

## TWİTTER GAZETECİLİĞİ İLE İLGİLİ YAPILAN LİSANSÜSTÜ TEZLERİN İNCELENMESİ

Muzaffer ŞAHİN\*, Adalet GÖRGÜLÜ AYDOĞDU\*\*

Gönderim Tarihi: 13.08.2020 - Kabul Tarihi: 25.09.2020

Şahin, M. ve Görgülü Aydoğdu, A. (2020). Twitter gazeteciliği ile ilgili yapılan lisansüstü tezlerin incelenmesi. *Etkileşim*, 6, 10-35. doi: 10.32739/etkilesim.2020.6.73

*Bu çalışma araştırma ve yayın etiğine uygun olarak gerçekleştirilmiştir.*

### Özet

*Twitter*, özellikle gazetecinin haber kaynağını çeşitlendirmesi, haber kaynağına hızlıca ulaşabilmesi, haber iletimi, aktarımı, yayını ve habere yönelik *feed-back*'leri izlemesi bakımından önemli yenilikler sağlamıştır. *Twitter* günümüzde geleneksel medya araçlarının bir parçası olarak kullanılmasının yanı sıra gazetecilerin çalıştıkları medya kuruluşlarından bağımsız görünür olduğu kişisel bir alan olarak ön plana çıkmaktadır. Bu çalışmanın amacı Türkiye'de *Twitter* gazeteciliği ile ilgili yapılan lisansüstü tezleri incelemektir. Bu amaç doğrultusunda YÖK Tez Merkezi'nde yapılan tarama sonrasında konu ile ilgili 11 lisansüstü tez değerlendirmeye tabi tutulmuştur. Bu kapsamda *Twitter* gazeteciliği ile ilgili ne tür tezler yapıldığı, hangi yöntem ve veri hazırlama tekniklerinin kullanıldığı, hangi üniversitelerde bu konuya ağırlık verildiği tespit edilmeye çalışılmıştır. Doküman incelemesi ve içerik analizi tekniğinin kullanıldığı bu çalışma, konuya ilgi duyan akademisyenler için derleyici bir çalışma niteliği taşımaktadır. Çalışma sonucunda *Twitter* gazeteciliği ile ilgili yapılan tezlerin sayıca yeterli olmadığı, üniversitelerin bu konuya fazla eğilmediği, genelde *Twitter* kullanım pratiklerinin araştırıldığı, yeni yöntem ve veri toplama tekniklerine ihtiyaç bulunduğu gözlenmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** gazetecilik, *Twitter* gazeteciliği, doküman incelemesi, lisansüstü tezler.

\* Doçent Doktor, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, İletişim Fakültesi,  
muzaffer.sahin@hbv.edu.tr, Orcid: 0000-0001-9589-3996

\*\* Öğretim Görevlisi Doktor, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, İletişim Fakültesi,  
adalet.gorgulu@hbv.edu.tr, Orcid: 0000-0001-6278-7214

## A REVIEW OF GRADUATE THESES ON TWITTER JOURNALISM

Muzaffer ŞAHİN\*, Adalet GÖRGÜLÜ AYDOĞDU\*\*

Received: 13.08.2020 - Accepted: 25.09.2020

Şahin, M. ve Görgülü Aydoğdu, A. (2020). Twitter gazeteciliği ile ilgili yapılan lisansüstü tezlerin incelenmesi. *Etkileşim*, 6, 10-35. doi: 10.32739/etkileşim.2020.6.73

*This study complies with research and publication ethics.*

### Abstract

*Twitter* has provided novelties for journalists in multiple aspects including diversification and rapid access to news sources, delivery, transfer, and broadcasting of news, and monitoring feedback. In addition to being used as a part of traditional media tools, *Twitter* has emerged as a personal space in which journalists are seen independent of the media organizations they work for. The purpose of this study is to review graduate theses completed in Turkey on *Twitter* journalism. In alignment with this purpose, a database search in YÖK (The Council of Higher Education) Thesis Center was completed which resulted in 11 graduate theses to be reviewed. Within this context, the types of theses completed on *Twitter* journalism, methodologies, and data management methods used, and the universities that place importance on this topic were explored. In this review, document and content analyses were used. The results of the study showed that the number of theses on *Twitter* journalism is not sufficient, that universities do not emphasize this topic, that the majority of the studies focus on the practices of *Twitter* use, and that new methods and data collection methods are needed.

**Keywords:** journalism, *Twitter* journalism, document analysis, graduate theses.

\* Associate Professor, Ankara Hacı Bayram Veli University, Faculty of Communication, muzaffer.sahin@hbv.edu.tr, Orcid: 0000-0001-9589-3996

\*\* Lecturer/PhD, Ankara Hacı Bayram Veli University, Faculty of Communication, adalet.gorgulu@hbv.edu.tr, Orcid: 0000-0001-6278-7214

## Giriş

*Twitter*, kullanıcılarının iletiler oluşturup gönderdiği ve oluşturulan içeriklerin başkaları tarafından yaygınlaştırılabildiği bir mikroblog hizmetidir. Başlangıçta kullanıcılarına “ne yapıyorsun?” sorusunu soran *Twitter*, Kasım 2009’da bu soruyu “neler olup bitiyor” şeklinde değiştirmiştir. Böylece ‘gündelik gevezelik’ olarak karakterize edilen “sandviç yiyorum” türünden *tweet*’lerden, haber medyasına doğru bir geçiş yapılmıştır (Rogers, 2016: 13, 17). Çevrim içi haberlerin gerçek zamanlı paylaşımını sağlarken, izleyiciye gazetecilerle doğrudan iletişim kurma imkânı veren *Twitter* (Keane ve Rodriguez, 2018: 75) aynı zamanda insanların olaylar hakkında neler düşündüklerini öğrenmek istediklerinde de ilk başvurdukları alan haline gelmiştir (Halavais, 2016: 79).

2006 yılında Amerikalı yazılım uzmanı Jack Dorsey tarafından geliştirilen *Twitter*, kullanıcılarına en fazla 140 karakterlik kısa iletiler (*tweet*’ler) paylaşma imkânı verirken, 2017 yılında iletilerdeki bu sınırı 280 karaktere çıkarmıştır. Son yıllarda URL’lerin otomatik olarak kısaltılması gibi çeşitli ek özelliklerin de dâhil edildiği *Twitter*, *Facebook* gibi diğer sosyal ağ sitelerinin aksine karşılıklı olmak zorunda değildir (Schmidt, 2016: 49).

*Twitter* günümüzde geleneksel medya araçlarının bir parçası olarak kullanılmasının yanı sıra gazetecilerin, çalıştıkları medya kuruluşlarından bağımsız görünür olduğu kişisel bir alan olarak ön plana çıkmaktadır. *Twitter* bir yandan gazetecilere mesleki anlamda potansiyel fırsatlar sunarken, bir yandan da gazetecilik norm ve uygulamalarının değiştirilmesini gerekli hale getirmiştir. *Twitter*, özellikle gazetecinin haber kaynağını çeşitlendirmesi, haber kaynağına hızlıca ulaşabilmesi, haber iletimi, aktarımı, yayını ve habere yönelik ‘feed-back’leri izlemesi bakımından önemli yenilikler sağlamıştır.

*Twitter* ortamında gazeteciliğin yeniden yapılandırıldığı bu gelişmeler yaşanırken, *Twitter* kullanıcıları tarafından üretilen ve paylaşılan içerik de başta medya ve iletişim çalışmaları olmak üzere çeşitli disiplinler üzerinden yeni araştırma olanaklarına kapı açmaktadır (Weller vd. 2016: 35). Şahin ve Aydoğdu tarafından 2019 yılında yapılan “*Twitter* Gazeteciliği Çalışmaları” adlı araştırmada *Web of Science* veri tabanında ‘*Twitter* gazeteciliği’ ile ilgili toplam 151 yayın olduğu ve bu yayınların %47’sini iletişim alanında yayınlanan çalışmaların oluşturduğu belirtilmiştir. Araştırmada ayrıca 2011 yılına kadar bu konuda fazla çalışmanın yapılmadığı, 2017 yılında bir düşüş yaşanmakla birlikte özellikle son yıllarda bu konuda yapılan çalışmaların arttığı ifade edilmektedir.

Bu çalışmanın amacı YÖK Tez Merkezi’nde yer alan *Twitter* ve gazetecilik bağlantılı lisansüstü tezlerin incelenmesidir. Bu doğrultuda çalışmada “Türkiye’de *Twitter* gazeteciliği bağlamında nasıl ve hangi konularda lisansüstü çalışmalar yapılmaktadır?”, “Hangi üniversitelerde bu konuya daha fazla eğilim bulunmaktadır?”, “Bu alanda yapılan lisansüstü tezlerde hangi yöntem ve veri toplama teknikleri kullanılmaktadır?” sorularına cevap aranmaktadır.

*Twitter* ve gazetecilik bağlantılı lisansüstü tezlere, YÖK Tez Merkezi'nden erişilmiştir. Bu çalışma kapsamında YÖK Tez Merkezi'nde *Twitter* gazeteciliği alanında yapılmış lisansüstü tezler yıl sınırlaması getirilmeden incelenmiş ve konu ile ilgisi olmayan tezler inceleme kapsamına alınmamıştır. Tez Merkezi'nden ilgili aramalar 15.03.2020-20.03.2020 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir. Çalışma kapsamında YÖK Tez Merkezi'nde *Twitter* gazeteciliği anahtar kelimesi kullanılarak arama yapılmış ancak hiçbir çalışmaya rastlanılmamıştır. Bu nedenle *Twitter* ve gazetecilik bağlantılı olduğu belirlenen 11 lisansüstü tez değerlendirmeye alınmıştır.

Yükseköğretim Kurulu Başkanlığı bünyesinde bulunan Ulusal Tez Merkezi, 1987 yılından itibaren üniversitelerde yapılan yüksek lisans, doktora, sanatta yeterlik ve tıpta uzmanlık tezlerini toplayarak araştırmacıların hizmetine sunmaktadır. Yapılan tüm tezlerin toplandığı çevrimiçi bir veri tabanı olan Ulusal Tez Merkezi'nde 2019 yılı verilerine göre 600 binin üzerinde tez mevcuttur, kullanıcı sayısı ise 5.036.614'e ulaşmıştır (YÖK, 2020). YÖK Tez Merkezi'nde; Dış Hekimliği Uzmanlık 1254, Sanatta Yeterlik 1812, Tıpta Yan Dal Uzmanlık 776, Tıpta Uzmanlık 64612, Yüksek Lisans 433266 ve Doktora 106264 olmak üzere toplam 607984 çalışma bulunmaktadır (Yükseköğretim Kurulu Başkanlığı Tez Merkezi, 2020).

Lisansüstü eğitimin ürünü olan tez çalışmaları bir yandan araştırmacılara yol göstermekte, diğer yandan da bilimsel literatüre önemli katkılar sunmaktadır. Türkiye'de farklı alanlarda lisansüstü düzeyde yapılan tezlerin incelendiği pek çok araştırma yapılmasına rağmen (Koç, 2016; Büyükkiz, 2014; Aktan, 2014; Alpaydın ve Erol, 2017; Bayın, 2015; Özbey ve Şama, 2017; Alkan, 2014; Küçük Doğaroğlu, 2013; Beşel, 2017; Çakır Sümer, 2009; Uygun, 2012; Santaş, 2017; Gençel Ataman, 2009; Bayraktutan, 2015) *Twitter* ve gazetecilik bağlantılı tezlerin incelenmesi konusunda herhangi bir çalışma olmaması bu çalışmanın yapılmasında etkili olmuştur.

Bu çalışmada literatür incelemesinin ardından *Twitter* ve gazetecilik bağlantılı yapılmış lisansüstü tezlere ilişkin bulgulara yer verilmektedir. Türkiye'de *Twitter* gazeteciliği alanında ne tür çalışmalar yapıldığı, hangi yöntem ve analizlerin kullanıldığı, hangi üniversitelerin bu alana yoğunlaştıkları ile ilgili derleyici olan bu çalışmanın alanla ilgilenen araştırmacılara kolaylık sağlayacağı düşünülmektedir.

### Literatür İncelemesi

Dünyada *Twitter* gazeteciliğine ilişkin pek çok çalışma yapılmıştır. Şahin ve Aydoğdu'nun (2019) da belirttiği gibi bu çalışmalarda daha çok *Twitter*'da şeffaflık, eşik bekçiliği ve normalleşme kavramları üzerinde durulmaktadır. Araştırmalar, gazetecilerin *Twitter*'ı bir haber kaynağı olarak kullandıklarını ve

iş akışlarına entegre ettiklerini ortaya koymaktadır. Diğer yandan yapılan çalışmalarda *Twitter*'ın habercilik pratiklerinde yoğun bir şekilde kullanılmasıyla birlikte şeffaflık normlarında ve geleneksel eşik bekçiliği rollerindeki değişime işaret edilmektedir (Keane ve Rodriguez, 2018; Leea vd. 2017; Groshek ve Tancoc, 2017; Tenenboim, 2017; Leuven ve Deprez, 2017; English, 2016; Powers ve Vera-Zambrano, 2018; Wihbey vd. 2019; Barnard, 2016; Bentivegna ve Marchetti, 2018; Larsson ve Moe, 2015; Engesser ve Humprecht, 2015; Hedman, 2015; Hanusch ve Nölleke, 2019; Jukes, 2019; Lasorsa vd. 2012; Canter, 2015; Liu vd. 2016; Revers, 2014; Thurman, 2018; Nordheim vd. 2018; Heravi ve Harrower, 2016).

Türkiye'de de son yıllarda *Twitter* gazeteciliğine yönelik akademik çalışmalar yapılmaya başlanmıştır. Arık (2013) tarafından yapılan çalışmada *Twitter* gazeteciliğinin temel dinamikleri analiz edilmiş ve yurttaş gazeteciliği ile arasındaki ilişki ele alınmıştır. Niteliksel tarihsel tasarım yöntemine göre yapılan dırılan çalışmada, sıradan insanların da gazetecilik yapabilmeleri, seslerini duyurabilmeleri ve hak odaklı bir yayıncılık için son derece işlevsel bir araç olması nedeniyle *Twitter*'ın, yurttaş gazeteciliğinin temel zeminlerinden biri haline geldiği ifade edilmektedir. Yurttaş gazeteciliği için önemli bir işlevsel araca dönüşen *Twitter*, profesyonel gazeteciler için kişisel markalama ve kurumsal imajı güçlendirmeye aracılık etmektedir. Çaba ve Alemdar (2018) *Twitter* örneğinde gazetecilerin kişisel markalama çabasına odaklandıkları çalışmalarında, ana akım ve alternatif medyada yer alan gazetecilerin *Twitter*'da kendilerini nasıl tanıttıkları ve markalaştırdıklarına, gazetecilerin *Twitter*'ı kullanma pratikleri üzerinden sosyal medyanın geleneksel haber odası uygulamalarını nasıl dönüştürdüğüne yönelik araştırma yapmışlardır. Çalışmaya göre, ana akımda çalışan gazeteciler kendi kişisel markalarıyla beraber kurumlarının da imajını güçlendirme gayretinde oldukları için kişisel tanıtımı önemseyebilmekte, alternatif medyadaki gazeteciler ise ana akım gibi yüksek görünürlük düzeyine sahip olmadıkları için *Twitter* aracılığıyla seslerini duyurma çabasıyla kişisel tanıtımı öne çıkarabilmektedirler. Gazetecilerin kişisel markalama ve kurumsal imajlarının yanı sıra haber odaklı analizlerin de alana katkı sağlayacağı şüphesizdir.

Gazetecilerin sosyal medyayı alternatif bir medya olarak kullanımları, haber kaynağı olarak değerlendirmeleri ve haberleri yayma aracı olarak tercih etmeleri gibi profesyonel gazetecilik pratikleri de farklı çalışmalarda ele alınmıştır. Bakan (2017) çalışmasında gazetecilerin sosyal medyayı alternatif bir medya olarak kullanıp kullanmadıklarını incelemiştir. Bu kapsamda *Washington Post*'ta çalışan gazetecilerin çevrim içi köşe yazıları ve kişisel *Twitter* hesaplarındaki paylaşımları içerik açısından değerlendirilmiştir. Sosyal medyayı alternatif bir medya aracı olarak kullanma durumunun gazetecilere göre farklılık taşıdığına ortaya konulduğu çalışmada, gazetecilerin siyaset, uluslararası politika ve yasal düzenlemelerle ilgili konularda *Twitter*'ı alternatif bir medya

olarak kullandıkları tespit edilmiştir. Sine ve Sarı da (2018) araştırmalarında bir haber kaynağı olarak sosyal medyanın gazeteciler için önemini tespit etmeyi amaçlamışlardır. Web tabanlı derinlemesine görüşme tekniği uygulanan araştırmada, sekiz medya profesyoneline sosyal medya hesaplarından canlı olarak sorular sorularak sosyal medyanın gazetecilik mesleğiyle ilişkisi saptanmaya çalışılmıştır. Çalışmanın sonunda görüşülen gazetecilerin tümünün sosyal medyayı haber kaynağı olarak kullandığı ortaya konulmuştur. Aral (2019) tarafından yapılan araştırmada ise internet gazetelerinin haberlerini sosyal medya hesaplarından ne ölçüde paylaştığının analiz edilmesi amaçlanmıştır. Bu kapsamda, örneklem olarak seçilen dört internet gazetesinin haber sayıları ile *Facebook* ve *Twitter*'daki paylaşımları karşılaştırılmıştır. Ayrıca internet gazetelerinin yöneticileri ile yüz yüze görüşmeler yapılarak çalışmaya ek veriler sağlanmıştır. Çalışma kapsamında elde edilen bulgularda, dört internet gazetesinin de *Twitter*'daki paylaşım sayısının *Facebook*'taki paylaşım sayısından fazla olduğu, *Twitter*'da haber akışının daha yoğun olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca internet gazetelerinin, sosyal medya hesaplarını okurların kullanım alışkanlıkları ve okur profilini gözeterek yönettikleri ifade edilen çalışmada, web sitesinde yayınlanan haberlerden *Facebook* ve *Twitter*'da paylaşılmak üzere seçim yapılacağı zaman, sadece belli bir kesime hitap etmeyen, geneli ilgilendirecek, okuru sıkmayacak haberlerin tercih edildiği belirtilmektedir. Haberlerin *Twitter*'da yayılma konusu ise ayrı bir çalışmada ele alınmıştır. Sütçü ve Bayrakçı (2014) gazetelerin haber kategorilerinde yer alan haberlerin *Twitter*'daki dağılımlarına bakarak gazete haberlerinin *tweet* edilme oranlarını araştırmışlardır. Geleneksel medya ile sosyal medya arasındaki haber yayılımı ilişkisinin incelendiği çalışma sonucunda haber web sitesinde çok yorum alan haberlerin sosyal medyada yayılımının daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Çalışmada, sosyal medyanın gazeteler için gelecekte var olmak isteyecekleri bir ortam olduğu ifade edilmiştir.

Gazetecilerin haber üretim aşamalarında *Twitter* üzerinden etkileşim süreçlerinin ele alındığı çalışmalarda gazetecilerin okurları-izleyicileri ile etkileşim düzeyleri ve süreçte haberin dönüşümü incelenmiştir. Çaba (2019), Türkiye'deki gazetecilerin *Twitter*'daki etkileşimine odaklandığı çalışmada, gazetecilerin takipçileriyle etkileşimi ve içerikteki etkileşim düzeyi üzerinden gazetecilik uygulamalarındaki dönüşümü sorgulamıştır. Araştırmada farklı medya kuruluşlarında çalışan 21 gazetecinin *tweet*'leri analiz edilerek niteliksel ve niceliksel olarak değerlendirilmiş ve üç farklı gazeteci grubu -eşik bekçileri, muhabirler ve serbest gazeteciler- arasındaki farklılaşmanın ortaya konulması amaçlanmıştır. Çalışmada *Twitter*'ın etkileşimsel ağ ortamının olanaklarından en fazla serbest gazetecilerin yararlandığı, eşik bekçilerinin ise daha ziyade geleneksel medyadaki rollerini sürdürme eğilimi gösterdikleri görülmüştür. Uçar (2017) ise yaptığı çalışmada, *Twitter*'ın geleneksel medyanın profesyonel gazetecileri ile toplumun buluşmasına katkı sağladığı ifade edilerek, yurttaşları habere dâhil etme ve habercilik faaliyeti gerçekleştirme gibi pratiklerde

aktif olarak rol alabildiği örneklerle anlatılmıştır. Çalışmada geleneksel medyanın dikkatini çekmeyen olayların aktarımında yurttaşların, potansiyel birer gazeteci olarak paylaşımda bulunabildiği *Twitter*'ın, yurttaş gazeteciliğinin ruh bulduğu bir ortam sunarak, *Twitter* gazeteciliği gibi bir gazetecilik anlayışının literatüre girmesine neden olduğu belirtilmektedir. Kürkçü (2017) tarafından yapılan araştırmada da haber ajansları ve gazetelerden gelen iletilerin etkileşim düzeylerini belirlemek amacıyla Doğan Haber Ajansı (DHA), Anadolu Ajansı (AA), *Sabah* gazetesi, *Sözcü* gazetesi ve *Hürriyet* gazetesinin resmi *Twitter* hesaplarından paylaşılan *tweet*'ler incelenmiştir. Yapılan analizde haber *tweet*'lerinin 48 saat içindeki etkileşim oranları ve günün belli zaman dilimlerinde gönderilen *tweet*'lerin kullanıcılar tarafından ne kadar *retweet* edildiği ve beğenildiğiyle ilgili bilgiler verilmiş, *tweet* ve beğeni sayılarının toplam takipçi sayılarını oranları hesaplanarak kullanıcıların etkileşim düzeyleri belirlenmiştir.

Gazetecilerin *Twitter*'ı günlük iş akışlarının bir parçası olarak kullanmaları etik sorunları da beraberinde getirmiştir. Narin (2013) gazetecilik etiğini *Twitter* bağlamında ele alan çalışmasında, *Twitter*'da medya çalışanlarının paylaşımları ile birlikte gözlenen "yeni medya etiği" tartışmalarını literatür taraması yoluyla incelemiştir. Türkiye'de ulusal gazetelerin ve popüler gazetecilerin *Twitter* hesaplarına ilişkin sayısal bilgilerin de aktarıldığı çalışmada, gazetecilik etiği bağlamında *Twitter*'ın kullanımına ilişkin temel sorunlar üzerinde durulmuştur. Çalışmada Türkiye'deki basın kuruluşları ve meslek örgütlerinin yeni etik düzenlemelere öncülük etmesi gerektiği vurgulanırken, bu düzenlemelerin kurumun ya da işverenin itibarını ve kazancını olduğu kadar gazetecinin temel sorumluluk ve haklarını da koruma altına almasının gerekli olduğu belirtilmiştir.

Haber tüketicilerinin *Twitter*'ı haber aracı olarak kullanmalarına yönelik yapılan araştırmalarda ise tüketici tercihleri üzerinde durulmuştur. Bu bağlamda Kuyucu (2014), *Twitter* kullanıcılarının sosyal medya platformunu bir haber aracı olarak algı ve kullanımına yönelik yaptığı çalışmasında, *Twitter*'ın çevresel bir haber mecrası olarak yaygınlaştığını ve bireysel çıkışlı bir gazetecilik anlayışının geliştirildiğini belirtmiştir. Araştırmada *Twitter* kullanıcılarının günlük haber ihtiyaçlarını bu mecradan karşıladığı ve aynı zamanda haber üretimine de katkıda bulunduğu saptanmıştır.

Gazetecilik ve *Twitter* bağlamındaki çalışmaların kategorize edildiği bir başka eserde ise akademinin bu alandaki çalışmaları derlenmiştir. Hülür ve Yaşın'ın (2019) editörlüğünde hazırlanan *Bilgi Doğruluk ve Twitter* isimli eserde gazetecilik ile *Twitter* arasındaki ilişki kuramsal ve akademik çalışmalar bağlamında dokuz ayrı başlık altında, farklı yazarlar tarafından irdelenmiştir. Başlıklar şöyle sıralanmaktadır: "Küresel İnsanın Hayal Alanı Olarak *Twitter*'ı Anlamak", "Geçmişten Günümüze Bilgi ve Yöntemin Temelleri", "Epistemolojik Bir Tartışma: *Twitter*'da Doğruluk-Ötesi Konulu Çalışmalar", "Sahte Haber ve *Twitter* Hakkında Yapılmış Çalışmalar Üzerine Bir İnceleme", "Toplumsal Hare-

ketlerin Twitter'a Yansımaları ve Hashtag Aktivizm ile İlgili Çalışmalar", "Twitter'ı Ele Alan Kriz İletişimi ve Kriz Yönetimi Çalışmalarının Analizi", "Twitter Gazeteciliği Çalışmaları", "Twitter ve Yeni Olanaklar: Sosyal Medya ile Birlikte Dönüşen Pazarlama ve Tüketim Biçimleri Üzerine Bir Literatür İncelemesi", "Siyasal İletişim Süreçlerinde Yeni İletişim Mecrası Olarak Twitter Kullanımı".

## Yöntem

Bu çalışmanın temel amacı YÖK Tez Merkezi'nde yer alan *Twitter* ve gazetecilik bağlantılı konularda yapılan lisansüstü tezlerin incelenmesidir. Bu amaç doğrultusunda çalışmada YÖK Tez Merkezi üzerinden bir tarama gerçekleştirilmiş ve konu ile ilgili lisansüstü çalışmalar değerlendirmeye tabi tutulmuştur. "Twitter" başlığı ile YÖK Tez Merkezi'nde yapılan incelemede 133 yüksek lisans, 19 doktora tezine ulaşılmıştır. "Twitter gazeteciliği" anahtar kelimesi ile yapılan taramada herhangi bir teze rastlanmamıştır. Ancak "Twitter" anahtar kelimesi ile yapılan taramanın içinde gazetecilik bağlantılı olan dokuz yüksek lisans ve iki doktora tezi olmak üzere 11 teze erişim sağlanmıştır. Tez Merkezi'nden ilgili aramalar 15.03.2020-20.03.2020 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir.

Çalışmanın evrenini *Twitter* gazeteciliği alanındaki lisansüstü tezler oluşturmaktadır. Bu çalışmada örneklem belirleme yoluna gidilmemiş, bunun yerine veri tabanının sunduğu ilgili tezlerin tümüne ulaşılmaya çalışılmıştır. Böylece çalışma, araştırma evrenini oluşturan, biri hariç erişime açık tüm tezleri kapsayacak biçimde gerçekleştirilmiştir. Bu çalışma kapsamında YÖK Tez Merkezi'nde *Twitter* gazeteciliği alanında yapılmış lisansüstü tezler yıl sınırlaması gözetilmeksizin incelenmiş, konu ile ilgisi olmayan tezler ise çalışmanın kapsamı dışında bırakılmıştır.

Araştırmada, belge üzerinde doğrudan gözlem tekniği ile veri toplama yoluna gidilmiş olup elde edilen veriler içerik çözümlemesi tekniği ile incelenmiştir. Her bir tezin bir çözümleme birimi olarak alındığı içerik çözümlemesine temel oluşturan kategoriler ise inceleme konusu yapılan tezin yılı, tezin konusu, tezin yöntemi, tezde kullanılan veri toplama ve çözümleme teknikleri, tezin hangi üniversite ve program bünyesinde hazırlandığı biçiminde belirlenmiştir. Söz konusu birim ve kategoriler temel alınarak gerçekleştirilen kodlama işleminin ardından verilerin frekans dağılımları hesaplanmış ve tablolar oluşturularak elde edilen bulgular yorumlanmıştır.

## Bulgular

Çalışmanın bu kısmında Yükseköğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi'nde kayıtlı *Twitter* ve gazetecilik bağlantılı tezlerden elde edilen bulgu ve yorumlar yer almaktadır:



Tablo 1. *Twitter ve gazetecilik bağlantılı yüksek lisans tezleri*

Araştırmacı	Tezin Adı	Örneklem/ Veri Toplama Teknikleri	Temel Bulgular
Laura Avadar (2013)	Gazetecilerin <i>Twitter</i> kullanım pratikleri ve <i>Twitter</i> kullanım pratiklerinin gazetecilikte neden olabileceği değişimler: Siber antropoloji yaklaşımıyla	50 gazeteci ile çevrimiçi yarı yapılandırılmış mülakat ve <i>Twitter</i> hesaplarının çevrimiçi gözlem tekniğiyle incelenmesi	<i>Twitter</i> , gazetecilerin mesleki varoluşlarını daha yerel, hatta daha kişisel bir yolla sürdürmelerine olanak sağlamaktadır. <i>Twitter</i> kullanım pratikleri gazetecilik mesleği üzerinden birtakım değişikliklere neden olmuştur. Bu değişim ve dönüşüm özellikle gazetecinin imajı üzerinde yoğunlaşmaktadır.
Zehra İdil Uzunyol (2013)	Sosyal medya ve değişen gazetecilik: Haber kaynağı ve haber mecrası olarak <i>Twitter</i>	Literatür tarama tekniği ve 5 gazetecinin <i>Twitter</i> hesaplarının takip edilmesi	<i>Twitter</i> sayesinde kendi hesabından bir enformasyon akışının sağlanıyor olması gazetecinin marka yaratım sürecine önemli katkı sağlamaktadır. Gazeteciler, marka kaygısıyla <i>Twitter</i> ortamında genel gazetecilik meslek ilkeleri çerçevesinde kişisel oto-kontrol uygulamaktadırlar.
Gülcan Tosun (2013)	Sosyal medyanın yazılı basında gündem oluşturmadaki rolü (Örnek çalışma <i>Twitter</i> )	5 gazetede ( <i>Hürriyet, Sabah, Posta, Zaman</i> ve <i>Sözcü</i> ), 3 aylık süreç içerisinde toplam 856 <i>Twitter</i> kaynaklı haber incelemesi ve içerik analizi	<i>Twitter</i> 'ın yazılı basında gündem oluşturmada etkin bir rolü bulunmaktadır. <i>Twitter</i> gündem oluşturmada en çok magazin haberleri yönünde etkilidir. Yazılı basının ideolojik durumuna göre <i>Twitter</i> 'ın gündem oluşturmada rolü vardır.

<p>Necati Keleş (2015)</p>	<p>Mısır'daki toplumsal hareketler ve Anadolu Ajansı: Örnek olay olarak Anadolu Ajansı'nın <i>Twitter</i> iletilerinin analizi</p>	<p>507 <i>tweet</i>, nicel ve nitel içerik analizi</p>	<p>AA'nın, söz konusu dönemde Türk dış politikasının öncelikli konusu haline gelen Mısır'ı önemli gündem maddelerinden biri olarak gördüğü ve dış politikaya hâkim olan söyleme paralel yayın yaptığı ortaya konulmuştur. Anadolu Ajansı'nın, Mısır'daki olayın, demokrasi, insan hakları ve özgürlükler yönünden yarattığı sorunları gündeme taşıdığı, AFP ve Reuters'e göre <i>Twitter</i>'i daha etkin kullandığı görülmüştür. <i>Twitter</i> hesabını takip edenlerden söz konusu <i>tweet</i>'lerle etkileşim kuranların büyük çoğunluğunun, AA'nın bu yayının politikasına olumlu yaklaştığı tespit edilmiştir.</p>
<p>Hatice Kübra Kocaoğlu (2015)</p>	<p>Alternatif haber kaynağı olarak <i>Twitter</i> ve gazeteciliğe etkileri</p>	<p>Türkiye'de en çok satan beş ulusal ölçekli gazete (<i>Hürriyet, Milliyet, Posta, Sözcü, Zaman</i>) ile en çok takip edilen beş haber sitesinin (<i>haberturk.com, hurriyet.com.tr, internethaber.com, milliyet.com, sabah.com.tr</i>) içerik analizi ve meslek profesyonelleri ile mülakat yapılması</p>	<p>Haber kuruluşları için alternatif bir haber kaynağı haline gelen <i>Twitter</i>, aynı zamanda medya kuruluşları ve gazeteciler açısından da haberlerini servis edebildikleri bir mecraya evrilmiştir. Her iki mecrada da <i>Twitter</i> kaynaklı ve bağlantılı haberlerin, rutin haber kapsamında öne çıktığı görülmektedir. Her iki mecrada da habercilik pratikleri açısından büyük farklar olmadığı, <i>Twitter</i> kaynaklı haberleri kullanmada, kullanılan kategorilerin, habere yaklaşımın, öne çıkan haber kaynaklarının benzer olduğu dikkat çekmektedir. En büyük farklılık kullanılan görsel öğelerde ortaya çıkmaktadır.</p>

<p>Tahsin Eren Sayar (2016)</p>	<p>Türkiye'deki TV haber kanallarının yeni mecra olarak <i>Twitter</i>'ı kullanımı</p>	<p><i>TRT, Habertürk ve Bianet</i> temsilcileri ile <i>Twitter</i> hesapları ile ilgili mülakat ve söylem analizi</p>	<p><i>Twitter</i> ile haber kanalları ve haber portalları ilişkisinin bir karmaşıklık içerisinde olduğu sonucuna varılmıştır. Kanalların <i>Twitter</i>'a olan şüpheli yaklaşımı devam etmektedir. Bu nedenle kullanıcı kalitesinin artması ve sahte hesapların engellenmesinin <i>Twitter</i>'a olan güveni artıracağı ön görülmektedir.</p>
<p>Valeria Elosia Moreno Serrano (2017)</p>	<p>Spor gazetelerinin <i>Twitter</i> kullanımları üzerine bir çalışma: Türkiye- Ekvador karşılaştırması</p>	<p><i>Fanatik ve El Comercio</i> spor gazetelerinin <i>Twitter</i> hesaplarının içerik analizi ile incelenmesi. Derinlemesine bilgi toplama ve karşılaştırma modeli kullanılması</p>	<p><i>Twitter</i>, medya izleyicisiyle etkili bir şekilde iletişim kurmada ve en güncel bilgilerin hızlı bir şekilde iletilmesi açısından önem taşımaktadır. Her iki gazetenin de <i>hashtag</i> kullandığı ve paylaşmış olduğu <i>tweet</i>'lere okuyucular tarafından yanıt verildiği görülmüştür. Her iki gazetenin paylaşımlarının yoğunlaştığı saatler arasında Türkiye ve Ekvador arasındaki zaman farkına bağlı olarak, önemli değişiklikler olduğu tespit edilmiştir. Bir iletinin siber alanda daha fazla paylaşılmasında yayın kalitesinin içeriği ve öneminin yanı sıra o iletinin multimedya kaynaklarının olup olmaması da önemlidir.</p>
<p>Seyit Gölcük (2018)</p>	<p>Türkiye'de <i>Twitter</i> bağlamında kendi siyasi görüşüne yakın haberleri takip etme ve siyasal kutuplaşma ilişkisi</p>	<p><i>Twitter</i>'dan çekilen 2.790.339 kişilik bir örneklem ve bu kişiler arasındaki toplam 48.316.548 farklı siyasi haber ve milletvekili hesaplarını takip etme ilişkisinin incelenmesi</p>	<p>Bir partiye yakınlık duyan <i>Twitter</i> kullanıcılarının kendi siyasi görüşlerine yakın haber sitelerini yüksek derecede, kendi görüşlerine zıt fikirler içeren haber sitelerine ait hesapları ise çok az derecede takip ettikleri ortaya konulmuştur. Ayrıca bu durumun kutuplaşmayı tetiklediği de ifade edilmektedir.</p>

<p>Mete Ogün Parlak (2019)</p>	<p>Yeni medya ve haberciliğin dönüşümü: Gazetecilik mecrası olarak <i>Twitter</i></p>	<p>60 gazeteciye yüz yüze anket uygulaması ve SPSS programında analizi</p>	<p>İnternetin “etkileşimli” yapısı, gazetecilerin haber tüketicisi ile ilişkisinde belirleyici rol oynamaktadır. Gazeteciler gündemi en fazla <i>Twitter</i> üzerinden takip etmektedirler. Hızın öneminin artması, gazetecilerin haber içeriğini teyit etme pratiğini göz ardı etmelerine neden olmaktadır. Tüm bu dönüşüm süreci, beraberinde bu duruma uyum sağlayabilecek ve yönetebilecek gazetecilerin yetiştirilmesini gerekli kılmaktadır.</p>
--------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Tablo 2. *Twitter ve gazetecilik bağlantılı doktora tezleri*

Araştırmacı	Tezin Adı	Örneklem/ Veri Toplama Teknikleri	Temel Bulgular
<p>Gizem Melek (2015)</p>	<p>Medya arası gündem belirleme kuramı çerçevesinde <i>Hürriyet</i> ve <i>Twitter</i> üzerine bir çalışma</p>	<p><i>Hürriyet Online</i> ve <i>Twitter</i> gündeminin bilgisayar destekli içerik analizi ve çapraz zaman gecikmeli panel tasarımları ile incelenmesi</p>	<p>Ana akım medyanın eski gündem belirleme gücüne sahip olmadığı ve <i>Twitter</i>'ın da Türkiye'deki popüler söylemde ifade edildiği gibi bir gündem belirleme gücü olmadığı ortaya konulmuştur. İki medya arasında bir etkileşimin olduğu belirtilmekte, haber medyası ile sosyal medya arasındaki ilişki uluslararası bağlamda benzer görülmektedir.</p>

Aygün Özsaliğ (2017)	Sosyal medyada medyalar arası gündem belirleme: ABD ve Türkiye’de <i>Twitter</i> örneği	ABD ve Türkiye’de, üç büyük gazetenin <i>Twitter</i> hesapları örnek alınarak, konu gündemleri arasında medyalar arası ilişki ve etkilerin içerik analizi, <i>Pearson</i> korelasyon analizi ve çapraz-yürütmeli korelasyon analizi ile incelenmesi	ABD ve Türkiye’de, büyük gazetelerin <i>Twitter</i> hesaplarının konu gündemleri arasında medyalar arası ilişki ve etkilerinin olduğu ortaya çıkmıştır. Her iki ülke de medyalar arası gündem belirleme bakımından birbirine kısmen benzemektedir. Ayrıca, ABD ve Türkiye’deki gazetelerin <i>Twitter</i> gündemleri arasında karşılıklı etkilere ilaveten tek yönlü medyalar arası gündem belirleme etkilerinin olduğu görülmüştür.
----------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Türkiye’de *Twitter* gazeteciliği ile ilgili lisansüstü çalışmaların 2013 yılından itibaren literatüre dâhil olduğu görülmektedir. İncelenen tezler, 2013-2019 yılları arasında değişkenlik göstermektedir. Türkiye’de *Twitter* gazeteciliği ile ilgili yapılan yüksek lisans tezlerine bakıldığında en fazla tez çalışmasının 2013 yılında yapıldığı görülmektedir. 2013’te 3, 2015’te 2, 2016, 2017, 2018 ve 2019’da ise birer yüksek lisans tezi hazırlanmıştır. Bu tezlerin ikisi İngilizce, diğerleri Türkçedir. Yüksek lisans tezlerine oranla oldukça düşük bir sayıya sahip olan doktora tezlerinin ise 2015 (1) ve 2017 (1) yıllarında yapıldığı görülmektedir (Tablo 3).

Tablo 3. Lisansüstü tezlerin yıllara göre dağılımı

Yıllar	Yüksek Lisans (n)	Doktora (n)	Yüzde (%)
2013	3	-	27,3
2014	-	-	-
2015	2	1	27,3
2016	1	-	9,1
2017	1	1	18,1
2018	1	-	9,1
2019	1	-	9,1
<b>Toplam</b>	<b>9</b>	<b>2</b>	<b>100</b>

Genel olarak bakıldığında bu konuyla ilgili olarak 2013 (%27,3) ve 2015 (%27,3) yıllarında daha çok çalışma yapıldığı, son yıllarda ise daha az sayıda çalışma yapıldığı dikkat çekmektedir. 2014 yılında ise bu alanda yapılmış bir

teze rastlanmamıştır (Tablo 3). Son yıllarda YÖK Tez Merkezi'nde tez sayısındaki (600 binden fazla) artışa rağmen *Twitter* gazeteciliği ile ilgili lisansüstü çalışmaların yeterli olmadığı ifade edilebilir.

Tablo 4. Lisansüstü çalışmaların konularına göre dağılımı

Konular	Yüksek Lisans (n)	Doktora (n)	Yüzde (%)
Gazetecilerin <i>Twitter</i> Kullanımı ve Haber Kaynağı Olarak <i>Twitter</i> Kullanımı	4	-	36,3
Medya/Medyalar Arası Gündem Belirleme İlişkisi/Etkisi	1	2	27,3
TV kanallarının <i>Twitter</i> Kullanımı	1	-	9,1
Spor Gazetelerinin <i>Twitter</i> Kullanımı	1	-	9,1
Siyasal İletişim Bağlamında <i>Twitter</i> Kullanımı	1	-	9,1
Toplumsal Hareketler Bağlamında <i>Twitter</i> Kullanımı	1	-	9,1
<b>Toplam</b>	<b>9</b>	<b>2</b>	<b>100</b>

Hazırlanan tezlerin genellikle *Twitter* kullanımına yönelik yapıldığı belirlenmiştir. Bu çalışmalar ise konularına göre; gazetecilerin *Twitter* kullanımı ve haber kaynağı olarak *Twitter* kullanımı (%36,3), medya/medyalararası gündem belirleme ilişkisi/etkisi bağlamında *Twitter* kullanımı (%27,3), TV kanallarının *Twitter* kullanımı (%9,1), spor gazetelerinin *Twitter* kullanımı (%9,1), siyasi iletişim bağlamında *Twitter* kullanımı (%9,1) ve toplumsal hareketler bağlamında *Twitter* kullanımı (%9,1) olarak sınıflandırılabilir. Çalışmalar ana tema olarak altı ayrı kategoride tasnif edilmiş ve değerlendirmeler de bu odak üzerinden yapılmıştır (Tablo 4).

Gazetecilerin *Twitter* kullanımı ve haber kaynağı olarak *Twitter* konusundaki çalışmalardan ilki Avadar'a aittir. Avadar (2013) çalışmasında, gazetecilerin *Twitter* kullanım pratikleri ile bu pratiklerin gazetecilik mesleğinde yol açtığı değişimleri ele almaktadır. Bu bağlamda araştırmada "Gazetecilerin *Twitter* kullanım pratikleri gazetecilik mesleğinde değişimlere yol açar" hipotezini doğrulamak amacıyla "Gazeteciler neden ve nasıl *Twitter* kullanıyorlar?", "Gazeteciler zamanının benzersiz iletişim araçlarından biri olan *Twitter*'ı kullanırken ne gibi pratikler geliştiriyorlar?" ve "Gazetecilerin *Twitter* kullanım pratikleri doğrultusunda gazetecilik mesleğinde değişimler meydana geliyor mu?" sorularına yanıt aranmıştır. Araştırma kapsamında *Twitter*'ı etkin bir biçimde kullanan 50 Türk gazeteciyle e-posta aracılığıyla çevrimiçi gerçekleştirilen yarı yapılandırılmış mülakatlar ve gazetecilerin *Twitter* hesapları gece ve gündüz takip edilerek yürütülen gözlemler doğrultusunda aydınlatılmaya çalışılmıştır.

Siber antropoloji disiplini ile şekillendirilen çalışmada yapılan mülakat ve gözlem sonuçları, gazetecilerin *Twitter* kullanım pratiklerinin gazetecilik mesleği üzerinde birtakım değişikliklere neden olduğunu göstermiştir.

Bu konudaki çalışmalardan ikincisinde Uzunyol (2013) *Twitter* kullanımının gazetecilik pratiklerinde neden olduğu değişime odaklanmıştır. Çalışmada bütünsel bir yaklaşımla olaylar ve gelişmeler, neden ve sonuç ilişkisi içinde betimsel bir yöntemle araştırılmıştır. Temel olarak literatür tarama tekniği kullanılan çalışmada belirlenen gazetecilerin *Twitter* hesapları takip edilmiş ve yerli/yabancı medya kurumlarının sosyal medya kullanım kılavuzları incelenmiştir. İnternet ortamında ve yazılı medyada yer alan gazetecilerin *Twitter* kullanımına ilişkin tartışmaları taranmış, *Wall Street Journal*'ın teknoloji editörü ile mülakat yapılarak veri toplanmıştır. Araştırmada, *Twitter* sayesinde kendi hesabından bir enformasyon akışının sağlanıyor olmasının gazetecinin marka yaratım sürecine önemli katkı sağladığı ifade edilmektedir. Söz konusu gazetecilerin yine marka kaygısıyla *Twitter* ortamında genel gazetecilik meslek ilkeleri çerçevesinde kişisel otokontrol uyguladıklarını da gözlemlenmiştir.

Gazetecilerin *Twitter* kullanımı ve haber kaynağı olarak *Twitter* konusundaki çalışmalardan üçüncüsünü gerçekleştiren Kocaoğlu (2015) ise alternatif bir haber kaynağı olarak genelde sosyal medya, özelden *Twitter*'ın habercilik üzerinde oluşturduğu etkileri içerik analizi ve mülakat yöntemleri ile incelemiştir. Çalışmada geleneksel medya ve çevrimiçi haber sitelerinde yer alan *Twitter* kaynaklı ve bağlantılı haberler içerik çözümlemesine tabi tutulmuş, *Twitter*'ın yazılı basında ve internet gazeteciliğinde alternatif bir haber kaynağı olarak etkisi ölçülürken, bu bağlamda kaynaklık ettiği haberlerin çeşitli açılardan içerik değerlendirmesi de yapılmıştır. Elde edilen veriler doğrultusunda ulusal ölçekli gazeteler ve internet gazetelerinde *Twitter* kaynaklı haberlerin kullanımına karşılaştırmalı olarak yer verilmiştir. Mülakat yöntemiyle *Twitter*'ın gazetecilik meslek pratiklerine ve haber merkezi yapılarına olan etkisi irdelenmiştir. Haber kuruluşlarında çalışan gazetecilerle yapılan mülakatlarda; *Twitter*'ın haber üretim ve yayım sürecine etkileri, gazetecilik ve etik açısından sorunları, haber kuruluşlarındaki örgütlenme ve haber merkezi yapılarına etkisi ortaya konulmuştur.

Gazetecilerin haber kaynağı olarak *Twitter* konusundaki çalışmalardan dördüncüsünü hazırlayan Parlak (2019) *Twitter* özelinde internetin, gazetecilik mesleğindeki dönüştürücü etkisi üzerinde durmuştur. Bu çalışmada, internetin uygulama alanlarından biri olan sosyal medyanın, gazetecinin haber üretim pratiklerindeki yeri ve haberciliğin dijital platformlara taşınmasıyla oluşan gazeteci ile haber tüketicisi ilişkisindeki dönüşümün yansımaları incelenmiştir. Bu doğrultuda çalışma kapsamında veri toplama tekniği olarak, aktif biçimde habercilik mesleğini icra eden gazeteciler ile anket uygulaması gerçekleştirilmiş; *Twitter* özelinde gazetecilerin sosyal medyayı ne ölçüde haber kaynağı olarak gördükleri, sosyal medyadan haber üretiminde hangi düzeyde yararlandıkları ve haber tüketicisinin etkileşim faktörü temelinde sosyal medyanın

haber üretimindeki yeni konumuna yaklaşımları irdelenmiştir.

Medya/medyalar arası gündem belirleme ilişkisi/etkisi konulu üç ayrı çalışma yapılmıştır. Bunlardan biri yüksek lisans, diğer ikisi doktora tezidir.

Tosun (2013) tarafından yapılan araştırma kapsamında *Twitter*'ın yazılı basınının gündemini oluşturmadaki rolü incelenmektedir. Çalışmayı kapsayan üç aylık süre içerisinde tiraj bazında ilk beş sırada yer alan gazeteler (*Hürriyet*, *Sabah*, *Posta*, *Zaman* ve *Sözcü*) incelenmiş ve 856 *Twitter* kaynaklı haber, araştırma kapsamına alınmıştır. Çalışmada, *Twitter*'ın yazılı basında gündem oluşturmadaki etkin bir rolü olduğu ortaya konulmaktadır. *Twitter*'ın gündem oluşturmada en çok magazin haberleri yönünde etkili olduğu belirtilmektedir.

Melek (2015) de çalışmasında *Twitter*'ın ana akım medyanın gündemini belirleme gücü olup olmadığını araştırmıştır. *Hürriyet* gazetesinin online haber sitesi (*hurriyet.com.tr*) ve *Twitter*'ın incelendiği çalışmada, öncelikle Pazardan Cumartesiye olmak üzere bir hafta boyunca sabah ve akşamları iki kez veriler toplanmıştır. Her iki medyada yapılan ön analiz doğrultusunda bir *codebook* oluşturulmuş ve bu *codebook* ile hem *Hürriyet*'e hem de *Twitter*'a ayrı ayrı içerik çözümlemesi yapılmıştır. Daha sonra medyalar arası gündem belirlemeyi test edebilmek için Rozelle-Campbell taban hizası ile çapraz zaman gecikmeli panel kullanılmıştır. *Hürriyet* ve *Twitter* arasında yedi günlük bir süreçte hem günler arasında hem de her günün özelinde karşılıklı bir medya arası gündem belirleme etkisi olduğunun varsayıldığı araştırma sonucunda, ana akım medyanın eski gündem belirleme gücüne sahip olmadığı ve *Twitter*'ın da Türkiye'deki popüler söylemde ifade edildiği gibi bir gündem belirleme gücü olmadığı ortaya konulmuştur. Çalışmada iki medya arasında bir etkileşimin olduğu belirtilirken, haber medyası ile sosyal medya arasındaki ilişki uluslararası bağlamda benzer görülmektedir.

Özsalih (2017) tarafından yapılan çalışmada ise daha önce geleneksel ve online medyalarda gerçekleşen medyalar arası gündem belirlemenin *Twitter*'da da gerçekleşip gerçekleşmeyeceği tespit edilmeye çalışılmıştır. ABD ve Türkiye'de üçer büyük gazetenin *Twitter* hesaplarının örnek alınarak yapıldığı çalışmada her iki ülkede de veriler içerik çözümlemesi ile toplanmış, haftalar itibarıyla Pearson korelasyon analizi ile gazetelerin *Twitter* gündemleri arasındaki anlık ve otokorelasyonlar, çapraz-yürütmeli korelasyon çözümlemesi ile de etkiler ve nedensel ilişkiler ortaya konulmuştur. Çalışmada, ABD ve Türkiye'de, büyük gazetelerin *Twitter* hesapları konu gündemleri arasında medyalar arası ilişki ve etkilerin olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca, çapraz korelasyonlardan yola çıkarak, ABD gazetelerinin *Twitter* gündemleri arasında karşılıklı; Türkiye gazetelerinin *Twitter* gündemleri arasında ise karşılıklı etkilere ek olarak tek yönlü medyalar arası gündem belirleme etkilerinin olduğu görülmüştür. Çalışma sonucunda ABD ve Türkiye'nin medyalar arası gündem belirleme bakımından birbirine kısmen benzediği ortaya konulmuştur.

Televizyon kanallarının *Twitter* kullanımını inceleyen Sayar (2016) televiz-



yon ve haber kanallarının sosyal medya ve tekelinde *Twitter*'ı kullanarak izleyiciye ne şekilde ulaştığını araştırmıştır. Çalışmada *TRT Haber*, *Habertürk* ve *Bi-anet* ile yapılan röportajlar ile kurum yöneticilerinin sosyal medya ve *Twitter*'a bakış açıları irdelenmiştir. Söylem çözümlemesi yapılan çalışma kapsamında yukarıdaki haber kanallarının *Twitter* kullanarak izleyiciye ulaşım ulaşımları istemedikleri ve *Twitter*'dan haber paylaşımı sırasında ne tür kıstaslara önem verdiklerini öğrenmek amaçlanmıştır. Elde edilen bulgular ışığında kanalların *Twitter*'a olan şüpheli yaklaşımının sürdüğü görülmüştür. Bu nedenle kullanıcı kalitesinin artması ve sahte hesapların engellenmesinin *Twitter*'a olan güveni artıracakları öngörülmektedir.

Spor gazetelerinin *Twitter* kullanımı üzerine çalışan Moreno Serrano (2017) gazeteler, dolayısıyla gazetecilerin bu mecraayı nasıl ve ne sıklıkta kullandıklarını irdelenmeye çalışılmıştır. Türkiye'den *Fanatik*, Ekvador'dan ise *El Comercio* spor gazetelerinin *Twitter* hesaplarının incelendiği araştırma, 2016 Rio Olimpiyat Oyunları döneminde yapılan paylaşımlarla sınırlı tutulmuştur. Sosyal medyanın, iletişim şekillerini değiştirmeye başladığının ifade edildiği çalışmada, bu değişimin gazetecilik özellikle de spor gazeteciliği alanında bir dönüşüme yol açtığı belirtilmektedir.

Siyasal iletişim bağlamında *Twitter* kullanımı ise Gölcük (2018) tarafından irdelenmiştir. Gölcük çalışmasında, *Twitter*'dan elde edilen özgün bir veri seti kullanılarak, kendi siyasi görüşüne yakın haberlere maruz kalma, siyasal kutuplaşma ve bu ikisi arasındaki istatistiksel ilişkiyi araştırmayı amaçlamıştır. Araştırmada *Twitter*'dan 2.790.339 kişilik bir örneklem ve bu kişiler arasındaki toplam 48.316.548 farklı siyasi haber ve milletvekili hesaplarını takip etme ilişkisi çözümleme konusu edilmiştir. Bu çözümleme sonucunda bir partiye yakınlık duyan Türk *Twitter* kullanıcılarının kendi siyasi görüşlerine yakın haber sitelerini yüksek derecede takip ettikleri, fakat kendi görüşlerine zıt fikirler içeren haber sitelerine ait hesapları çok az derecede takip ettikleri belirlenmiştir. Ayrıca bu kullanıcıların, orantısız bir şekilde kendi görüşlerini temsil eden milletvekillerini takip etme ve yine orantısız bir şekilde kendi görüşlerine yakın popüler hesapları *retweet* etme bağlamında kutuplaştıkları görülmüştür. Çalışma, yakınlık hissedilen parti hangisi olursa olsun, yakın olunan ya da benimsenen görüşü destekleyen haberlerin kutuplaşmayı tetiklediğini, zıt görüşlü haberlerin ise partililerin kutuplaşmış tutumlarının azalmasına etki ettiğini göstermiştir.

Toplumsal hareketler bağlamında *Twitter* kullanımını çalışan Keleş (2015) Anadolu Ajansı'nın, Mısır'da ordunun yönetime el koymasından sonraki iki haftalık süreçte gelişmeleri aktarırken, Türk dış politikasına hâkim olan söyleme paralel yayın yapıp yapmadığını *Twitter*'daki içerikleri üzerinden incelemiştir. Anadolu Ajansı'nın resmi *Twitter* hesabından (@anadolujansi) paylaşılan 507 *tweet* nicel ve nitel içerik çözümlemesiyle değerlendirilmiştir. Bu araştırmadan elde edilen bulgular, "AA'nın, söz konusu dönemde Türk dış politikasının öncelikli konusu haline gelen Mısır'ı önemli gündem maddelerinden biri olarak gördüğünü ve dış politikaya hâkim olan (darbe karşıtı ve Mursi yanlısı) söyleme

paralel yayın yaptığını” ortaya koymuştur. Anadolu Ajansı’nın, Mısır’daki olayın, demokrasi, insan hakları ve özgürlükler yönünden yarattığı sorunları gündeme taşıırken, AFP ve Reuters’e göre *Twitter*’ı daha etkin kullandığı görülmüştür. *Twitter* hesabını takip edenlerden söz konusu *tweet*’lerle etkileşim kuranların büyük çoğunluğunun, AA’nın bu yayın politikasına olumlu yaklaştığı tespit edilmiştir.

Tablo 5. Lisansüstü çalışmaların yönetime göre dağılımı

	Yüksek Lisans (n)	Doktora (n)	Yüzde (%)
Nitel	3	-	27,3
Nicel	4	2	54,6
Karma	2	-	18,1
<b>Toplam</b>	<b>9</b>	<b>2</b>	<b>100</b>

*Twitter* ve gazetecilik ile ilgili yapılan lisansüstü çalışmaların yüzde 54,6’sını nicel çalışmalar oluştururken, yüzde 27,3’ü nitel, ve yüzde 18,1’i ise karma yöntemlerle yapılmıştır. Yıldız (2016: 416) bu durumu nicel araştırma yapmanın nitel araştırmaya kıyasla daha çok çalışma grubuna ulaşabilmeyi ve ölçmeyi kolaylaştırması ile açıklarken, Gaffney ve Puschmann (2016: 122) ise anket ve konvansiyonel içerik analizi gibi geleneksel araçların aksine, sosyal medya incelenirken, araştırmanın keşif evresinin bile belirgin bir şekilde nicel olduğunun altını çizmektedirler (Tablo 5).

Tablo 6. Lisansüstü çalışmaların veri toplama ve analiz tekniklerine göre dağılımı

Veri Toplama ve Analiz Teknikleri	Yüksek Lisans (n)	Doktora (n)	Yüzde (%)
İçerik çözümlemesi	6	2	50
Literatür tarama	2	-	13
Mülakat	3	-	19
Gözlem	1	-	6
Söylem analizi	1	-	6
Anket	1	-	6

İncelenen lisansüstü tezlerinin yüzde 50’sinde içerik çözümlemesi kullanılırken, yüzde 19’u mülakat, yüzde 13’ü literatür tarama, yani betimsel, yüzde 6’sı gözlem, yüzde 6’sı söylem çözümlemesi ve yüzde 6’sı anket uygulaması ile gerçekleştirilmiştir (Tablo 6). Ayrıca doktora tezlerinde içerik çözümlemesinin yanı sıra korelasyon çözümlemesi ve *Rozella Campbell* taban hizası/çapraz gecikmeli panel tasarımından da yararlanılmıştır. Tezlerin bir kısmında birden fazla teknik/yöntemin bir arada kullanıldığı görülmektedir. Diğer yandan çalışma kapsamında incelenen tezlerde örneklem/çalışma grubu genel olarak gazeteciler, gazeteler, gazete haber siteleri ve *Twitter* hesaplarından oluşmaktadır.

Tablo 7. Lisansüstü çalışmaların üniversite ve anabilim dallarına göre dağılımı

Üniversiteler	Enstitü	Anabilim Dalı	Sayı (n)	Yüzde (%)
Galatasaray Üniversitesi	SBE	Radyo Televizyon ve Sinema	1	9,1
Ankara Üniversitesi	SBE	Gazetecilik	2	18,1
İstanbul Aydın Üniversitesi	SBE	Halkla İlişkiler ve Tanıtım	1	9,1
Gazi Üniversitesi <sup>1</sup>	SBE	Gazetecilik	3	27,3
Marmara Üniversitesi	SBE	Radyo Televizyon ve Sinema	1	9,1
ODTÜ	SBE	Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi	1	9,1
Ege Üniversitesi	SBE	Gazetecilik	1	9,1
İstanbul Üniversitesi	SBE	Halkla İlişkiler ve Tanıtım	1	9,1
<b>Toplam</b>			<b>11</b>	<b>100</b>

*Twitter* ve gazetecilik bağlantılı tezlerin üniversitelere ve anabilim dallarına göre dağılımına bakıldığında en fazla sayıda tezin Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Anabilim Dalında (%27,3) yapıldığı görülmektedir. Bunu Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Anabilim Dalı (%18,1) takip etmektedir. Bu alanda lisansüstü tezlerin yapıldığı diğer üniversiteler ise Galatasaray, İstanbul Aydın, Marmara, İstanbul ve Orta Doğu Teknik üniversiteleridir. Bu konuyla ilgili Gazetecilik (6), Halkla İlişkiler ve Tanıtım (2), Radyo Televizyon ve Sinema Anabilim dallarının (2) yanı sıra Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Anabilim Dalında da (1) tez çalışması yapıldığı dikkati çekmektedir. Özellikle iletişimle ilgili alanlardaki yüksek lisans ve doktora programlarının sayısı düşünüldüğünde yapılan tez çalışmalarının sayıca yeterli olmadığı söylenebilir. Tezlerin sadece sekiz üniversite ile sınırlı kalması da düşündürücüdür. Yapılan çalışmaları devlet ve vakıf üniversitesi olarak değerlendirdiğimizde ise tezlerin biri hariç (İstanbul Aydın Üniversitesi) devlet üniversitelerinde yapıldığı görülmektedir (Tablo 7).

## Sonuç

*Twitter* günümüzde gazetecilerin ve medya kuruluşlarının günlük mesleki rutinlerine dâhil ettikleri etkili bir araç haline gelmiştir. *Twitter*, özellikle gaxe-

<sup>1</sup> 18 Mayıs 2018 tarihli ve 7141 sayılı Yükseköğretim Kanunu ile Bazı Kanun ve Kanun Hükmünde Kararnamelerde Değişiklik Yapılmasına Dair Kanunun 8. maddesi gereğince, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü kapatılmıştır ve ilgili anabilim dallarında kayıtlı olan lisansüstü öğrenciler, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsüne aktarılmıştır.

tecinin haber kaynağını çeşitlendirmesi, haber kaynağına hızlıca ulaşabilmesi, haberin üretim ve yayılımının yanı sıra habere yönelik *feed-back*'leri izlemesi bakımından önemli yenilikler getirmiştir. Gazetecilerin *Twitter* kullanımının gazetecilik mesleğinin pratikleri üzerinde yol açtığı değişimleri görebilmek ve gazeteciliğin hızla değişen bir dünyada gelişen rolünü daha iyi anlayabilmek için *Twitter* eksenli yapılacak olan çalışmalar önem taşımaktadır.

Bu çalışmada YÖK Tez Merkezi'nde yer alan *Twitter* ve gazetecilik bağlantılı dokuz yüksek lisans, iki doktora tezi içerik çözümlemesi tekniği ile incelenmiştir. Ülkemizde *Twitter* gazeteciliği ile ilgili lisansüstü çalışmaların 2013 yılından itibaren başladığı görülmektedir. Türkiye'de *Twitter* gazeteciliği ile ilgili en fazla lisansüstü tez çalışması, bu alanda ilk çalışmaların yapıldığı 2013 yılına aittir. Türkiye'de ve dünyada *Twitter*'a olan ilginin ve kullanımın her geçen gün artmasına rağmen bu alanda yapılan çalışmalarda bir artış yaşanmamıştır. *Twitter* ve gazetecilik bağlantılı lisansüstü tezler incelendiğinde çok az sayıda çalışmanın doktora düzeyinde olduğu tespit edilmiştir. Bu durum henüz bu konuya yeterince önem verilmediğini göstermektedir. Lisansüstü tezlerde *Twitter* gazeteciliği ile ilgili çalışmalara ağırlık verilmesi ve öğrencilerin bu alanlarda farklı çalışmalar yapması teşvik edilmelidir.

Yapılan araştırmada incelenen lisansüstü tezlerin üniversitelere göre dağılımına bakıldığında; en fazla Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Anabilim Dalı ve Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Anabilim dalları bünyesinde gerçekleştirildiği belirlenmiştir. Bunun nedeni söz konusu üniversitelerin lisansüstü eğitimde belli bir geçmişe ve deneyime sahip olmaları ile açıklanabilir. Ancak Türkiye'de özellikle iletişim alanındaki lisansüstü programlarının sayısı dikkate alındığında bu konu ile ilgili yapılan tezlerin sayısının yeterli olmadığı söylenebilir. Ayrıca yapılan tezlerin belli üniversitelerle sınırlı kalması da ayrıca değerlendirilebilir. Yapılan çalışmaları devlet ve vakıf üniversitesi olarak değerlendirdiğimizde ise tezlerin biri hariç (İstanbul Aydın Üniversitesi) tamamının devlet üniversitelerinde yapıldığı görülmektedir.

Konuları kapsamında değerlendirildiğinde ise yapılan tezlerin genellikle *Twitter* kullanımına yönelik yapıldığı ifade edilebilir. Bu çalışmalar; gazetecilerin *Twitter* kullanımı, haber kaynağı olarak *Twitter* kullanımı, medya/medyalar arası gündem belirleme ilişkisi/etkisi bağlamında *Twitter* kullanımı, TV kanallarının *Twitter* kullanımı, spor gazetelerinin *Twitter* kullanımı, siyasal iletişim bağlamında *Twitter* kullanımı ve toplumsal hareketler bağlamında *Twitter* kullanımı üzerine gerçekleştirilmiştir.

*Twitter* ve gazetecilik ile ilgili yapılan lisansüstü tezlerin büyük çoğunluğunda nicel yöntemler kullanılmıştır. İncelenen tezlerde en yaygın kullanılan araştırma ve analiz tekniği ise içerik analizidir. Bunun dışında yapılan tezlerde mülakat, literatür tarama, gözlem, anket tekniklerinin yanı sıra söylem çözümlemesi, koreleasyon çözümlemesi ve *Rozella Campbell* taban hizası/çapraz

gecikmeli panel tasarımından da yararlanıldığı belirlenmiştir. Ayrıca çalışma kapsamında incelenen tezlerde çalışma grubu olarak gazeteciler, gazeteler, gazete haber siteleri ve *Twitter* hesapları ele alınmıştır.

Sonuç olarak, *Twitter* kullanıcı sayısı her geçen gün artmasına ve gazeteciler için yeni bir kapı aralmasına rağmen ülkemizde bu alanda yapılan lisansüstü tezlerin sayıca yeterli olmadığı görülmüştür. *Twitter* gibi etkin sosyal medya mecralarında yapılan araştırmalar, geleneksel medya üzerinden yapılan araştırmalara göre daha karmaşık bulunmaktadır. Bu nedenle araştırmacılar tarafından çok fazla tercih edilmediği söylenebilir. Ancak bu alanda dünyadaki gelişmeleri de takip ederek yeni yöntem ya da veri toplama teknikleri konusunda yeni yönelimlere ihtiyaç bulunmaktadır. *Twitter* haberciliği üzerinden yapılacak çözümlene ve incelemelerin artması araştırmacıların da bu alana yönelmesine neden olacaktır.

### Kaynakça

- Aktan, O. (2014). Stratejik planlama alanında yapılan lisansüstü tezlerin incelenmesi. *Anadolu Eğitim Liderliği ve Öğretim Dergisi*, 2(1), 12-31.
- Alkan, G. (2014). Türkiye’de muhasebe alanında yapılan lisansüstü tez çalışmaları üzerine bir araştırma (1984-2012). *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, 61, 41-52.
- Alpaydın, Y. ve Erol, İ. (2017). Türkiye’de eğitim ekonomisi alanında yapılan lisansüstü tezlerin incelenmesi. *Marmara Üniversitesi Atatürk Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Dergisi*, 45(45). 23-41.
- Aral, E. (2019). Yeni bir haber mecrası olarak internet gazeteciliği: Facebook ve *Twitter* kullanımları üzerine bir araştırma. *Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 5(2),153-175.
- Arık, E. (2013). Yurttaş gazeteciliğinin günümüzdeki görünümü: *Twitter* gazeteciliği örneği. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 36, 273-287.
- Avadar, L. (2013). *Gazetecilerin Twitter kullanım pratikleri ve Twitter kullanım pratiklerinin gazetecilikte neden olabileceği değişimler: Siber antropoloji yaklaşımıyla* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). İstanbul: Galatasaray Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Bakan, U. (2017). Gazetecilerin alternatif bir medya olarak *Twitter*’ı kullanım düzeyi: Washington Post Örneği. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 45, 263-287.
- Balcı, A. (2007). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntem, teknik ve ilkeler*. Ankara: Pegem A Yayıncılık.
- Barnard, S. R. (2016), Tweet or be sacked: *Twitter* and the new elements of journalistic practice. *Journalism*, 17(2), 190-207.
- Bayın, G. (2015). Türkiye’de sağlık turizmi alanında yapılan lisansüstü tezlerin içerik değerlendirmesi. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 17(28), 49-55.

- Bayraktutan, G. (2015). İletişim araştırmalarında internet çalışmaları. B. Yıldırım (ed.), *İletişim araştırmalarında yöntemler uygulama ve örneklerle*. Konya: Literatürk Academia Yayınları.
- Bentivegna, S. ve Marchetti, R. (2018). Journalists at a crossroads: Are traditional norms and practices challenged by Twitter?. *Journalism*, 19(2), 270-290.
- Berelson, B. (1952). *Content analysis in communication research*. New York: Free Press.
- Beşel, F. (2017). Türkiye’de maliye alanında yapılmış lisansüstü tezlerin bibliyometrik analizi (2003-2017). *International Journal of Public Finance*, 2(1), 27-62.
- Büyükkiz, K. K. (2014), Yabancılara Türkçe öğretimi alanında hazırlanan lisansüstü tezler üzerine bir inceleme. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11(25), 203-213.
- Canter, L. (2015). Personalised tweeting: The emerging practices of journalists on Twitter. *Digital Journalism*, 3(6), 888-907.
- Çaba, D. (2019), Sosyal medya çağında gazetecilik ve inovasyon: Twitter’da gazetecilik pratikleri üzerine bir analiz. *Ankara Üniversitesi İLEF Dergisi*, 6(1), 95-120.
- Çaba, D. ve Alemdar M. Y. (2018). Kişisel markalama bağlamında gazetecilerin Twitter kullanımı. *16th International Symposium Communication in the Millennium CIM 2018/April 25-28*, (660-679).
- Çakır Sümer, G. (2009). Türkiye’de yerel yönetimler yazınında çevre: Lisansüstü tezler üzerinden bibliyografik bir inceleme. *C.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 10(2), 57-72.
- Elosia Serrano, V. E. (2017). *Spor gazetelerinin Twitter kullanımları üzerine bir çalışma: Türkiye- Ekvador karşılaştırması* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Ankara: Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Engesser, S. ve Humprecht, E. (2015). Frequency or skillfulness: How professional news media use Twitter in five western countries. *Journalism Studies*, 16(4), 513-529.
- English, P. (2016). Twitter’s diffusion in sports journalism: Role models, laggards and followers of the social media innovation. *New Media & Society*, 18(3), 484-501.
- Gaffney, D. ve Puschmann, C. (2016). Twitter’da veri koleksiyonları. K. Weller, A. Bruns, J. Burgess, M. Mahrt ve C. Puschmann (der.), *Twitter ve toplum* (E. Erbatur, çev.) (111-215). İstanbul: Kafka Epsilon Yayınları.
- Gençel Ataman, Ö. (2009). Ülkemizde flüt ve flüt eğitimi alanlarında yapılan lisansüstü tezler. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 17(1), 341-352.
- Gölcük, S. (2018). *Türkiye’de Twitter bağlamında kendi siyasi görüşüne yakın haberleri takip etme ve siyasal kutuplaşma ilişkisi* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Ankara: Orta Doğu Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

- Groshek, J. ve Tandoc, E. (2017). The affordance effect: Gatekeeping and (Non) reciprocal journalism on Twitter. *Computers in Human Behavior*, 66, 201-210.
- Halavais, A. (2016). Twitter'in yapısı: Toplumsal ve teknik. K. Weller, A. Bruns, J. Burgess, M. Mahrt ve C. Puschmann (der.), *Twitter ve Toplum* (E. Erbatır, çev.) (79-95). İstanbul: Kafka Epsilon Yayınları.
- Hanusch, F. ve Nölleke, D. (2019). Journalistic homophily on social media: Exploring journalists' interactions with each other on Twitter. *Digital Journalism*, 7(1), 22-44.
- Hedman, U. (2015). J-tweeters pointing towards a new set of professional practices and norms in journalism. *Digital Journalism*, 3(2), 279-297.
- Heravi, B. R. ve Harrower, N. (2016). Twitter journalism in Ireland: Sourcing and trust in the age of social media. *Information, Communication & Society*, 19(9), 1194-1213.
- Hülür, H. ve Yaşın, C. (2019). *Bilgi, doğruluk ve Twitter*. Ankara: Ütopya Yayınları.
- Jukes, S. (2019). Crossing the line between news and the business of news: Exploring journalists' use of Twitter. *Media and Communication*, 7(1), 248-258.
- Keane, M. T. ve Rodriguez, C. O. (2018). Attention to news and its dissemination on Twitter: A survey. *Computer Science Review*, 29, 74-94.
- Keleş, N. (2015). *Mısır'daki toplumsal hareketler ve Anadolu Ajansı: Örnek olay olarak Anadolu Ajansı'nın Twitter iletilerinin analizi* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Ankara: Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Kocaoğlu, H. K. (2015). *Alternatif haber kaynağı olarak Twitter ve gazeteciliğe etkileri* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Ankara: Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Koç, E. S. (2016). Türkiye'de ilköğretim programlarının değerlendirilmesine yönelik yapılan lisansüstü tezlerin incelenmesi. *Abant İzzet Baysal Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 16(1), 198-216.
- Krippendorff, K. (2004). *Content analysis: An introduction to its methodology*. Sage Publications.
- Kuyucu, M. (2014). Çevresel haber ortamı olarak Twitter ve Twitter gazeteciliği. *Uluslararası Hakemli İletişim ve Edebiyat Araştırmaları Dergisi*, 2(3), 159-188.
- Küçük Doğaroğlu, T. (2013). Türkiye'de dikkat eksikliği ve hiperaktivite bozukluğu ile ilgili çalışmaların yürütüldüğü lisansüstü tezlerin incelenmesi. *Bilgisayar ve Eğitim Araştırmaları Dergisi*, 1(2), 90-112.
- Larsson, A. O. ve Moe, H. (2015). Bots or journalists? News sharing on Twitter. *Communications: The European Journal of Communication Research*, 40(3), 361-370.
- Lasorsa, D. L., Lewis, S. C. ve Holton, A. E. (2012). Normalizing Twitter: Journalism practice in an emerging communication space. *Journalism Studies*, 13(1), 19-36.

- Leea N. Y., Kimb Y. ve Sangc Y. (2017), How do journalists leverage Twitter? Expressive and consumptive use of Twitter. *The Social Science Journal*, 54(2), 13-147.
- Leuven, S. V. ve Deprez, A. (2017). To follow or not to follow? How Belgian health journalists use Twitter to monitor potential sources. *Journal of Applied Journalism & Media Studies*, 6(3), 545-566.
- Liu, X., Li, Q., Nourbakhsh, A., Fang, R., Thomas, M., Anderson K., Kociuba R., Vedder, M., Pomerville, S., Wudali, R., Martin, R., Duprey, J., Vachher, A., Keenan, W. ve Shah, S. (2016). Reuters tracer: A large scale system of detecting & verifying real-time news events from Twitter. *25th ACM International Conference on Information and Knowledge Management (CIKM)*, (207-216).
- Melek, G. (2015). *Medya arası gündem belirleme kuramı çerçevesinde Hürriyet ve Twitter üzerine bir çalışma* (Yayımlanmamış doktora tezi). İzmir: Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Narin, B. (2013). Medya ve gazetecilik etiği: Yemeğimi yedim, konsere gidiyorum. C. Bilgili ve G. Şener (ed.), *Sosyal medya ve ağ toplumu-1: Kitle iletişiminde yaşanan değişimler* (85-105). İstanbul: Reklam Yaratıcıları Derneği.
- Nordheim, V. G., Boczek, K. ve Koppers L. (2018). Sourcing the sources: An analysis of the use of Twitter and Facebook as a journalistic source over 10 years in The New York Times, The Guardian, and Suddeutsche Zeitung. *Digital Journalism*, 6(7), 807-828.
- Özbey, Ö. F. ve Şama, E. (2017). 2012-2016 arasındaki yıllarda çevre eğitimi kapsamında yayımlanan lisansüstü tezlerin incelenmesi. *Bartın Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 6(1), 212-226.
- Özsali, A. (2017). *Sosyal medyada medyalar arası gündem belirleme: ABD ve Türkiye’de Twitter örneği* (Yayımlanmamış doktora tezi). İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Parlak, M. O. (2019). *Yeni medya ve haberciliğin dönüşümü: Gazetecilik mecrası olarak Twitter* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Ankara: Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Powers, M. ve Vera-Zambrano, S. (2018). How journalists use social media in France and the United States: Analyzing technology use across journalistic fields. *New Media & Society*, 20(8), 2728-2744.
- Revers, M. (2014). The twitterization of news making: Transparency and journalistic professionalism. *Journal of Communication*, 64(5), 806-826.
- Rogers, R. (2016). Twitter’ı sıradanlıktan kurtarmak. K. Weller, A. Bruns, J. Burgess, M. Mahrt ve C. Puschnann (der.), *Twitter ve toplum*. (E. Erbatır, çev.) (9-31). İstanbul: Kafka Epsilon Yayınları.
- Santaş, F. (2017). Sağlık ekonomisi alanında yapılan lisansüstü tezlerin incelenmesi. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9(19), 85-93.



- Sayar, T. E. (2016). *Türkiye'deki tv haber kanallarının yeni mecra olarak Twitter'ı kullanımını* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Saymer, İ. ve Çetinkaya, A. (2015). Alternatif medyanın Twitter'da gündem oluşturma süreci: Berkin Elvan olayı üzerine bir inceleme. S. Ersöz Karakulakoğlu ve Ö. Uğurlu (ed.), *İletişim çalışmalarında dijital yaklaşımlar Twitter* (225-256). Ankara: Heretik Yayınları.
- Schmidt, J. H. (2016). Twitter ve kişisel kamuların doğuşu. K. Weller, A. Bruns, J. Burgess, M. Mahrt ve C. Puschmann (der.), *Twitter ve toplum* (E. Erbatur, çev.) (47-61). İstanbul: Kafka Epsilon Yayınları.
- Sine, R. ve Sarı, G. (2018). Profesyonel gazetecilerin gözünden sosyal medya ve habercilik ilişkisi. *Akdeniz İletişim Dergisi*, 30, 364-384.
- Sütçü, C. S. ve Bayrakçı, S. (2014). Sosyal medya gazeteleri nasıl etkiliyor? Haberlerin Twitter'da yayılması üzerine bir araştırma. *The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication-TOJDAC*, 4(2), 40-53.
- Şahin, M. ve Görgülü Aydoğdu, A. (2019). Twitter gazeteciliği çalışmaları. H. Hülür ve C. Yaşın (ed.), *Bilgi, doğruluk ve Twitter* (184-216). Ankara: Ütopya Yayınevi.
- Tenenboim, O. (2017). Reporting war in 140 characters: How journalists used Twitter during the 2014 Gaza-Israel conflict. *International Journal of Communication*, 11, 3497-3518.
- Thurman, N. (2018). Social media, surveillance and news work: On the apps promising journalists a 'crystal ball'. *Digital Journalism*, 6(1), 76-97.
- Tosun, G. (2013). *Sosyal medyanın yazılı basında gündem oluşturmadaki rolü (Örnek çalışma Twitter)* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). İstanbul: İstanbul Aydın Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Uçar, A. K. (2017) Bir yurttaş gazeteciliği mecrası olarak yeni medya: Twitter örneği. *Social Sciences Studies Journal*, 3(8), 668-679.
- Uygun, S. (2012). Eğitim tarihi alanında yapılmış lisansüstü tezlerin analizi. *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1(33), 263-282.
- Uzunyol, Z. İ. (2013). *Sosyal medya ve değişen gazetecilik: Haber kaynağı ve haber mecrası olarak Twitter* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Ankara: Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Weller K., Bruns A., Burgess J., Mahrt M. ve Puschmann C. (2016). Twitter ve toplum: Giriş. K. Weller, A. Bruns, J. Burgess, M. Mahrt ve C. Puschmann (der.), *Twitter ve toplum* (E. Erbatur, çev.) (33-44). İstanbul: Kafka Epsilon Yayınları.
- Wihbey J., Joseph, K. ve Lazer, D. (2019). The social silos of journalism? Twitter, news media and partisan segregation. *New Media & Society*, 21(4), 815-835.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2008). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayınları.

Yıldız, D. (2016). Uluslararası dil dergilerinde yayımlanan makalelerin amaç/konu ve yöntem açısından incelenmesi. *Gazi Üniversitesi Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi (GEFAD)*, 36(2), 399-425.

Yükseköğretim Kurulu. (2020). YÖK erişimi artırdı, ulusal tez merkezine ilgi arttı. <https://acikerisim.yok.gov.tr/Sayfalar/Haberler/yok-ulusal-tez-merkezi-istatistikleri.aspx>. 20 Mart 2020.

Yükseköğretim Kurulu Başkanlığı Tez Merkezi. (2020). İstatistiki bilgiler. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/IstatistikiBilgiler?islem=4>. 17 Mart 2020.

**Çıkar çatışması** : Çıkar çatışması bulunmamaktadır.

**Finansal destek** : Finansal destek bulunmamaktadır.

**Conflict of interest** : There are no conflicts of interest to declare.

**Financial support** : No funding was received for this study.