeti olan Scholz kabinesinde kendisine 2021 yılı itibariyle Federal Gıda ve Tarım Bakanlığı görevi atanmıştır. “Seküler İslam İnisiyatifi” bildirisiyle geçtiğimiz yıllarda gündeme gelen Özdemir, Türkiye’nin bazı devlet politikalarına karşı duruşuyla ve Ermeni Soykırımı politikasıyla noktasında aktif rol oynadığı bilinmektedir. Sosyal medyayı aktif olarak kullanarak, takipçilerini faaliyetleri hakkında bilgilendiren Özdemir’in sosyal ağ istatistiği şu şekildedir:

Tablo 7: Cem Özdemir’e Ait Sosyal Medya Platformlarının İstatistiği – Mayıs/2022

Sosyal Medya Platformu	Kullanıcı Profili	Takipçi Sayısı
YouTube	x	x
Facebook	@Cem	155,9 bin
Instagram	@cem.oezdemir	115 bin
Twitter	@cem_oezdemir	349,1 bin

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

4.1.3. Fatih Zingal

Bir Alman hukukçu ve politikacı kimliklerine sahip olan Fatih Zingal, 27 Mayıs 1979'da Solingen'de doğmuştur. Dış politika, ırkçılık, İslamofobi ve göçmenlerin siyasi katılımı, çalışma alanları arasında yer almaktadır. Yanı sıra iş hukuku, ceza hukuku, aile

hukuku ve medeni hukuk öncelikli çalışma alanlarındandır. Avrupalı Türk Demokratlar Birliği (UETD)’nde de görev alan Zingal, birlik bünyesinde Türklerin varlık ve gelecekleri hakkında birçok çalışmaya imza atmıştır. Bazı yayın organları organik bağı olmadığını söylese de Zingal’e Recep Tayyip Erdoğan’ın sözcüsü olarak tanımlama getirmektedirler¹⁷. Gerek bireysel çalışmalarını gerekse toplumsal vakalar hakkında paylaşımında bulunduğu platformlara ait veriler şu şekildedir:

Tablo 8: Fatih Zingal’e Ait Sosyal Medya Platformlarının İstatistiği – Mayıs/2022

Sosyal Medya Platformu	Kullanıcı Profili	Takipçi Sayısı
YouTube	Fatih Zingal	x
Facebook	@zingalfatih	133,9 bin
Instagram	@zingal_fatih	115 bin
Twitter	@FatihZingal	10,4 bin

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

4.2. Örneklemin Tanıtılması

Sosyal medya örüntülerinin toplumsal olguların küresel boyutta dolaşımına imkan sunuyor olmaları, aktivistlerin farklı ve daha fazla kitleler üzerinde dijital ağ aracılığıyla etki oluşturma potansiyellerini arttırmıştır. Gerçek ve tüzel kişilerin etkileşimde oldukları topluluklarla olan sosyal ilişkilerini hızlı ve verimli bir şekilde güçlendirerek, kolektif bir bilinci oluşturulabilmeleri adına, kullanıcıları oldukları sosyal medya platformlarında diller vasıtasıyla yayın yapma yoluna gitme suretiyle, enformasyon barındıran içerikleri karakterize etmelerinde çeviri faaliyetlerinin eyleyenler için potansiyel bir ortam aracı olduğu da kaçınılmaz bir gerçektir.

Siber ağ üzerinde medya içerikleri oluşturarak, ilgili içeriklerin yorumlanması, paylaşılması adına katılım ve takibinde sürekliliğin temin edilebilmesinde bireysel aktivistlerin paylaşımları, çalışma görgüllüğünün arttırılabilmesi adına incelenmiştir. Bu inceleme merkezine alınan Can Dünder, Cem Özdemir ve Fatih Zingal’in dijital kimliklerinin bulunduğu sosyal medya platformları olan YouTube, Facebook, Instagram

¹⁷ https://rp-online.de/nrw/staedte/solingen/der-herr-der-begrenzten-provokationen_aid-18832857, Erişim Tarihi: 12.05.2022

ve Twitter ağ uzantılarındaki çeviri eyleyenleri ve faaliyetleri normlar dahilinde ele alınarak, betimleme yapılma yoluna gidilmiştir.

4.3. Örneklemin Resimlerle Gösterilmesi ve Betimlenmesi

Sosyal medya sistemleri aracılığıyla aktivistlerin dille güdümlü bir şekilde eyleyen olarak çeviriyi kullanma biçimleri, salt örneklem bağlamında incelenmiş olup, ana akım indeksi içerisinde yer alan Can Dünder, Cem Özdemir ve Fatih Zingal'ın dijital kimlikleri üzerinden gerçekleştirmiş oldukları paylaşımlarının çeviriyle örüntüleri tespit edilerek, çeviri faaliyetlerindeki belirleyici fonksiyonlarına betimlemeler getirilmiştir. İnceleme kapsamında dijital aktivistler tarafından 2021 yaz döneminden 2022 bahar dönemine kadar çevrimiçi platformlar üzerinden gerçekleştirdikleri paylaşımlar örneklem olarak ele alınmıştır.

4.3.1. Facebook Örneklemi

Fatih Zingal tarafından 24 Ocak 2022 tarihinde şahsi Facebook sayfası üzerinden gerçekleştirilen “Halle Neustadt'ta bulunan bir camide inananlara ateş açıldı” konulu paylaşımda (Bkz. Resim 1-2), Almanca-Türkçe dil çiftlerinde bildirimde bulunulma yoluna gidilerek, kendisinin gerek kaynak metnin üreticisi gerekse erek metnin çevirmeni rolüyle kaynak metinde vermiş olduğu bilgileri, erek metinde bir amaca bağlamış olması söz konusudur. Zingal'ın toplumsal konulara temsili bir bakış açısı oluşturulması adına çift dilli yaptığı paylaşımlarda Almanca metinler aracılığıyla kitleleri bilgilendirmeyi öncelediği, Türkçe metinlerde ise bir bilinçlendirme çabasını pratikte eyleme koyduğu gözlemlenmektedir.



Resim 1: Fatih Zingal'in Halle Neustadt'taki Camiye Yapılan Saldırıya İlişkin Paylaşımı

Kaynak: Facebook, <https://www.facebook.com/100050595004497/posts/478105683885928/?d=n>,
Erişim Tarihi: 20.03.2022

+++Halle Neustadt'taki bir camide inananların çekimleri+++Şimdiye kadar bu konuyla ilgili neredeyse hiç medya haberi yok++++

Pazar günü, Halle-Neustadt'taki camiye inananlara öğle namazı sırasında ateş açıldı. Görünüşe göre havalı tüfek kullanılmış. Bir zanlı tutuklandı ve cinayet silahı emniyete alındı. Geçmişte İslam Kültür Merkezi'ne (İKC) muhtemelen komşu bir apartman bloğundan birkaç kez ateş açıldı. İnananlar da vuruldu ve hafif yaralandı.

Bir ibadethanede müminlere ateş etmek zaten kündigte başına bir skandal ve derinden endişe vericidir. Ancak bu korkunç vakayla ilgili gerçekten skandal olan şey, şu ana kadar hiçbir Alman medyasının bu olayla ilgili haber yapmamış olmasıdır! Almanya'nın ortasında inananlara ateş ediliyor ve bu bir manşet olmaya bile değmez. Bu ülkedeki gelişmeler gerçekten derinden endişe verici. Kısa bir süre önce Müslümanların mezarlarına saygısızlık edildi, kısa bir süre sonra bir caminin önünde alevler çıktı.

Kendimizi kandırmayalım: Müslümanlar söz konusu olduğunda hem medyada hem de siyasette çifte standart var. Bu olayla ilgili son dakika haberleri nerede? Ateşli silahların Müslümanlara karşı kullanılmasıyla ilgili dayanışma nerede? Siyasilerin açıklamaları nerede? Çoğu kişi duymamış bile.

Bu mesajı ve bu gönderiyi paylaştığınızdan emin olun. Müslümanlara yönelik tehdidi sürekli dile getirmedığımız sürece kesinlikle hiçbir şey değişmeyecek. Silahlar bir camide değil de bir sinagogda veya bir kilisede ateşlenmiş olsaydı ne olurdu bir düşünün. Bunun arkasında bir "İslamcı saldırı" olabileceği şüphesi hemen ortaya çıkacaktı ve aslında tüm medya bunu haber yapacaktı. Politikacıların açıklamaları hemen gelirdi.

Müslümanlar söz konusu olunca sessizlik mevcut. Ve tüm saygımla, artık kimse bunu gerçekten inkar edemez.



Resim 2: Fatih Zingal'in Halle Neustadt'taki Camiye Yapılan Saldırıya İlişkin Paylaşımı

Kaynak: Facebook, <https://www.facebook.com/100050595004497/posts/478105683885928/?d=n>, Erişim Tarihi: 20.03.2022

Fatih Zingal tarafından 11 Ağustos 2021 tarihinde “Cesur ve yiğit çocuk Eren Bülbül” temalı paylaşımında (Bkz. Resim 2) Türkçe ve Almanca olmak üzere her iki dilde PKK terör örgütü tarafından şehit edilen Eren Bülbül’ün kendi dilinden hikayesiyle Almanya medyasına bir bildirim niteliğinde seslenilerek “Türkiye’de hemen hemen her gün

insanların, çocukların (!) PKK terörüne kurban olduğunu”n ve “Almanya’da yetiştirilen teröristlerin (...) Türkiye’de masum insanların katledilmesi”nde rol aldığının anlatılarak, #Eren18yaşında #iyikivarsıneren #PKK hashtagleriyle desteklendirilen paylaşım aracılığıyla kolektif bir bilincin oluşturulması ve bu bağlamda kitlelerin konu kapsamında organize olmalarının sağlanmasında temsili bir içerik niteliği taşımaktadır. (Bkz. Resim 3-4)



Resim 3: Fatih Zingal’ın Eren Bülbul Hakkındaki Paylaşımı

Kaynak: Facebook - Cesur ve yiğit çocuk Eren Bülbul

<https://www.facebook.com/photo/?fbid=372244521138712&set=a.271120864584412>, Erişim Tarihi
20.03.2022

🇩🇪 Mein Name ist Eren Bülbul. Ich bin 15 Jahre alt geworden. Ich starb am 12.08.2017. In meiner Heimatstadt in Trabzon entdeckte ich ein Versteck der Terrororganisation PKK und zeigte es den türkischen Sicherheitskräften. Während dieses Unterfangens ermordeten mich die PKK-Terroristen. Ich hatte so viele Träume. Vielleicht wäre ich Arzt oder Lehrer geworden. Oder auch Feuerwehrmann! Als Kind wollte ich nämlich immer Feuerwehrmann werden. Aber nun warte ich im Himmel auf meine Eltern und meine Familie, die sehr sehr traurig sind.

Ich habe eine Botschaft an die Medien in Deutschland: Bitte erzählt meine Geschichte. Bitte erzählt, dass in der Türkei fast täglich Menschen, Kinder (!) dem Terror der PKK zum Opfer fallen. Diese Menschen töten und die Familien der Verstorbenen können häufig Ihre Trauer nie überwinden. Es ist einfach grausam was diese Terroristen tun. Sie sind keine Freiheitskämpfer, wie einige von Euch das manchmal schreiben. Sie sind einfach nur herzlose Mörder, die anderen Leid zufügen.

Auch an Deutschland habe ich eine Botschaft: Viele dieser Terroristen werden in Deutschland rekrutiert. Sie kommen dann in die Türkei und töten uns. Diese Terroristen bekommen auch sehr viel Geld, das in Deutschland gesammelt wird. Das in Deutschland gesammelte Geld wird dann für den Kauf von Waffen und Munition eingesetzt. Damit werden dann Menschen ermordet. Auch Kinder, wie ich. Auf Veranstaltungen in Deutschland werden die Anführer dieser Terrororganisation verherrlicht. Diese Veranstaltungen sind dafür geeignet, dass sich Menschen radikalisierten und dann bereit sind Geld der Terrororganisation zur Verfügung zu stellen. Andere sind dann sogar bereit in die Türkei zu reisen, um dort Menschen zu töten. Bitte tun Sie was dagegen! Bitte erlauben Sie denen nicht, dass mit Geld aus Deutschland Menschen in der Türkei ermordet werden.

Das sind meine Botschaften. Verbreitet sie! Damit nicht noch mehr Kinder sterben und nicht noch mehr Eltern weinen müssen. Es bricht mir nämlich das Herz meine Eltern weinen zu hören....

Mein Name ist Eren Bülbul. Ich wurde nur 15 Jahre alt, weil ich dem Terror der PKK zum Opfer fiel.



Resim 4: Fatih Zingal'in Eren Bülbul Hakkındaki Paylaşımı

Kaynak: Facebook - Cesur ve yiğit çocuk Eren Bülbul

<https://www.facebook.com/photo/?fbid=372244521138712&set=a.271120864584412>, Erişim Tarihi 20.03.2022

4.3.2. YouTube Örnekleme

12 Mayıs 2022 tarihinde Can Dünder tarafından çevrimiçi medya paylaşım platformu olan YouTube üzerinden bireysel kanalı vasıtasıyla yapılmış olunan “Ben nerede yazıyorsam, Türkiye oradadır” konulu paylaşımında (Bkz. Resim 5-6), video konuşma

dilinin ve görsel-işitsel materyale ait altyazı dilinin İngilizce olduğu gözlemlenmiştir. Platformun YouTube Studio altında kullanıcılarına sunmuş olduğu altyazı ve çeviri eklentileri gerek otomatik gerekse manuel olarak medya içeriğine eklenmesi tercihe açık bırakılmıştır. Dündar'ın bu paylaşımında konuşma metnini görsel içeriğine entegre etmeyi incelemekle birlikte yayına ait açıklama bölümünde konuşmanın Türkçe ve İngilizce olarak yayınlandığı platformlara ait linkleri paylaşmış olması, kendisinin farklı dil örüntüleriyle daha geniş kitlelere sesini duyurma durumunu güçlendirmektedir.



Resim 5: Can Dündar'ın “Ben nerede yazıyorsam, Türkiye oradadır” Başlıklı Paylaşımı

Kaynak: YouTube, Ben nerede yazıyorsam, Türkiye oradadır, Can Dündar, Video Ekran Görüntüsü

Alıntılama Zamanı: 00:23, <https://www.youtube.com/watch?v=HO7CmXsizM&t=270s>, Erişim Tarihi: 12.05.2022



Resim 6: Can Dündar’ın “Ben nerede yazıyorsam, Türkiye oradadır” Başlıklı Paylaşımı

Kaynak: YouTube, Ben nerede yazıyorsam, Türkiye oradadır, Can Dündar,

<https://www.youtube.com/watch?v=HO7CmxXsizM&t=270s>, Erişim Tarihi: 12.05.2022

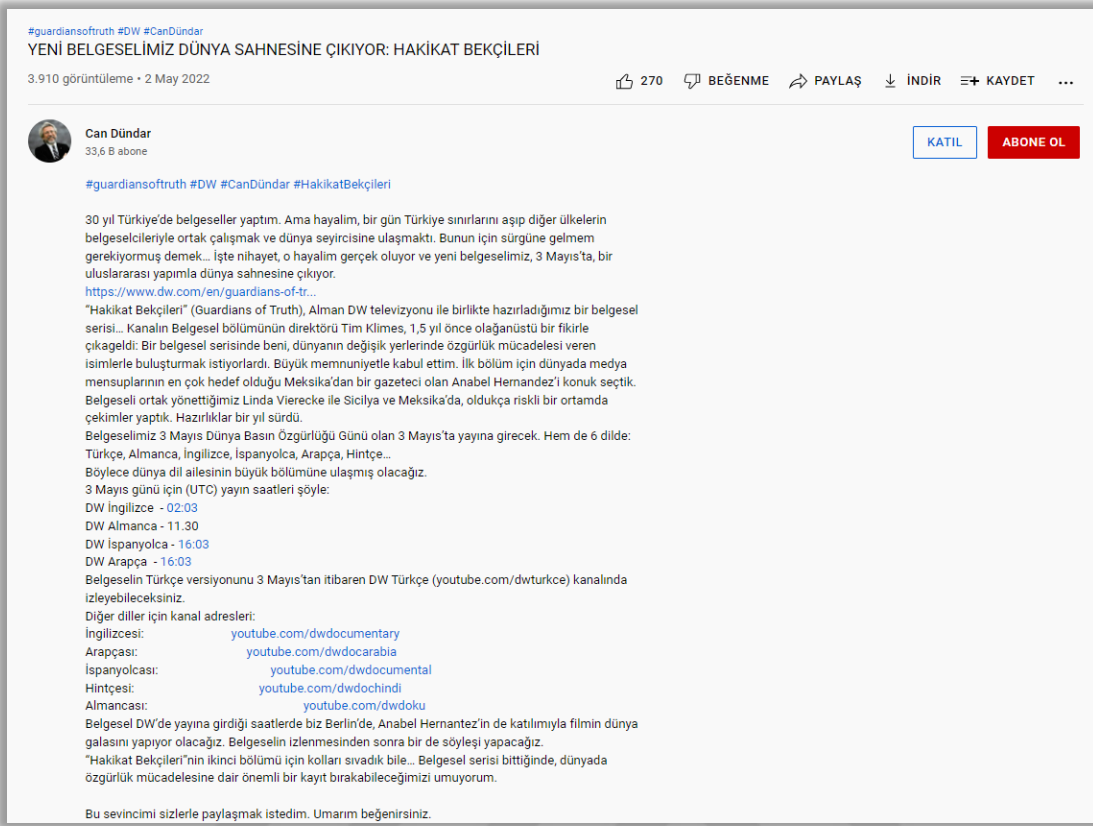
Can Dündar tarafından 02 Mayıs 2022 tarihinde YouTube’da paylaşılan “YENİ BELGESELİMİZ DÜNYA SAHNESİNE ÇIKIYOR: HAKİKAT BEKÇİLERİ” adlı belgelele ait tanıtım videosunun (Bkz. Resim 7-8) kaynak dilinin İngilizce olduğu, yanı sıra içerikteki konuşma metinlerinin görsel içeriğe eklendiği tespit edilmiştir. Bununla birlikte **#guardiansoftruth #DW #CanDündar** hashtagleri ile koordineli bir çevrimiçi söylem fenomeni oluşturma yoluna gittiği görülmüştür. İlgili paylaşımın açıklamalar kısmında belgeselin 3 Mayıs Dünya Basın Özgürlüğü Günü’nde yayına gireceğine dikkat çekilerek, Türkçe, Almanca, İngilizce, İspanyolca, Arapça, Hintçe olmak üzere 6 dilde paylaşılacağına vurgu yapılarak, “dünya dil ailesinin büyük bölümüne ulaşmış olacak”larını belirtmişlerdir. Aynı açıklama altında diğer dillere erişim sağlanabilecek kanal adreslerinin linkleri de eklenmiştir.

Can Dündar’ın YouTube arayüzünden paylaşımını gerçekleştirdiği görsel-işitsel içeriklerde, ehemmiyet atfettiği videoları büyük puntolu başlıklar altında erişime açtığı gözlemlenmiştir. Ayrıca kaynak dili Türkçe olmayan materyalleri de Türkçe başlıklarla yayınladığı saptanmıştır.



Resim 7: Can Dündar'ın “Yeni Belgeselimiz Dünya Sahsenine Çıkıyor: Hakikat Bekçileri” Başlıklı Paylaşımı

Kaynak: YouTube - Yeni Belgeselimiz dünya sahnesine çıkıyor: Hakikat Bekçileri, Can Dündar, Video Ekran Görüntüsü Alıntılama Zamanı: 00:01, <https://www.youtube.com/watch?v=c8C71ZWf6qs>, Erişim Tarihi 05.05.2022



Resim 8: Can Dündar'ın “Yeni Belgeselimiz Dünya Sahsenine Çıkıyor: Hakikat Bekçileri” Başlıklı Paylaşımı

Kaynak: YouTube - Yeni Belgeselimiz dünya sahnesine çıkıyor: Hakikat Bekçileri, Can Dündar, <https://www.youtube.com/watch?v=c8C71ZWf6qs>, Erişim Tarihi 05.05.2022

4.3.3. Instagram Örneklemi

Cem Özdemir tarafından 19 Temmuz 2021 tarihinde daha çok görsel-işitsel içeriklerin paylaşımının yapıldığı Instagram platformu üzerinden gerçekleştirdiği Kurban Bayramı Tebriği temalı paylaşımında (Bkz. Resim 9), sırasıyla Almanca, Türkçe, İngilizce ve Arapça dillerini önceleyerek, kutlamada bulunmuştur. Özdemir, paylaşım görselinde Birlik 90/Yeşiller (De. Bündnis 90/Die Grünen) partisinin renklerini kullanarak, gönderi açıklamasında da herkesin Kurban Bayramı'nı kutladığına dikkat çekerek, kurbanın yanı sıra sel mağdurları içinde bağış yapılabileceğini dile getirmiştir. Bu kutlama metni içerisinde geçen **#Opferfest** **#Hilfsbereitschaft** **#EidAlAdha** kelimelere hashtag sembolünü ekleyerek, ilgili hastaglerin beslenmesine katkı sunmasının yanı sıra, bayram

kapsamındaki yardım önerisinin bu kısaltmalar vasıtasıyla sosyal medya kullanıcıları tarafından ilgili kelime altında bulunmasına imkan sunmuştur.



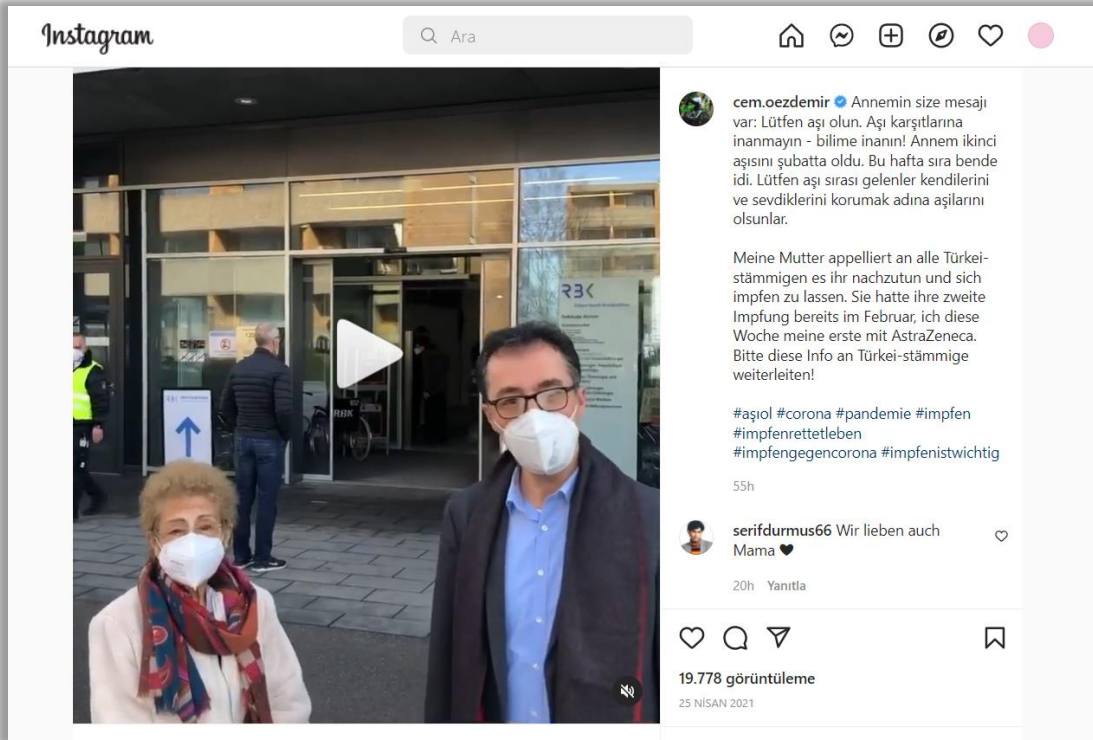
Resim 9: Cem Özdemir'in Kurban Bayramı'na İlişkin Paylaşımı

Kaynak: Instagram - Kurban Bayramı Tebriği,

<https://www.instagram.com/p/CRg0g01qBWt/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>, Erişim Tarihi 25.03.2022

Özdemir'in 25 Nisan 2021 tarihli Instagram paylaşımındaki (Bkz. Resim 10) görsel-işitsel içerikte yer alan annesi, aşı olunması adına Türkçe bir çağrıda bulunmaktadır. Paylaşımın açıklama bölümünde annesinin video içeriğindeki “Lütfen aşı olun! Yalan haberlere inanmayın. Bu insanlar insanları öldürmek için değil, yaşatmak için aşı yaptırıyorlar” çağrısını birincil olarak Türkçe dilinde “Annemin size mesajı var: Lütfen aşı olun. Aşı karşıtlarına inanmayın- bilime inanın!” diyerek, farklı dilsel öğeler altında ele alan Özdemir, Almanca dilinde de “Meine Mutter appelliert an alle Türkei-stämmigen es ihr nachzutun und sich impfen zu lassen.” olarak aktararak, sözlü bildirimde yer verilmeyen Türkiye kökenli ibaresini ve yanı sıra “Bitte diese Info an Türkei-stämmige weiterleiten! (Tr. Lütfen bu bilgiyi Türkiye kökenli kişilere iletin!)” uyarısını ekleyerek, çağrının hedef kitlesinde sapmasına ve kullacılar tarafından tepki görmesine zemin hazırlamıştır. Paylaşımın, **#aşiol #corona #pandemie #impfen**

#impfenrettetleben #impfengegencorona #impfenistwichtig hashtagleri altında kategorize edildiği de gözlemlenmiştir.



Resim 10: Cem Özdemir'in aşı farkındalığına ilişkin Paylaşımı

Kaynak: Instagram - Aşı Çağırısı

<https://www.instagram.com/p/COGDMGgAAxS/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>, Erişim Tarihi 25.03.2022

Gazeteci Can Dündar'ın Instagram hesabı @candundaradasi üzerinden gerçekleştirdiği 09 Mart 2022 tarihli iki paylaşımında (Bkz. Resim 11-12) “Sürgün Yazıları”nın sonuncusu: “Sürgünistan” yazısının yayınlandığına dikkat çekerek Türkçe ve İngilizce versiyonlarını iki farklı gönderi altında paylaşma yoluna giderek, iki dile ait içeriklerin erişim linklerini gönderi (Eng. post) altında erişime açmıştır. Paylaşım açıklamasında erişime açılan linkle Steady'de yayın yaparak, üyelikleri ile projeleri için düzenli bir gelir sağlanan @joinsteadyen kullanıcısının web tabanlı uzantısına yönlendirmekle birlikte @joinsteadyen projesi kapsamında Instagram'daki kullanıcı profilinde yazı dizisiyle ilgili olarak Dündar tarafından kaynak dil İngilizce olarak hazırlanmış olan bir video içeriği¹⁸ de Almanca altyazı ile birlikte projeye ait hesapta paylaşarak, “Wie ist es, entwurzelt zu sein, auf fremdem Boden zu leben und sich nach der Heimat

¹⁸ Kaynak: Instagram - joinsteady; <https://www.instagram.com/p/CZuGrqcgxjh/>, Erişim Tarihi: 25.03.2022

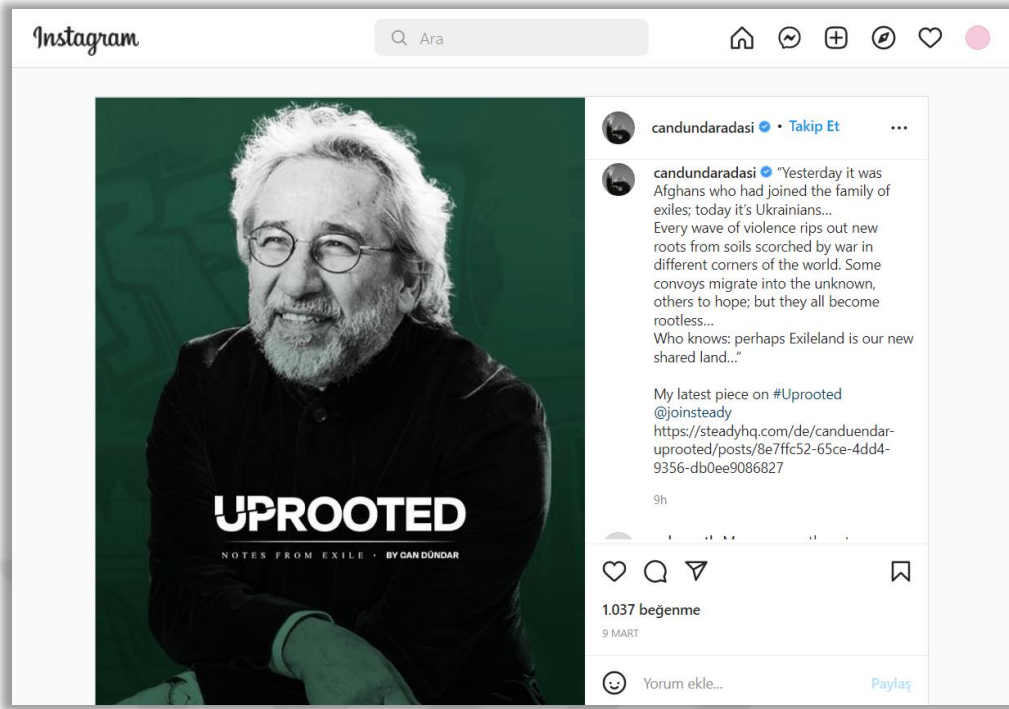
zurückzusehen? (Tr. Köklerinden koparılmak, yabancı topraklarda yaşamak ve memleketine dönmeyi özlemek nasıl bir şey?)” başlığıyla erişime açılmıştır. Aynı gönderi altında Dünder’in Steady’deki çalışmalarına ait link uzantıları paylaşılmıştır. Dünder’in gerçekleştirmiş olduğu paylaşımlarla, evrensel dilleri merkezde tuttuğunu ve eyleyen olarak farklı kitlelere ulaşmayı öncelediği söylenebilir.



Resim 11: Can Dünder’in Sürgün Temalı Yazı Dizinine İlişkin Paylaşımı

Kaynak: Instagram – Sürgün

<https://www.instagram.com/p/Ca5MvF9AJfC/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>, Erişim Tarihi 27.03.2022

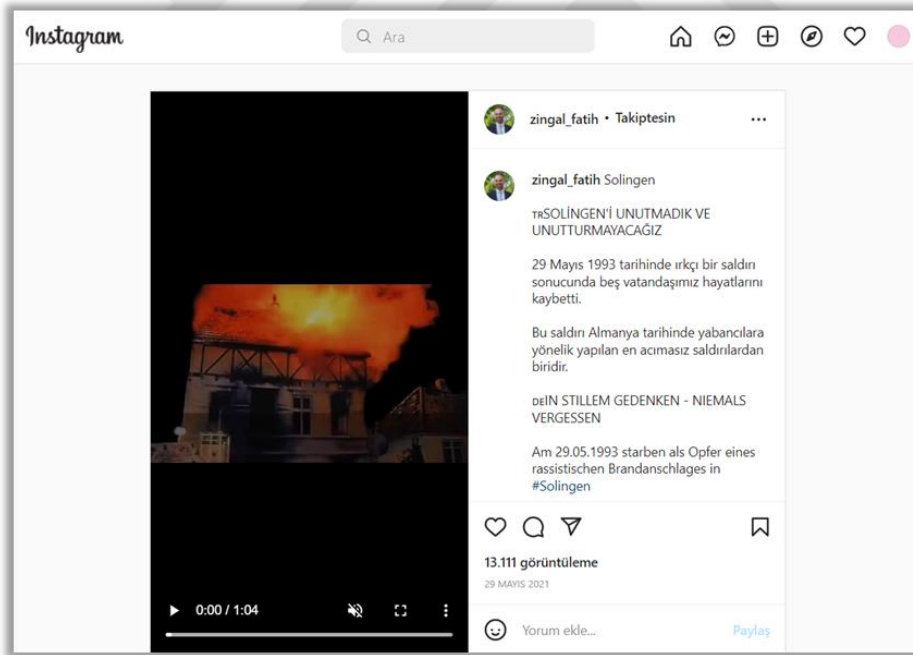


Resim 12: Can Dündar'ın Sürgün Temalı Yazı Dizinine İlişkin Paylaşımı

Kaynak: Instagram - Uprooted

https://www.instagram.com/p/Ca5EORBAv7T/?igshid=YmMyMTA2M2Y=_ Erişim Tarihi 27.03.2022

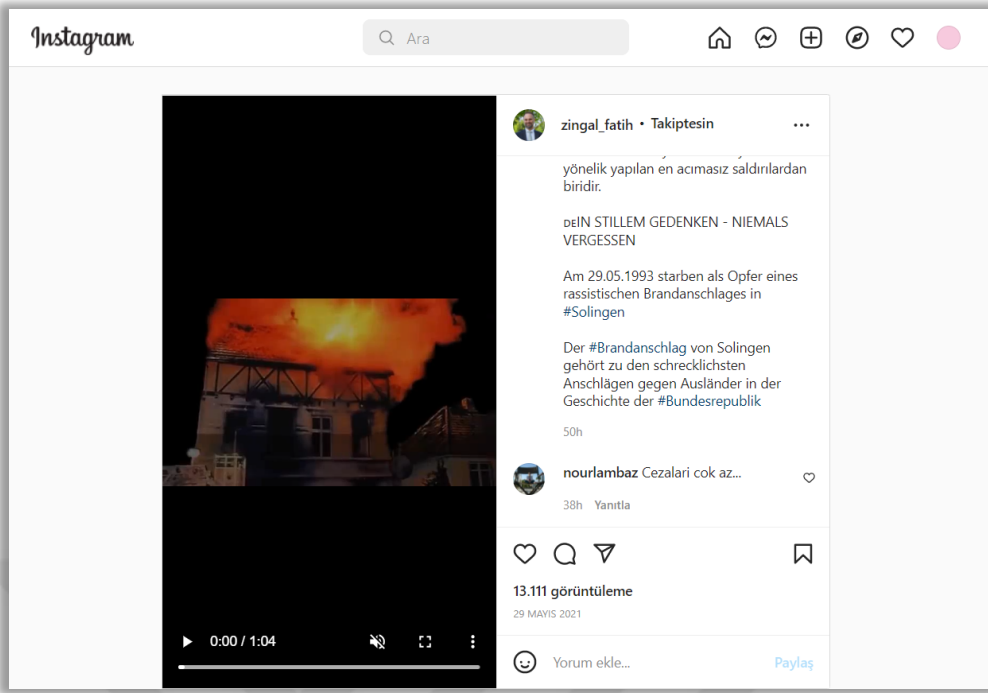
29 Mayıs 2021 tarafından Zingal tarafından @zingal_fatih adlı Instagram profilinden gerçekleştirilen “SOLİNGEN’İ UNUTMADIK VE UNUTTURMAYACAĞIZ” temalı paylaşımında (Bkz. Resim 13-14) 01:04 sürelik Türkçe sesletimli ve Almanca altyazı eklentili bir video içeriği erişime açılmıştır. 29 Mayıs 1993 tarihinde Almanya’nın Solingen şehrinde ikamet edilen Genç ailesinin evlerinin Neonaziler tarafından kundaklandığı hususunda bilgilendirme de bulunularak, olayda yaşamını yitiren 5 kişiye rahmet dilemektedir. Zingal “Bu namert saldırıyı hatırlamak, hatırlatmak özellikle ırkçılığın yükselişte olduğu bu günlerde büyük önem arz etmektedir. (De. Altyazı: Dieser Tat zu gedenken und sie nicht in Vergessenheit zu geraten lassen ist, insbesondere vor dem Hintergrund des steigenden Rechtsextremismus, von großer Bedeutung” yorumuyla da gerçekleştirmiş olduğu paylaşım amacını temellendirmiştir. Paylaşım açıklamasında da Türkçe-Almanca dil çiftlerinde konuyu ele alan Zingal, Almanca metin içeriğinde yer verdiği #Solingen #Brandanschlag #Bundesrepublik öğelerine hashtag uzantısı ekleme yoluna gitmiştir.



Resim 13: Fatih Zingal’in Solingen’i Unutmadık Ve Unutturmayacağız Başlıklı Paylaşımı

Kaynak: Instagram – Solingen’i unutmadık ve unutmayacağız

<https://www.instagram.com/tv/CPcqb6iiIxn/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>, Erişim Tarihi 30.05.2021



Resim 14: Fatih Zingal’ın Solingen’i Unutmadık Ve Unutturmayacağız Başlıklı Paylaşımı

Kaynak: Instagram – Solingen’i unutmadık ve unutmayacağız

<https://www.instagram.com/tv/CPcqb6iIxn/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>, Erişim Tarihi 30.05.2021

4.3.4. Twitter Örnekleme

Cem Özdemir tarafından 02 Ocak 2022 tarihinde Almanca dilinde Iserlohn’daki mezarların tahrip edilmesi hususunda yapılan paylaşım (Bkz. Resim 15), Almanya Federal Cumhuriyeti Büyükelçiliği tarafından 04 Ocak 2022 tarihinde Twitter’in Reply¹⁹ algoritması kullanılarak Türkçe diline aktarılmıştır. Özdemir ilgili tweeti, retweetleyerek²⁰, kendi kullanıcı hesabı üzerinden de paylaşmıştır.

¹⁹ Bir tweete doğrudan yanıt verme.

²⁰ Daha önce gövde metninde “RT @Kullanıcı Adı” ile gösterilen, ancak şimdi yalnızca tweetin özel bir işaretiyle belirtilen bir mesajın iletilmesi



Resim 15: Cem Özdemir'in Iserlohn'daki Mezarların Tahrip Edilmesine İlişkin Paylaşımı

Kaynak: Twitter – Iserlohn'daki mezarların tahrip edilmesi
<https://twitter.com/Almanyabe/status/1478284787202891777>, Erişim Tarihi 02.05.2022

ARD²¹ merkez stüdyosunda TV muhabiri olan Martin Schmidt'in 08 Aralık 2021 tarihinde Twitter da bulunan @SchmidtLev kimliği altında, "Nur Genießer fahren Fahrrad und sind immer schneller da..."²² #Özdemir (Tr. Sadece keyfini bilenler bisiklete biner ve oraya daha hızlı ulaşır... #Özdemir)" açıklamasıyla yapmış olduğu görsel-işitsel içerik paylaşım (Bkz. Resim 16-17), gazeteci Nalan Sipar ve Can Dünder tarafından Reply ederek yapmış oldukları Türkçe yorumlar Özdemir tarafından retweetlenerek profil sayfasındaki zaman akışına eklenmiştir.

²¹ Almanyada Radyo ve Televizyon Kurumları Kamusal İşbirliği Örgütü

²² Alman müzik grubu Die Prinzen tarafından 1991 yılında çıkarılan "Das Leben ist grausam (Tr. Hayat acımasız)" albümünün bir parçası olan "Mein Fahrrad (Tr. Benim bisikletim)" şarkısının sözlerinden alıntı yapılmıştır.



Resim 16: Alman Bakan Cem Özdemir’in Bisiklet Sürmesine İlişkin Retweetleri

Kaynak: Twitter – Nalan Sipar Tweeti <https://twitter.com/NalanSipar/status/1468583277808304134>, Erişim Tarihi 29.04.2022



Resim 17: Alman Bakan Cem Özdemir’in Bisiklet Sürmesine İlişkin Retweetleri

Kaynak: Twitter – Can Dündar Tweeti

<https://twitter.com/candundaradasi/status/1468607818391592971>, Erişim Tarihi 29.04.2022

Fatih Zingal tarafından 11 Temmuz 2021 tarihinde gerçekleştirilen Srebrenista Soykırımı temalı paylaşımda (Bkz. Resim 18), video içeriğinin girişinde sırasıyla Hırvatça “priša o plavim leptirima”, Türkçe “Mavi Kelebekler Hikayesi” ve Almanca

“Die Geschichte der blauen Schmetterlinge” yazılarak, video metin içeriği Türkçe dilinde seslendirilmiş olup, görsel-içeriğe Almanca altyazı eklenmiştir. Paylaşımın açıklama bölümüne Almanca dilinde “Im Gedenken an die Opfer des Genozids von #Srebrenica. (Tr. #Srebrenitsa soykırımı kurbanlarının anısına)”, “**#Genozid** von Srebrenica-Die Geschichte der blauen Schmetterlinge (Tr. #Srebrenitsa Soykırımı-Mavi Kelebeklerin Öyküsü)” ve Türkçe dilinde “**#Srebrenitsa** Soykırımı'nda şehit olan Bosnalı kardeşlerimize Allah'tan rahmet diliyoruz.” yine Zingal tarafından eklenmiştir. Srebrenitsa soykırımı hakkında Twitter üzerinden gerçekleştirilen paylaşım ağına katılması adına açıklama içeriğindeki kelimeler hashtagler ile desteklenmiştir.



Resim 18: Fatih Zingal’ın Srebrenitsa Temalı Paylaşımı

Kaynak: Twitter – Srebrenitsa <https://twitter.com/FatihZingal/status/1414158025313640451>, Erişim Tarihi 12.07.2021

01 Mayıs 2022 tarihinde Can Dündar tarafından Twitter da gerçekleştirilen paylaşımda (Bkz. Resim 19), #Teşkilat Dizisi hakkında Almanya'nın önde gelen haftalık gazetelerinden Zeit gazetesinin web sayfasında Türkçe dilinde yazmış olduğu köşe yazısının erişim linkini kullanıcılarının katılımına açmıştır. Gönderide @zeitonline kullanıcı için mention da oluşturulmuştur. Paylaşımı gerçekleştirilen erişim linkine tıklanması durumunda Zeit gazetesinin çevrimiçi platformundaki bahse konu yazıya yönlendirilme durumu söz konusudur. Türkçe dilde kaleme alınan yazıya, platform üzerinden redakte edilmiş Almanca versiyonuna erişim sağlanma²³ imkanı da sunulmuştur.



Resim 19: Can Dündar'ın #Teşkilat Dizisi Konulu Paylaşımı

Kaynak: Twitter – #Teşkilat Dizisi <https://twitter.com/candundaradasi/status/1520855785051406337>,
Erişim Tarihi 05.05.2022

²³ Kaynak: <https://www.zeit.de/kultur/2022-04/tuerkei-staatsfernsehen-propaganda-journalismus-recep-tayyip-erdogan#comments>, Erişim Tarihi 05.05.2022

İlgili köşe yazısının erek dil Almanca'ya, 2021 yılında Can Dündar ve Mohamed Anwar tarafından hazırlanan Erdoğan²⁴ adlı çizgi roman biyografisinin de çevirmenliği üstlenen edebiyat çevirmeni ve yazar Sabine Adatepe tarafından aktarıldığı gözlemlenmiştir.

Bir Alman yayın medya kuruluşu olan Deutsche Welle öncülüğünde ve Can Dündar'ın yardımcı yönetmenliğinde hazırlanan yeni belgesel dizisi “Hakikat Bekçileri” hakkında DW'nin kurumsal iletişim dili olarak Almanca ve İngilizceyi kullandığı @DeutscheWelle Twitter hesabı üzerinden yapmış olduğu bildirim (Bkz. Resim 20-21), Dündar tarafından retweetlenerek, kendisinin konuyla ilgili olarak DW English platformu üzerinden yapılan paylaşım hakkında bir bilgilendirme tweeti attığı görülmüştür. Bu tweet içeriğindeki erişim linki üzerinden “Hakikat Bekçileri” belgeseline, DW Belgesel üzerinden 6 farklı dilde gösterim sağlanabileceği bilgisi de yer almaktadır. DW Türkçe'nin YouTube kanalı üzerinden gerçekleştirilen belgesel²⁵ incelemesinde, video kaynak dilinin İngilizce olduğu, Türkçe dublaj seslendirmesinin Can Dündar ve anonim bir kişi tarafından gerçekleştirildiği tespit edilmiştir.



Resim 20: Can Dündar'ın Hakikat Bekçileri Temalı Tweet ve Retweeti

Kaynak: Twitter – Hakikat Bekçileri

<https://twitter.com/candundaradasi/status/1521122652643115008>, Erişim Tarihi 05.05.2022

²⁴ Kaynak: <https://shop.correctiv.org/buecher/graphic-novel/90/erdog-an-german/>, Erişim Tarihi: 05.05.2022

²⁵ Kaynak: <https://www.youtube.com/watch?v=o-yV1TYzrFo&t=219s>, Erişim Tarihi: 05.05.2022



Resim 21: Can Dündar’ın Hakikat Bekçileri Temalı Tweet ve Retweeti

Kaynak: Twitter – Hakikat Bekçileri

<https://twitter.com/DeutscheWelle/status/1520766045589495809>, Erişim Tarihi 05.05.2022

WDR²⁶, rbb²⁷ ve Radio Bremen’in kozmopolit bir programı olan COSMO tarafından Twitter hesapları üzerinden yayınlanan “Türk sivil haklar aktivisti Osman Kavala” konulu video da (Bkz. Resim 22) Can Dündar, 2013 yılında Türkiye’de gündemini derinden sarsan Gezi protestoları hakkında Türkçe bir bilgilendirmede bulunmaktadır. İlgili içerikte altyazı yoluyla bir çeviri eklentisi yapılmasının aksine görsel materyalde bulunan Dündar’ın hemen yanında içerikler Almanca dilinde eş zamanlı olarak sunulmuştur. COSMO’nun 13 dilde yayın yapıyor olmasıyla, geniş kitlelere hitap etme hedefinin barındırıyor olması, yayıncının farklı dil eklentileriyle gönderi içeriklerinin kullanıcılar tarafından anlaşılabilir kılınmasını öncelediği söylenebilir.

²⁶ Westdeutscher Rundfunk (Tr. Alman kamu yayın kuruluşu)

²⁷ Rundfunk Berlin-Brandenburg (Tr. Berlin ve Brandenburg eyaletlerinin devlet yayın kuruluşu)



Resim 22: Can Dündar’ın Osman Kavala Hakkındaki Paylaşımı

Kaynak: Twitter – Osman Kavala https://twitter.com/COSMO__ARD/status/1519257842527707137,
Erişim Tarihi 03.05.2022

4.4. Bulguların Çeviribilimsel Kuramlar Işığında Değerlendirilmesi

Çalışmanın kuramsal kısmında özellikle bu çalışmanın açıklanması konusunda yardımcı olacağı düşünülen bilimsel düzeyde kuramsal ve yaklaşımsal noktalar ele alınmıştır. Bunlardan bir tanesi Katharina Reiss’in metin türlerine yönelik açıklamalarıdır. Reiss metinleri üç grupta incelemektedir. Ona göre metinler bilgilendirici, etkileyici ve çağrışımsaldır. Sonradan bunlara dördüncüsü olan görsel-işitsel metin türlerini ilave etmiştir. Nitekim hiçbir metin salt bilgilendirici çağrışımsal ya da etkileyici olma konumunda değildir; bir metin hem bilgilendirici hem de çağrışımsal ve görsel işitsel nitelikler taşıyabilir. Fakat Reiss bu gruplama gerçekleştirirken belirli metinlerin bazı niteliklerinin daha yoğun olduğunu gözlemlemiş ve o niteliklerine yönelik bir isimlendirme gerçekleştirmiştir. Sosyal medya mecrasında aktivistlerin gerçekleştirmiş olduğu çeviri metinlerin Reiss’in metin tipolojisinde özellikle görsel-işitsel ve çağrışımsal metinler sınıfına girdiği söylenebilir. Çalışma kapsamında araştırılan aktivistlerin kullanmış olduğu mecra ve amaçları böyle bir tipolojide sınıflandırmayı uygun kılmaktadır. Bu sınıflama içerisindeki metinlerin çeviriye nasıl bir etki

bıraktığına yönelik metinlerin irdelenmesi gerektiği ve buna göre erek odaklı çeviri yapılması konusundaki yaklaşımları her üç aktiviste de kendini göstermiştir. Söylemsel çözümlemesi yapılmadan dahi denilebilir ki; kullandıkları teknikler, örneğin metinlerin kısa ve anlaşılır olmasına yönelik çabaları, vurucu ve özü yansıtıcı cümle yapıları bu durumu ortaya koymaktadır. Hashtag'lemelerle etkinlik daha büyük kitleler üzerinde etkili olması gibi bir dizi teknikler yukarıda da izah edilmiştir. Tüm bunlar göstermektedir ki yukarıda incelenen aktivistlerin sosyal medya mecrasındaki çeviri kullanımları Reiss'ın metin tipolojisine yönelik çeviri metinlerinin nasıl olduğu/olması gerektiği konusundaki yaklaşımıyla ve pratik teoriyle örtüşmektedir.

Yine kurumsal kısımda yer verilen Hans Vermeer'in Skopos kuramı ile alakalı olarak özellikle hedef kitlenin beklentileri işverenin beklentileri ve çevirmenin uzmanlığı kapsamında bu beklentilere cevap vermesi gibi süreçlerin dikkate alması gerektiği vurgulanmaktadır. Her ne kadar bireysel aktivistlerden bahsediliyor olsa özellikle sosyal medya mecrasındaki iletişim günümüzde kolektif eylem biçimidir. Bundan nasibini alan çeviri de tıpkı Vermeer'in dile getirdiği gibi hedef kitlesinin beklentilerine uygun bir biçimde mesajları aktarma, onların yazardan (çevirmenden) beklediği içeriği yansıtmayı eylemini gerçekleştirmektedir. Zingal, Özdemir ve Dündar'ın eylemlerinin hedef kitlelerine yönelik mesajlar içerdiği aşikardır. Zira belirli bir takipçiyle yani güdülenmiş bir hedef kitleyle faaliyet sürdürmekte olan bu çeviri eylemcileri, kendi hedef kitlesini konsolide edebilmek için beklentileri karşılayacak şekilde eylemlerde bulunmaktadır. Gerek konu seçimleri gerekse metinleri yansıtmayı biçimleri kendi içerisinde bir tutarlılık arz etmekte olup, hedef kitlesine yönelik beklentileri karşıladığı söylenebilir. Tıpkı Reiss gibi Vermeer'in de kuramsal çerçevesini çizdiği çeviri eyleminin özellikle sosyal medya mecrasındaki bu aktivistlerin eylem biçimlerini açıkladığı yönünde kanaate varılabilir. Bu çalışma kapsamında gerçekleştirilen inceleme ortaya koymuştur ki sosyal medya mecrasındaki çeviriler 80'li yılların işlevsel kuramlarıyla açıklanabilmektedir. Fakat oluşturulan tekniklerdeki ayrıntıları dikkate almak ve buna bağlamda kavramsal/kuramsal bakış açıları geliştirmek artık zorunlu hale gelmektedir. Gerek Can'ın bu konuda 2015 yılındaki Sosyal Medya ve Çeviri ve daha önce O Hagan'ın 2010'lu yıllarda yapmış olduğu çalışmalar bu mecranın daha ayrıntılı olarak incelenmesi ve buna yönelik kuramsal derinlik kazandırılması yönünde açıklamalar içermektedir. Bu çalışma ise bu derinliğin kazandırılmasındaki ilk adımlardan birini

atmakta olup, incelemesi gerçekleştirilmiş olan sosyal medya aktivistlerinin çeviriyi eyleme biçimlerini net bir biçimde ortaya koymuş ve sadece bununla da kalmamış, aynı zamanda yukarıda ifade edildiği gibi işlevsel kuramlar ışığında da irdelenmiş ve ilişkiselliği ortaya konmuştur.



SONUÇ

Sosyal katılımı olanaklı kılan çevrimiçi ağ örüntülerinde, dijital kimlikleriyle faaliyetlerde bulunan aktivistlerin, paylaşımlarıyla küresel dünyadaki kitleler arasındaki sınırları bertaraf etmeleri, üreten-tüketicilerle yeni medya dizgeleri kapsamında temsili olarak doğrudan bir etkileşim sağlanmasında merkezi bir konumda yer almalarını olanaklı kılmaktadır. Ağ yapılarının teknolojik alışkanlıklarda yeniden şekillenmesiyle birlikte, yerleşik düşüncede transformasyonların baş göstermesini de olası hale getirmiştir.

Sosyal medya ile oluşturulan yeni alanlar kitlelerin eğilim ihtiyaçlarını çevreleyerek, medya ve ağların gündelik doğasıyla desteklenmiştir. Siber ağdaki bu dönüşüm, dillerin çeviri yoluyla yeni sistemler oluşturulduğu süreklilik arzında, ara yüzleri optimize ederek erişim ağının genişlemesine ve enformasyon akışının sürdürülebilirliğine yarar sağlamıştır.

Bu çalışmada çevirinin dijital iletişim protokolleri olan Facebook, YouTube, Instagram ve Twitter ağları üzerindeki çeviri formları kapsamında aktivistlerin çeviri eyleyenleri olarak gerçekleştirdikleri paylaşımlara odaklanılarak, günümüz iletişim ağında kolektif bir bilincin inşasında aktivistlerin bir dizi dil pratiğini çeviriyle ilişkilendirmeleri, çeviri faaliyetlerindeki belirleyici fonksiyonlara betimlemeler getirilmesini gerektirmiştir. Kamuoyu oluşturma ve kitleler üzerinde belli bir kolektif bilince ulaşma adına aktivistlerin bireysel katılımcı olarak tüzel ve özel kimlikleriyle eyleyen konumuna geçmeleri, toplumsal hareketlenmelerde özerk ve gizil bir güç oluşturmalarını olanaklı kılmaktadır.

İnceleme merkezine alınan Can Dündar, Cem Özdemir ve Fatih Zingal'ın sosyal medya sistemleri aracılığıyla ana akım indeksi içerisinde dijital kimlikleri üzerinden gerçekleştirmiş oldukları paylaşımlarının çeviriyle örüntüleri tespit edilerek, normatif kurallar bağlamında etki alanı içerisine aldıkları dil modellerinde ortam araçları vasıtasıyla üretip, paylaştıkları içerikler, indekslerin oluşturulmasıyla sürdürülebilir bir iletişimi mümkün hale getirerek, çevirinin bu iletişimde enformasyon akışının sürdürülebilirliğine sibernetik düzlemde yarar sağlaması söz konusu olmuştur.

Sosyal medya platformlarını aktif olarak kullanan Can Dündar'ın gerçekleştirdiği paylaşımlarda birincil olarak Türkçe ve İngilizce dilini kullandığı tespit edilmiştir.

Kişisel YouTube profili aracılığıyla gerçekleştirdiği video içeriklerinde üst başlık olarak sadece Türkçe dilini kullandığı, önem atfettiği hususlara ait kaynak dili Türkçe olmayan içerikler için dahi büyük puntolu başlık atma yolunu izlediği, bununla birlikte alt yazı ve çeviri eklentilerini görsel-işitsel materyallerde işleve koyduğu görülmektedir. Yaptığı paylaşımların açıklama bölümlerinde ilgili materyalin farklı dillerde mevcut olması durumunda erişim uzantılarını içeriğine eklediği tespit edilmiştir. Twitter üzerinden gerçekleştirdiği paylaşımlarda belirli yayın kuruluşlarında kaleme almış olduğu yazılara yer verdiği, bu yazıların yayına sunulduğu platformlarda çeviri metinlerinin de mevcut olduğu görülmüştür. Kendisinin Twitter üzerinden yapmış olduğu paylaşımlarda aynı konuyu kapsayan farklı kurum ya da kişilere ait diğer dillerdeki paylaşımları retweet ya da mention yoluyla bireysel profil akışına eklediği, yanı sıra Instagram platformu aracılığıyla gerçekleştirdiği paylaşımlarda aynı konunun Türkçe ve İngilizce versiyonlarını iki farklı gönderi altında paylaşma yoluna giderek, iki dile ait içeriklerin erişim linklerini gönderi (Eng. post) altında erişime açtığı belirlenmiştir.

Cem Özdemir tarafından gerçekleştirilen paylaşımların incelenmesi sonucunda, çift ya da çok dilli gönderilerinde birincil dil olarak Almanca'yı öncelediği, gerek Twitter gerekse Instagram üzerinden farklı bir dilde (Örn. Türkçe) bir video paylaşımında bulunması durumunda, gönderi altında bireysel yorum içeren Türkçe-Almanca dil çiftinde açıklama yapma yoluna gittiği görülmüştür. Özdemir'in Twitter kullanımında, kendisiyle ilgili Türkçe dil eklentili mentionları, retweetleyerek, kendi kullanıcı hesabına eklediği tespit edilmiştir.

Fatih Zingal'in sosyal medya ağları üzerinden gerçekleştirmiş olduğu paylaşımlarda toplumsal sorunların ön plana taşınarak, konu kapsamına giren kitleleri bilgilendirici ve yönlendirici direktiflerin yer verildiği Türkçe ve Almanca içeriklerin ele alındığı gözlemlenmiştir. Zingal gerçekleştirmiş olduğu bu paylaşımlarda konu mahiyetine göre kaynak ve erek dil çiftinde önceliği dili metin örüntüsünün önünde sunmakla birlikte, paylaşımları arasında yer alan görsel-işitsel materyaller içeriğindeki metinlerde de sesletimi bireysel olarak yapmakta ve ilgili video materyallerine Almanca dilinde alt yazı eklemektedir. Çoğunlukla Türk toplumunu ilgilendiren hususlar hakkında kolektif bir bilinç oluşturma çabası güden Zingal'in, farklı etnik kökenleri kapsayan hususlarda da paylaşımlar yaptığı gözlemlenmiştir. Kendisinin Türkçe ve Almanca dillerinde yapmış olduğu paylaşımlarda karşılaştırmalı bir inceleme yapıldığında

Almanca metinlerde bilgilendirme, Türkçe metinlerde ise bir bilinçlendirme çabasını pratikte eyleme koyduğu gözlemlenmiştir.

Ortaya koyulan bu çalışmada, dijital aktivistlerin bir eylem aracı olarak farklı dil örüntüleri ile daha geniş kitlelere seslerini duyurma çabası içerisinde yaptıkları paylaşımlarda anlaşılabilirliği ve etkileşimi sağlama adına içeriklerini çeviriyle karakterize ederek, siber ağda etki alanı oluşturdıklarına kanaat kılınmıştır.



KAYNAKÇA

- (2021, 02 13). Digitales Wörterbuch der deutschen Sprache: <https://www.dwds.de/wb/Media> adresinden alındı
- Alav, O. (2020). *Kitle İletişim Araçları - Medya*. İstanbul, Türkiye : Hiperlink.
- Altay, D. (2005). Küresel Köyün Medyatik Mimarı Marshall McLuhan. N. Rigel, G. Batuş, G. Yücedoğan, & B. Çoban içinde, *Kadife Karanlık* (s. 15). İstanbul: Su Yayınevi.
- Arı, S. (2014). *Çeviri Sosyolojisi*. Aylak Adam Kültür Sanat Yayıncılık.
- Abmann, S. (2013). *Medienhandeln zwischen formalen und informellen Kontexten: Doing Connectivity*. Springer VS.
- Aydoğan, D. (2013). İletişim ve Tarih. Y. Aktaş, & K. Kılıç içinde, *Bir Bakışta İletişim* (s. 83-84). Edirne, Türkiye: Paradigma Akademi Yayınları.
- Aymaz, G. (2018). İletişim Araçlarının Toplumsal Tarihi İçin Bir Giriş.
- Aytekin, M. (2016). *Medya Endüstrisi*. İstanbul Üniversitesi Açık ve Uzaktan Eğitim Fakültesi.
- Bachleitner, K. (2021). *Collective Memory in International Relations*. Oxford University Press.
- Baker, M. (1992). *In Other Words*. Routledge Taylor & Francis Group.
- Barassi, V. (2015). *Activism on the Web*. Routledge.
- Bärbel, R. (2013). *Medienethik und die "Anderen"*. SpringerVS.
- Baudrillard, J. (2002). *Tam Ekram*. Yapı Kredi Yayınları.
- Beck, K. (2017). *Kommunikationswissenschaft*. Konstanz, Deutschland: UVK Verlagsgesellschaft GmbH.
- Becker, J. (2013). *Die Digitalisierung von Medien und Kultur*. Springer Verlag.
- Beißwenger, A. (2019). *YouTube und seine Kinder*. Nomos.
- Berk, Ö. (2005). *Kuramlar Işığında Açıklamalı Çeviribilim Terimcesi*. Multilingual Yabancı Dil Yayınları.
- Berners-Lee, T., Hall, W., Hendler, J., O'Hara, K., Shadbolt, N., & Weitzner, D. (2006). A framework for web science. *Foundations and Trends in Web Science*, 1(1), 1-130.
- Betz, J., & Kübler, H.-D. (2013). *Internet Gouvernance*. SpringerVS.

- Bidlo, O., Englert, C., & Reichertz, J. (2012). *Tat-Ort Medien*. Wiesbaden, Deutschland: Springer VS.
- Bidlo, O., Englert, C., & Reichertz, J. (2012). *Tat-Ort Medien*. SpringerVS.
- Borodo, M. (2022). Non-professional translators and the media. E. Bielsa içinde, *The Routledge Handbook of Translation and Media* (s. 432-445). London and New York: Routledge Taylor & Francis Group.
- Borucki, I., & Wolf, J. (2019). *Internet und Staat*. Nomos Verlag.
- Böker, K.-H., Demuth, U., Thannheiser, A., & Werner, N. (2013). *Social Media - Soziale Medien?* Hans-Böckler-Stiftung.
- Bösch, F. (2019). *Mediengeschichte*. Frankfurt am Main: Campus Verlag GmbH.
- Brandelik, A. (2018). *Grenzen und Möglichkeiten des Hashtag-Aktivismus am Beispiel von #TimesUp*. Fakultät der Paris-Lodron-Universität Salzburg.
- Breyer-Mayländer, T. (2018). *Das Streben nach Autonomie*. Nomos Verlag.
- Briggs, A., & Burke, P. (2004). *Medyanın Toplumsal Tarihi*. İstanbul, Türkiye: İzdüşüm Yayınları.
- Bulut, A. (2018). *Basından Örneklerle Çeviride İdeoloji İdeolojik Çeviri*. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Büyükbaykal, G. (tarih yok). Basın İşletmelerindeki Fonksiyonda Planlamanın Yeri. G. Büyükbaykal içinde, *Türkiye'deki Basının Yapısı ve Basın İşletmeciliği*. Kare Yayınları.
- Can, M. (2016). *Sosyal Medya ve Çeviri*.
- Carl, M., & Braun, S. (2018). Translation, interpreting and new technologies. K. Malmkjær içinde, *The Routledge Handbook of Translation Studies* (s. 374-390). London and New York : Routledge Taylor & Francis Group.
- Castells, M. (2008). *Ağ Toplumunun Yükselişi*. İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Cereci, S. (2017, 07 18). *Medya İşletmelerinde Yönetim Bilişim Sistemleri*. 09 2021 tarihinde broadcasterinfo: <https://www.broadcasterinfo.net/ContentDetails-97-medya-isletmelerinde-yonetim-bilisim-sistemleri-> adresinden alındı
- Chomsky, N. (2002). *Medya Gerçeği*. Everest Yayınları.
- Cornelißen, C. (2008, 01 29). *Medien und Öffentlichkeit seit dem 19. Jahrhundert*. 02 2021 tarihinde H / SOZ / KULT: https://www.hsozkult.de/event/id/event-58970#mtAc_event-29053 adresinden alındı

- Cronin, M. (2013). *Translation in the Digital Age*. London and New York: Routledge Taylor & Francis Group.
- Crowley, D., & Heyer, P. (2014). *İletişim Tarihi*. Siyasal Kitabevi.
- Cuéllar, L. (2017, 10 26). Klicktivismus: Reichweitenstark aber unreflektiert? <https://www.bpb.de/lernen/digitale-bildung/werkstatt/258645/klicktivismus-reichweitenstark-aber-unreflektiert/> adresinden alındı
- Demir, V. (2007). Medyada Ticarileşme Olgusu. *Marmara İletişim Dergisi*.
- Dencik, L., & Wilkin, P. (2018). Digital Activism and the Future of Worker Resistance. G. Meikle içinde, *The Routledge Companion to Media and Action* (s. 125-133). Routledge.
- Desjardins, R. (2017). Translation and Social Media. Winnipeg, Canada.
- Desjardins, R. (2022). Translation and Social Media. E. Bielsa içinde, *The Routledge Handbook of Translation and Media* (s. 415-432). London and New York: Routledge Taylor & Francis Group.
- Di Giovanni, E. (2022). Audiovisual translation, audiences and reception. E. Bielsa içinde, *The Routledge Handbook of Translation and Media* (s. 400-412). London and New York: Routledge Taylor & Francis Group.
- Di Giovanni, E., Orero, P., & Agost, R. (2012). Multidisciplinarity in audiovisual translation. *MonTI 4*, 9-22.
- Dolata, U., & Schrape, J.-F. (2013). *Zwischen Individuum und Organisation. Neue kollektive Akteure und Handlungskonstellationen im Internet*. Stuttgart: Stuttgarter Beiträge zur Organisations- und Innovationsforschung (SOI).
- Ellmers, S. (2020). Ein Impuls, Resonanz oder Freiheit – was begründet kritische Gesellschaftstheorie? *ZEMO*, 167-192.
- Engel, N., & Köngeter, S. (2019). *Übersetzung*. SpringerVS.
- Erdoğan, İ., & Alemdar, K. (2001). Televizyon: Dünyaya Açılan Pencere? *A.Ü İletişim Fakültesi İletişim Yıllığı 1999* (s. 169-195). içinde A.Ü İletişim Fakültesi.
- Erken, F. (2017). Dijital Medya Çağında McLuhan: Sıcak/Soğuk Araçlara İlişkin Güncel Bir Revizyon. *Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Uluslararası Hakemli Dergi Cilt:25 Sayı: 3*, 46.
- Fahlenbrach, K. (2019). *Medien, Geschichte und Wahrnehmung*. Wiesbaden, Deutschland: Springer VS.
- Fechner, F. (2019). *Medienrecht*. Tübingen, Deutschland: UTB.
- Feuß, S. (2013). *Auf den ersten Blick*. Springer Verlag.

- Flietz, M., & Staemmler, D. (2020). Hashtags, Tweets, Protest? Varianten des digitalen Aktivismus. *Forschungsjournal Soziale Bewegungen* 33(2), 425-441.
- Folaron, D. (2010). Web and translation. Y. Gambier, & L. van Doorslaer içinde, *Handbook of Translation Studies - Volume 1* (s. 446-450). Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins Publishing Company.
- Fröhlich, G., & Rehbein, B. (2014). Bourdieu-Handbuch Leben-Werk-Wirkung. *Bourdieu-Handbuch Leben-Werk-Wirkung* (s. 104). içinde J.B Metzler.
- Garncarz, J. (2016). *Medienwandel*. Konstanz, Deutschland: UVK Verlagsgesellschaft GmbH.
- Gebhardt, J. (2008). *Telekommunikatives Handeln im Alltag*. VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Gentzel, P., Krotz, F., Wimmer, J., & Winter, R. (2019). *Das vergessene Subjekt*. Springer Verlag.
- Gerbaudo, P. (2012). *Tweets and the Streets*. Pluto Press.
- Geser, H. (1990). Organisationen als soziale Akteure. *Zeitschrift für Soziologie*, 401-417.
- Göktürk, A. (2002). *Çeviri: Dillerin Dili*. Yapı Kredi Yayınları.
- Gölz, H. (2018). *Fernsehrealität und Realitätswahrnehmung*. Nomos Verlag.
- Grassmuck, V. (2020). Öffentlich-Rechtliche Medien.
- Güler, M. (2018). Bir manipölasyon aracı olarak rızanın imalatı. *Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi*, 75-101.
- Gürcan, H., & Kumcuoğlu, İ. (2017). Gelenekselden Yeniye Medya İşletmeciliği Kavramının Tarihsel Gelişimi ve Yaşanan Dönüşümler Üzerine Bir Değerlendirme. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 149-164.
- Güz, N. (2012). Televizyon Yayıncılığının Tarihi. N. Güz içinde, *İletişim Tarihi ve Sosyolojisi* (s. 2). Atatürk Üniversitesi AÖF.
- Habermas, J. (1989). *The Structural Transformation of the Public Sphere*. MIT Press.
- Hangen, C. (2012). *Grundlagenwissen Medien für Journalisten*. SpringerVS.
- Herbert, M. (2003). Die eindimensionale Mensch.
- Hermans, T. (2009). Translation, Ethics, Politics. J. Munday içinde, *The Routledge Companion to Translation Studies* (s. 93-105). Routledge Taylor & Francis Group.
- Hosington, B. (2015). Translation and print culture in early. *Renaissance Studies*, 5-18.

- Illich, I. (2017). (M. Özay, Dü.) İstanbul, Türkiye: Şule Yayınları.
- Jäckel, M. (2012). *Medienwirkungen kompakt*. SpringerVS.
- Jehl , L., Hieber, F., & Riezler, S. (2012). Twitter Translation using Translation-Based Cross-Lingual Retrieval. *Proceedings of the 7th Workshop on Statistical Machine Translation* (s. 410-421). Montreal, Canada: Association for Computational Linguistics.
- Jiménez-Crespo, M., & Ramírez-Polo, L. (2022). Translation and the World Wide Web. E. Bielsa içinde, *The Routledge Handbook of Translation and Media* (s. 352-369). London and New York: Routledge Taylor & Francis Group.
- Jols, T., & Thoman , E. (2008). *21. Yüzyıl Okuryazarlığı*. Ekinoks Yayınları.
- Joyce, M. (2010). How to Think About Digital Activism. M. Joyce içinde, *Digital Activism Decoded: The New Mechanics of Change* (s. 2). IDEBATE Press.
- Jörissen, B., Fromme, J., & Bukow, G. (2012). *Raum, Zeit, Medienbildung*. SpringerVS.
- Kalantiri, E., & Gagnon, C. (2022). Media translation and politics in multilingual contexts. E. Bielsa içinde, *The Routledge Handbook of Translation and Media* (s. 44-58). London and New York: Routledge Taylor & Francis Group .
- Kaltenbaek, J. (2007). *Einführung in die Medienpsychologie*. Freie Universität Berlin.
- Kampmann, E., & Schwering, G. (2017). *Teaching Media: Medientheorie für die Schulpraxis - Grundlagen - Beispiele, Perspektiven*. Transcript Verlag.
- Kanatlı , F. (1998). Dilbilimsel Gerekçelendirme Çözümlemesi . Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Alman Dili Eğitimi Anabilim Dalı .
- Katzenbach, C. (2016). *Die Regeln digitaler Kommunikation*. Berlin: SpringerVS.
- Kavada, A. (2010). Activism Transforms Digital: The Social Movement Perspective. M. Joyce içinde, *Digital Activism Decoded -The New Mechanics of Change*. IDEBATE Press.
- Kılıç, N. (2020). Tematik Radyo Yayıncılığı. *Iğdır Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi Sayı No. 23*, 283.
- Knoblauch, H. (2019). Das Subjekt des kommunikativen Handelns, Subjektivität und Subjektivierung. In P. Gentzel, F. Krotz, J. Wimmer, & R. Winter, *Das Vergessene Subjekt* (S. 65). Wiesbaden, Deutschland: Springer VS.
- Koller, W. (2004). *Einführung in die Übersetzungswissenschaft*. Quelle & Meyer Verlag GmbH & Co., Wiebelsheim.
- Kovic, M. (2017). *Agenda-Setting zwischen Parlament und Medien*. Springer Verlag.

- Kuhn, A. (2018). *Zeitschriften und Medienunterhaltung*. SpringerVS.
- Kuhn, T. (2018). *Bilimsel Devrimlerin Yapısı*. İstanbul: Kırmızı Yayınları.
- Kurumu, T. D. (tarih yok). *Türk Dil Kurumu Sözlükleri*. <https://sozluk.gov.tr> adresinden alındı
- Kuyucu, M. (2014). Medya Ekonomisi ve Başrol Oyuncuları: Bugünün ve Yarının Medya Aktörlerinin Gözünce Reklamcılar ve Tüketiciler. *The Turkish Online Journal Of Design, Art and Communication* , 26.
- Künzler, M., Oehmer, F., Puppis, M., & Wassmer, C. (2013). Medien als Institutionen und Organistationen: Anachronismus in der Onlinewelt? M. Künzler, F. Oehmer, M. Puppis, & C. Wassmer içinde, *Medien als Institutionen und Organisationen*. Nomos.
- Laxman Patil, V. (2021). *Chronological Developments of Wireless Radio Systems before World War II*. Springer Verlag.
- Laxman Patil, V. (2021). *Chronological Developments of Wireless Radio Systems before World War II*. Springer Verlag.
- Lee, S. (2021). Translating YouTube vlogs for a global audience: Innovative subtitling and community-building. *International Journal of Cultural Studies* 24(5), 767-790.
- Lippmann, W. (2018). *Die öffentliche Meinung*. Frankfurt/Main, Deutschland: Westend.
- Littau, K. (2011). First steps towards a media history of translation. *Translation Studies*, 261-281.
- Littau, K. (2015). Translation and the materialities of communication. *Translation Studies*, 82-96.
- Löbl, E. (2017). *Kultur & Presse*. Nomos.
- Maigret, E. (2013). *Medya ve İletişim Sosyolojisi*. İletişim Yayınları.
- Mast, C., Spachmann, K., & Georg, K. (2019). *Den Mächtigen auf die Finger schauen*. Nomos Verlag.
- McLuhan, & Marshall, H. (1992). *Die magischen Kanäle - Understanding Media* . ECON Verlag.
- McLuhan, M. (2014). *Gutenberg Galaksisi*. Yapı Kredi Yayınları.
- MEB. (2011). *Basın İşletmeciliği*. MEB.

- MEB. (2011). *Radyo Televizyon Tarihi*. MEGEP: http://www.megep.meb.gov.tr/mte_program_modul/moduller_pdf/Radyo%20Televizyon%20Tarihi.pdf adresinden alındı
- Meier, K. (2018). *Journalistik*. Konstanz, Deutschland: UTB Verlagsgesellschaft GmbH.
- Mergel, I., Müller, P., Parycek, P., & Schulz, S. (2013). *Praxishandbuch Soziale Medien in der öffentlichen Verantwortung*. Springer VS.
- Mete, M., & Balta Peltekoğlu, F. (2021). Sosyal Medyada Enformasyon Savaşı: Kurumsal Güvenlik Bağlamında Bireysel Sosyal Medya Kullanımı. *International Social Sciences Studies Journal*.
- Montgomery, M. (2022). Language, media and culture in an era of communicative change. E. Bielsa içinde, *The Routledge Handbook of Translation and Media* (s. 28-44). London and New York: Routledge Taylor & Francis Group.
- Mutlu, E. (2005). *Kitle İletişim Kuramları*. Ütopya Yayınevi.
- Neuberger, C., & Kapern, P. (2013). *Grundlagen des Journalismus*. SpringerVS.
- O'Sullivan, C., & Cornu, J.-F. (2018). History of audiovisual translation. L. Pérez-González içinde, *The Routledge Handbook of Audiovisual Translation* (s. 15-30). London and New York: Routledge Taylor & Francis Group.
- O'Connor, A. (2022). Media and translation - Historical intersections. E. Bielsa içinde, *The Routledge Handbook of Translation and Media* (s. 13-27). London and New York: The Routledge Taylor & Francis Group.
- Olgun, C. (2020). Dijital Kültürün Yükselişine Doğru. *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*.
- Orun, N. (1991). *Basın İşletmeciliğinin Yönetim ve Organizasyon Yapıları*. İstanbul: T.C. İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Organizasyon ve İşletme Politikası Anabilim Dalı.
- Özerkan, Ş. (2008). Haber Araştırmalarında İçerik Analizi ve Söylem Çözümlemesi Uygulamaları. M. Işık, & A. Erdem içinde, *Tüm Yönleriyle Medya ve İletişim* (s. 38-39). Eğitim Kitabevi.
- Peters, J. (2015, 2). *schule-bw.de*. 02 14, 2021 tarihinde <https://www.schule-bw.de/faecher-und-schularten/gesellschaftswissenschaftliche-und-philosophische-faecher/geschichte/unterrichtsmaterialien/sekundarstufe-II/thematisch-strukturelle-zugriffe/medien> adresinden alındı
- Pfaffenberger, F. (2016). *Twitter als Basis wissenschaftlicher Studien*. SpringerVS.
- Postman, N. (2016). *Televizyon: Öldüren Eğlence*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Preußner, H.-P. (2005). *Krieg in den Medien*. Rodopi.

- Reichertz, J., & Bettmann, R. (2018). *Kommunikation-Medien-Konstruktion*. Springer VS.
- Reiß, K., & Vermeer, H. (2013). *Towards a General Theory of Translational Action*. London and New York: Routledge Taylor & Francis Group.
- Reus, G. (2020). *Sprache in den Medien*. Springer VS.
- Rigel, N. (2005). *Kadife Karanlık*. Su Yayınevi.
- Rigel, N., Batuş, G., Yücedoğan, G., & Çoban, B. (2005). *Kadife Karanlık*. Su Yayınları.
- Röben, B. (2013). *Medienethik und die "Anderen"*. Springer VS.
- Saxer, U. (2012). *Mediengesellschaft*. Springer VS.
- Schäffner, C. (2004). Political Discourse Analysis from the point of view of Translation Studies. *Journal of Language and Politics*, 117-150.
- Schlesinger, P. (1994). *Medya, Devlet ve Ulus*. Ayrıntı Yayınları.
- Schlogl, L. (2022). *Digital Activism and the Global Middle Class*. Routledge Taylor & Francis Group.
- Schmidt, J.-H., & Taddicken, M. (2017). *Handbuch Soziale Medien*. Springer Verlag.
- Schoger, N. (2018). *Hacker, Hacktivismus und Anonymous. Asymmetrien und Verzerrungen der medialen Darstellung von Hackern*. GRIN Verlag.
- Schulz-Bruhdoel, N., & Bechtel, M. (2011). *Medienarbeit 2.0*. Franfurter Allgemeine Buch.
- Schweiger, W. (2017). *Der (des) informierte Bürger in Netz*. Springer Verlag.
- Schweiger, W., & Fahr, A. (2013). *Handbuch Medienwirkungsforschung*. Springer VS.
- Sebald, G., & Döbler, M. (2018). *(Digitale) Medien und soziale Gedächtnisse*. Springer Verlag.
- Siever, C. M. (2015). *Multimediale Kommunikation im Social Web*. Peter Land Edition.
- Skogerbø, E. (2015). *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences (Second Edition)*. Elsevier.
- Soydan, E. (tarih yok). Radyonun Demokratikleştirilmesinde Yeni Bir Olanak: İnternet Radyoculuğu.
- Stammers, N., & Eschle, C. (2005). Social Movements and Global Activism. W. de Jong, M. Shaw, & N. Stammers içinde, *Global Activism, Global Media* (s. 50-67). Pluto Press.

- Statista Research Department. (2022, Nisan 28). *Statista*. Statista: <https://www.statista.com/statistics/264810/number-of-monthly-active-facebook-users-worldwide/> adresinden alındı
- Stolze, R. (2016). *Übersetzungstheorien*. Narr Francke Attempo Verlag GmbH + Co. KG.
- Stöber, R. (2003). *Mediengeschichte*. Wiesbaden, Deutschland : Westdeutscher Verlag.
- Studer, S. (2018). *Veränderungsprozesse in Mediensystemen*. Baden-Baden, Deutschland: Nomos Verlagsgesellschaft.
- Sutter, T. (2010). *Medienanalyse und Medienkritik*. VS Verlag für Sozialwissenschaften
- Süllü, Z. (2018). Sözlü Kültürden Dijital Kültüre İletişim ve İletişim Araçlarının. *Kastamonu İletişim Araştırmaları Dergisi*, 127.
- Tahir Gürçağlar, Ş. (2014). *Çevirinin ABC'si*. İstanbul: Say Yayınları.
- Thompson, J. (2008). *Medya ve Modernite*. Kırmızı Yayınları.
- Tokgöz, O. (2014). *Siyasal İletişimi Anlamak*. İmge Kitabevi.
- Tufan, F. (2010). *Radyo Yayıncılığı*. İstanbul Üniversitesi AUZEF.
- Ulutaş, S. (2009). *Radyonun Yapısal Dönüşüm Süresince Habercilik Anlayışı*.
- Uygur, N. (1994). *Dilin Gücü*. Kabalcı.
- van Dijck, J. (2013). *The culture of connectivity : a critical history of social media*. Oxford University Press.
- van Loh, J. (2018). *Digitale Störungen bei Kindern und Jugendlichen*. Fachbuch Klett-Cotta.
- Vermeer, H. (2000). Skopos and commission in translational action. L. Venuti içinde, *The Translation Studies Reader* (s. 221-232). London and New York: Routledge Taylor & Francis Group.
- Wallner, R. (2018). *Digitale Medien zwischen Transparenz und Manipulation*. SpringerVS.
- Wang, D. (2022). Online translation communities and networks. E. Bielsa içinde, *The Routledge Handbook of Translation and Media* (s. 501-517). London and New York: Routledge Taylor & Francis Group.
- Wayne, M. (2015). *Marksizm ve Medya Araştırmaları*. Yordam Kitap.
- Weber, P., Mangold, F., Hofer, M., & Koch, T. (2019). *Meinungsbildung in der Netzöffentlichkeit*. Nomos Verlag.

Wolschner, K. (tarih yok). *Mediengeschichte im 19. Jahrhundert*. 02 2021 tarihinde Texte zur Geschichte und Theorie von Medien & Gesellschaft: http://www.medien-gesellschaft.de/html/medien_im_19_jh.html adresinden alındı

Yücedoğan, G. (2002). Günümüzde Yazılı Basın Olgusu. 155-156.

Yücel, F. (2016). *Çevirinin Tarihi*. Çeviribilim Ajans ve Yayıncılık.

Zappavigna, M. (2011). Ambient affiliation: A linguistic perspective on Twitter. *New Media & Society - SAGE Publications*, 788-806.

İnternet Kaynakları

Commercial Broadcasting <https://www.sciencedirect.com/topics/social-sciences/commercial-broadcasting> (Erişim Tarihi 15.02.2022)

Demir, Vedat (?), Medyada Ticaretleşme Olgusu
<https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/2935> (Erişim Tarihi 15.02.2022)

YouTube - Andrew Chesterman on Skopos theory (Part 1 of 3)
<https://www.youtube.com/watch?v=44y5INKtZJg> (Erişim Tarihi 10.04.2019)

Facebook - Halle Neustadt'ta bulunan bir camide inananlara ateş açıldı
<https://www.facebook.com/100050595004497/posts/478105683885928/?d=n>
(Erişim Tarihi 20.03.2022)

Facebook - Cesur ve yiğit çocuk Eren Bülbül
<https://www.facebook.com/photo/?fbid=372244521138712&set=a.271120864584412> (Erişim Tarihi 20.03.2022)

YouTube - Ben nerede yazıyorsam, Türkiye oradadır
<https://www.youtube.com/watch?v=HO7CmxXsizM&t=270s> (Erişim Tarihi 12.05.2022)

YouTube - Yeni Belgeselimiz dünya sahnesine çıkıyor: Hakikat Bekçileri
<https://www.youtube.com/watch?v=c8C71ZWf6qs> (Erişim Tarihi 05.05.2022)

Instagram - Kurban Bayramı Tebriği
<https://www.instagram.com/p/CRg0g01qBWt/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>
(Erişim Tarihi 25.03.2022)

Instagram - Aşı Çağrısı
<https://www.instagram.com/p/COGDMGgAAxS/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>
(Erişim Tarihi 25.03.2022)

Instagram - Sürgün
<https://www.instagram.com/p/Ca5MvF9AJfC/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>
(Erişim Tarihi 27.03.2022)

Instagram – Uprooted

<https://www.instagram.com/p/Ca5EORBAv7T/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>
(Erişim Tarihi 27.03.2022)

Instagram - joinsteady <https://www.instagram.com/p/CZuGrqcgxjh/> (Erişim Tarihi 27.03.2022)

Instagram – Solingen’i unutmadık ve unutmayacağız

<https://www.instagram.com/tv/CPcqb6iiIxn/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>
(Erişim Tarihi 30.05.2021)

Twitter – Iserlohn’daki mezarların tahrip edilmesi

<https://twitter.com/AlmanyaBE/status/1478284787202891777> (Erişim Tarihi 02.05.2022)

Twitter – Nalan Sipar Tweeti

<https://twitter.com/NalanSipar/status/1468583277808304134> (Erişim Tarihi 29.04.2022)

Twitter – Can Dündar Tweeti

<https://twitter.com/candundaradasi/status/1468607818391592971> (Erişim Tarihi 29.04.2022)

Twitter – Srebrenitsa

<https://twitter.com/FatihZingal/status/1414158025313640451> (Erişim Tarihi 12.07.2021)

Twitter – #Teşkilat Dizisi

<https://twitter.com/candundaradasi/status/1520855785051406337> (Erişim Tarihi 05.05.2022)

Zeit Online – Ein türkischer 007 in Berlin <https://www.zeit.de/kultur/2022-04/tuerkei-staatsfernsehen-propaganda-journalismus-recep-tayyip-erdogan#comments>
(Erişim Tarihi 01.05.2022)

Correctiv – Erdoğan <https://shop.correctiv.org/buecher/graphic-novel/90/erdog-an-german/> (Erişim Tarihi 10.05.2022)

Twitter – Hakikat Bekçileri

<https://twitter.com/candundaradasi/status/1521122652643115008> (Erişim Tarihi 05.05.2022)

Twitter – Hakikat Bekçileri

<https://twitter.com/DeutscheWelle/status/1520766045589495809> (Erişim Tarihi 05.05.2022)

YouTube – DW Türkçe: Bir Can Dündar belgeseli: Hakikat Bekçileri

<https://www.youtube.com/watch?v=o-yV1TYzrFo&t=219s> (Erişim Tarihi 05.05.2022)

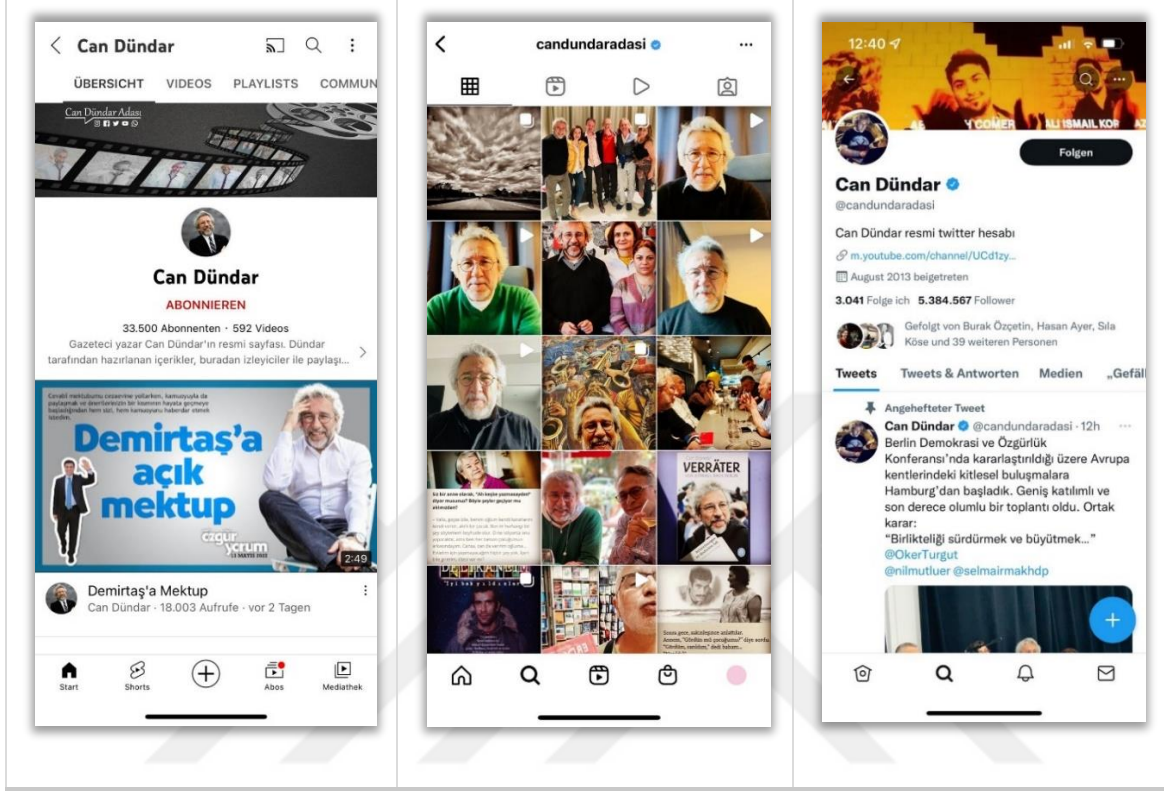
Twitter – Osman Kavala

https://twitter.com/COSMO__ARD/status/1519257842527707137 (Erişim
Tarihi 03.05.2022)

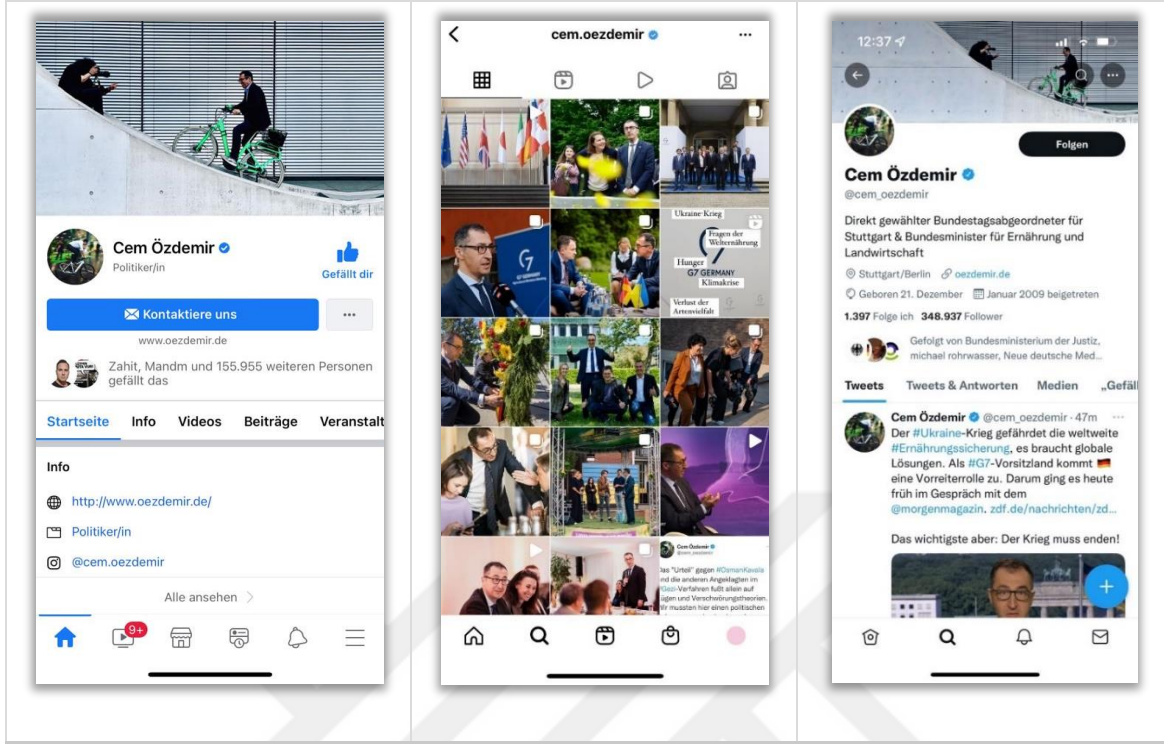


EKLER

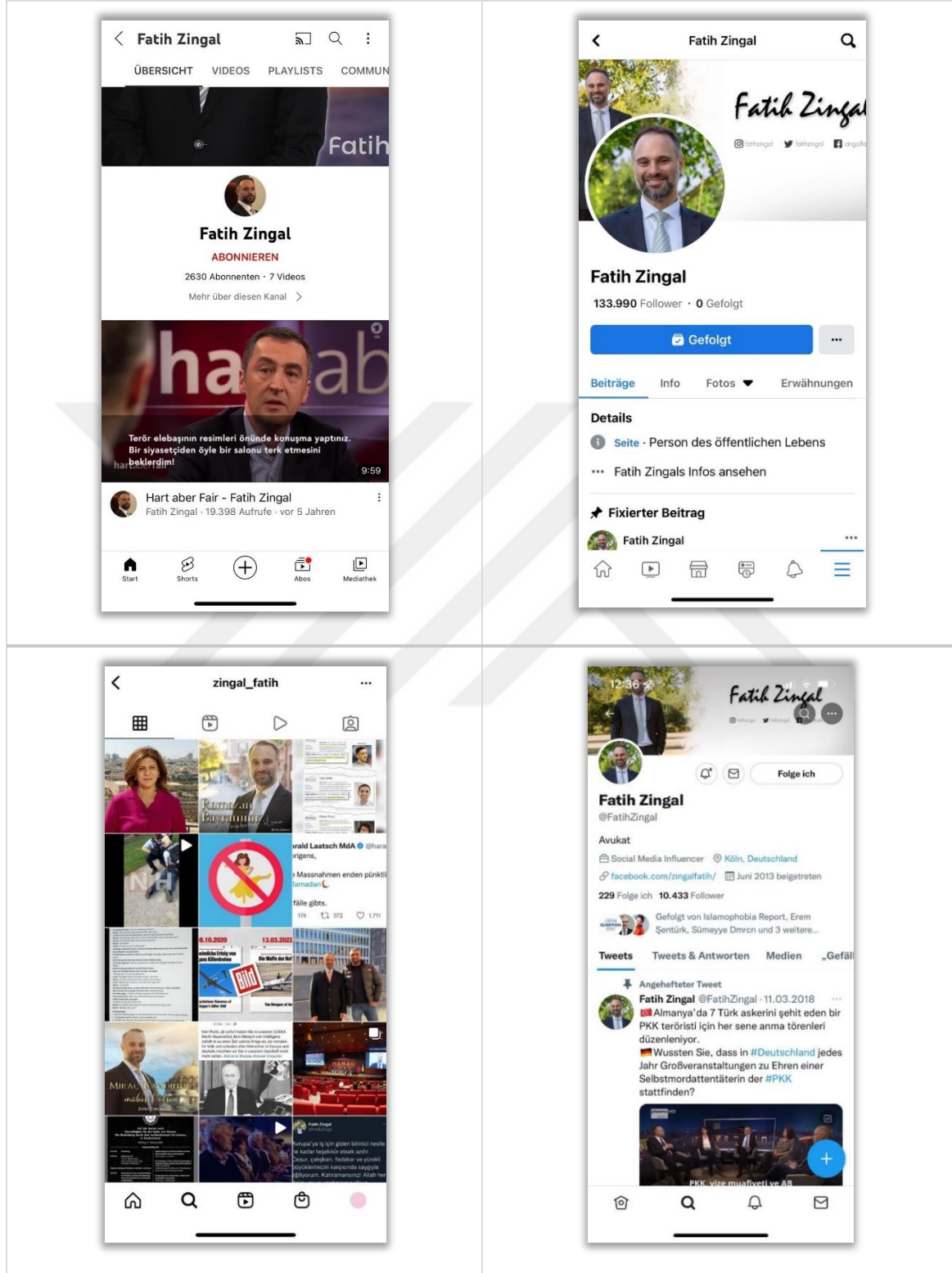
Ek 1: Can Dündar'a Ait Sosyal Medya Platformlarının Ekran Görüntüleri



Ek 2: Cem Özdemir'e Ait Sosyal Medya Platformlarının Ekran Görüntüleri



Ek 3: Fatih Zingal'e Ait Sosyal Medya Platformlarının Ekran Görüntüleri



ÖZGEÇMİŞ

Ad Soyad: Sedanur BAYRAKTAR	
Eğitim Bilgileri	
Lisans	
Üniversite	Sakarya Üniversitesi
Fakülte	Fen-Edebiyat Fakültesi
Bölümü	Çeviribilim (Almanca)
Makale ve Bildiriler	
1. Bayraktar, S. (2022). „Kürk Mantolu Madonna adlı romanda toplumsal yaşamda yer edinen kültürel öğelerin kaynak metin ve erek metindeki yansımalarının karşılaştırmalı olarak incelenmesi”. RumeliDE Dil ve Edebiyat Araştırmaları Dergisi. DOI Number: DOI: 10.29000/rumelide.1118827	