

YouTUBE'daki bağımsız haber ve yorum kanallarında konuk profilleri

Dr. Sarphan Uzunoğlu & Verda Uyar

Özet	2
Executive Summary	4
Guest profiles on Turkey's independent news and commentary channels on YouTube	4
Rapor hakkında	6
Akademik araştırmalarda konuk seçimi	8
Araştırmanın yöntemi ve örnekleme	9
Haber odaklı YouTube programlarında konuklu formatlar	11
Kanallar özelinde konuk profilleri ve temsilleri	15
Bizim TV	15
yeniden tv	15
Medyascope	16
Daktilo1984	17
Dokuz8HABER	17
Artı TV	18
Sözcü TV	19
Bidebunuizle	20
Cüneyt Özdemir	20
Nevşin Mengü	21
Sonuç	23
Referanslar	25

Bu rapor The Guardian Foundation ve İsveç Uluslararası Kalkınma Ajansı (SIDA) tarafından desteklenen bir eğitim ve araştırma projesinin parçası olarak yayınlanmıştır. Bu raporun içeriğinin sorumluluğu tamamen Dijital Medya Araştırmaları Derneği'ne aittir ve hiçbir koşulda The Guardian Foundation ve SIDA'nın duruşunu yansıtmamaktadır.

Özet

Türkiye’de son yıllarda üstüne en çok konuştuğumuz konuların başında bağımsız medya kuruluşları geliyor. Her ne kadar bu kuruluşların büyük çoğunluğu geniş dağıtım ağlarıyla taşraya ulaşmasalar, karasal yayında yer bulamamaları, hatta birkaç istisna haricinde sıradan eğlence videolarının ve spekülasyon ana akım medya haberleriyle kıyaslanamayacak kadar az bir nüfusa erişiyor olsalar da medya alanımızdaki bağımsız öznelerin yaptıkları hem ana akım siyaset alanını hem de medya konularında çalışanları fazlasıyla meşgul ediyor.

Bağımsız yayın kuruluşlarının gelir modelleriyle, siyasal yönelimleriyle hatta legal meşruluklarıyla bile ilgili farklı komplo teorilerinin dolaşımında olduğunu görmek mümkün. Oysa bize göre bağımsız medyayı medyadaki yaygın pratiklerden ayıracak şeylerin başında temsil kabiliyeti ve kapsayıcılığı, farklılıklara açıklığı geliyor. Bu nedenle de araştırmamızı bu kuruluşların yapılarıyla değil içeriklerinin temsil kabiliyeti ve görünürlük sağladıkları fikir ve grupların nitelikleri üzerine kurguladık.

Bu çalışmanın amacı, Türkiye’de YouTube üzerinden yayın yapan ve bağımsız yayıncılık yapma iddiasında olan 8 haber kuruluşu ve 2 bireysel gazeteci kanalının 5 Temmuz 2021 tarihinden önce yayınlanan son 30 konuklu programını bu programların formatları, katılımcı profilleri, moderatörlerin programdaki rolleri, konular, katılımcıların uzmanlıkları ve varsa siyasi parti temsil etme durumları üzerinden incelemektir. Bu kapsamda kurumlar olarak Medyascope, Sözcü TV, Dokuz8HABER, Artı TV, Yeniden TV, Bidebunuizle, Bizim TV ve Daktilo1984’ün, konuklu programlar oluşturan ve yayıncının kendi adı üzerine kurulu bireysel girişimler olarak da Nevşin Mengü ve Cüneyt Özdemir’in YouTube kanallarının konuk aldıkları programlar incelenmiştir.

Araştırmamızın sonuçlarını aşağıdaki gibi özetleyebiliriz:

- Araştırma kapsamında incelenen konuklu program içeriklerini konu bakımından kategorize ettiğimizde en çok işlenen konunun siyaset olduğu, bunu toplumsal cinsiyet, kültür-sanat ve sağlık konularının takip ettiği görülmüştür.
- Söz konusu konuklu yayınların izlenme ortalamaları olduğunda bireysel platformlar olan Cüneyt Özdemir’in ve Nevşin Mengü’nün YouTube kanalları kurumsal aktörlere göre gözle görülür derecede daha yüksek performans arz etmektedir.
- İncelediğimiz 300 konuklu formattaki içerikteki 403 konunun 313’ü erkek, buna karşın yalnızca 90’ı kadındır. Bağımsız medyada da uzman ve konuk seçimlerinde erkek konuklar baskın olarak daha fazla tercih edilmektedir.

- Kadın konuklara en fazla yer veren Medyascope olurken, bu mecraayı Artı TV, Dokuz8HABER ve Daktilo1984 izlemiştir. Kadın konuklara en az yer veren mecralar da Bizim TV, Bidebunuizle, Cüneyt Özdemir ve Nevşin Mengü olmuştur.
- Program moderatörlerinin ya da kanal sahibinin kadın olduğu programlarda kadın konuk seçiminin daha fazla olması gibi bir olgu gözlenmemiştir.
- Siyasi partilerle temsil ve yöneticilik düzeyinde bağlantısı olan 58 konuk arasında yalnızca bir kişi iktidardaki Adalet ve Kalkınma Partisi ile bağlantılıdır. Diğer 57 konuk Cumhur İttifakı dışındaki siyasi partilerle bağlantılıdır. En çok temsil edilen partiler Cumhuriyet Halk Partisi, Halkların Demokratik Partisi ve İYİ Parti olarak sıralanabilir. Bu partilerin dışında Liberal Demokrat Parti, Gelecek Partisi, Deva Partisi, Türkiye Komünist Partisi ve Doğru Parti temsilcileri konuk olarak yayınlara katılmıştır.
- Yaptığımız içerik taramasında 28 ayrı meslek grubundan konuklar tespit edilmiştir. Konuk olarak en çok tercih edilen meslek grubu olarak akademisyenler öne çıkarken, onları gazeteciler, siyasetçiler, sivil toplum temsilcileri, sanatçılar gibi gruplar takip etmektedir.

Executive Summary

Guest profiles on Turkey's independent news and commentary channels on YouTube

Independent media outlets have been one of the most contested topics in Turkey in recent years. Although they still can't be compared to their mainstream counterparts in terms of the numbers of reach and the scope of news coverage due to their access to limited revenue sources and the political and economic constraints they are constantly facing, they constitute a significant place in the current journalistic production in Turkey. The used income models, political orientations and the legitimacy of the independent broadcasters have been questioned as a part of the government's consolidated control over the news media for some time now. Most recently, independent media organizations have been subject to heavy criticism and lynching campaigns regarding their methods of financing, even fostering political controversy as authorities signalled that new regulation should be on the way.

Since we aim to contribute to the field of media studies and the development of independent media in Turkey, we wanted to see this study as an effort to bring about a meaningful contribution to the discussions regarding these platforms. We believe that all these criticisms aside, what distinguishes these independent media organizations from the common practices of media lies in their ability to be more inclusive and also open towards differences. For this reason, we wanted to build our research not on their organizational structures but rather on their strive towards a more representative, pluralistic and democratic media.

In this regard we chose 8 Turkish news organizations and 2 Turkish journalists that claim to be independent YouTube broadcasters, and examined their last 30 news programs where at least one guest speaker was present, in terms of the program format, moderators, profile of the guests, their professions and the political parties represented. Here are our main findings:

- In terms of the subjects being discussed with guest speakers, politics is leading followed by gender, culture/art and health.
- Among the platforms examined, the YouTube channels of Cüneyt Özdemir and Nevşin Mengü, two individual broadcasters showed a noticeably higher performance than corporate actors when it comes to average viewership.
- Of the 403 guest speakers seen in 300 videos, 313 were men whereas only 90 were women. In the independent media, male guests are predominantly preferred.

- Among the selected outlets, Medyascope TV was the one with the highest female guest speaker percentage , followed by Artı TV, Dokuz8HABER and Daktilo1984. BizimTV, Bidebunuizle and Cüneyt Özdemir scored the least. However, no correlation can be found at this point between a higher choice of female guests and the gender of the program moderator or the channel owner.
- Among the 58 politicians that were invited as guests to the total of 300 programs, only one politician was affiliated with the ruling Justice and Development Party. The remaining 57 guests are from the opposition parties. The Republican People’s Party (CHP) and People’s Democratic Party (HDP) were the most represented.
- In our analysis we identified guests from 28 different professions. While academics stand out as the most preferred professional group, journalists, politicians, civil society representatives and artists also had a considerable place among all the guest speakers.

Rapor hakkında

Bu rapor üzerinde çalışmaya başladığımız dönem Türkiye'deki bağımsız medya kuruluşları için pek de iyi bir dönem değildi. Aralarında incelediğimiz aktörlerden bazılarının da olduğu medya kuruluşlarına ve medya profesyonellerine yönelik ağır bir eleştiri dalgası ve yer yer de linç kampanyası sürüyordu. Bizim amacımız, Türkiye'deki medya araştırmaları alanına da bağımsız medyanın gelişimine de katkı sağlamak olduğundan yaptığımız bu çalışmayı bir dikkat çekme çabası olarak görüyoruz.

Misyonumuz, gazetecilik faaliyetinin esası olan içerik, bilgilendirme niteliği ve temsil konularına dikkat çekerek gazeteciliğin niteliği konusunda kimi ölçütler oluşturmaya çalışmak, gazetecilik tartışmasının banal ve çoğunlukla siyah beyaz üzerine kurulu sert tarafları olan bir politik tartışmadan çok daha farklı bir eksenle yapılabileceğine dikkat çekmek. Bunun için de veriye dayalı meta olarak tanımlanabilecek araştırmalar yürüterek bilgi üretmeyi öncelik olarak görüyoruz. Dolayısıyla bu araştırmayı da bağımsız yayınların politikalarını anlamak, nelerin benzeştiğini, nelerin ayrıştığını ve nelerin değişebileceğini görmeye çalışmak için tasarladık.

Peki neden konuk seçimi konusuna eğilmeye karar verdik? Türkiye'de 2000'li yılların ortasından bu yana en popüler format moderasyon temelli tartışma programları. Öyle ki, haber platformu olarak ortaya çıkan çok sayıda program, daha ziyade yorum kategorisi altında değerlendirilebilecek formatlara yoğunlaşıyor. Pandemi sonrası dönemde Zoom'la iyice aşına hâle geldiğimiz üç ya da dört parçaya bölünmüş ekranlar yayıncılık kültürümüzün de önemli bir parçası olmuş durumda. 2000'li yılların ortalarından itibaren 24 TV gibi kanallarda sık sık örneklerini görmeye başladığımız bu format çoğunlukla bir moderatörün tartışmayı parçası olarak ya da olmadan yürüttüğü bir yapıya dayanıyordu. Bugün bu format neredeyse sektörel bir standart hâline geldi. Öyle ki hem konvansiyonel televizyon kanallarında hem YouTube gibi platformlar üzerinden yayın yapan dijital yayıncılar arasında bu format fazlasıyla popüler. Peki bu format üzerine kurulu programların editoryal tercihleri ne durumda? "Kareler içerisinden" konuşan o konuklar kimler? Daha da önemlisi ana akım medyadan ziyade bağımsız ve çoğunluğu kendilerini farklılıkların temsili, kapsayıcılık gibi değerler üzerinden tanımlayan medya kuruluşları ya da aktörleri gerçekten kapsayıcı konuk seçimi politikalarına başvuruyorlar mı?

Bu sorunun iddialı bir soru olduğunun farkındayız. Hatta böyle bir soru çok daha geniş zamana yayılan bir araştırma da gerektirebilir. Yine de mesleklerin, uzmanlıkların, cinsiyetin ve benzeri kimi faktörlerin bir programın başarısında rolü olup olmadığı yahut tıpkı geleneksel televizyon gibi bağımsız olarak

adlandırılan yayınların da bir tür “konuk havuzu” oluşup oluşmadığını incelemek zorunda olduğumuzu düşünüyoruz.

Peki bağımsız yayınlar derken neden bahsediyoruz? Örneğin alternatif medya kavramı buradaki tanım ihtiyacımıza yanıt verebiliyor mu diye sorarak başlayalım. Alternatif medya teorisinde farklı yaklaşımlardan bahsetmek mümkün. Bazı akademisyenler alternatif medyayı daha ziyade topluluk medyası olarak görüyor. Bu medyaların belirli toplulukların kendi gündemleri için içerik ürettiği medya tipleri olduklarını belirtiyorlar. Bir başka grup akademisyen de alternatif medya tanımlarını ana akım medya üzerinden kurarak bu medya tiplerini büyük ölçekli, ticari medya tiplerinden ayırır. Örneğin bu grubun baş temsilcilerinden sayabileceğimiz John H. Downing’e (2000) göre alternatif medya genellikle küçük ölçekli ve hegemonik politikalar, öncelikler ve perspektiflere karşı alternatif bir vizyon sunan medya tipi olarak tanımlanabilir. Downing’in alternatif medya tanımı amaç odaklı, belirli bir motivasyona sahip bir medyaya daha yakındır. Üçüncü grup ise alternatif medyayı sivil toplumun bir parçası olan ve devlet medyası ile ticari medyanın olduğu ortamda üçüncü bir ses oluşturan karşı hegemonik medya şeklinde tanımlar. Ve son olarak, farklı protesto gruplarını birbirine bağladıkları için ilişkişel olan rizomatik medyadan bahseden yaklaşımlardan da söz edilebilir. (Fuchs, 2010: 176-177) Gerçekçi olmak gerekirse araştırmada ele aldığımız bireysel ve kurumsal medya girişimlerinin her birini bu alt tanımlardan birinin altına sığdırmak mümkün olabilir; ama yakın zamanda Türkiye’de bu kuruluşların yöneticileri ve çalışanları arasında hakim bir diskur var: “Yeni ana akım medya biziz.” Aslında bu diskur tek başına önemli tartışmaları da ortaya çıkardı. Kadri Gürsel’in Birikim’de yayınlanan [“Ana akım medyanız nasıl olsun?”](#), Güventürk Görgülü’nün Dünya Gazetesi’nde yayınlanan [“Artık ana akım medya değil ana akım gazeteci var”](#) ve İrfan Aktan’ın Gazete Duvar’da yayınlanan [“Gazeteci kimdir”](#) başlıklı yazılarının eşlik ettiği ana akım medya tartışması kapsamında dönüşen medya ortamında geçmişin medya sisteminin dışında kalanlar ve bu merkeze zaten girmemiş olanlar da dahil çok sayıda kişi fikir beyan etti. Bu tartışmalar hem sık kullanılan kavramların içinin doldurulması hem de Türkiye’nin yeni medya rejiminin tartışmasız önemli aktörleri olan yeni bağımsız medya kuruluşlarının konumlanması bağlamında büyük önem arz ediyordu. O nedenle alternatif ya da ana akım medya kategorilerinden bağımsız olarak, bu mecraların ve aktörlerin kendilerini konumladığı bağımsızlık noktası üzerinden bir tanım yapmayı uygun bulduk. Bizim bağımsızlık tanımımıza uygun haber odaları veya habercileri daha ziyade hakim sermaye kurumlarının doğrudan etkisinde olmayan, alışıldık holding sahiyeti gibi yapılara dayanmayan, geleneksel reklam piyasasından çoğunlukla siyasal nedenlerle düzenli reklam geliri elde edemeyen ya da hiç gelir elde etmeyen kurumlar ve aktörler. Türkiye’nin dahil olduğu Akdeniz tipi kutuplaşmış çoğulcu siyasal sistemin farkında olduğumuzdan bu bağımsızlığa siyasi hizalanma tercihlerini katmamaya özen gösterdik. Bir not daha düşmek gerektiğini düşünüyoruz. Elbette Türkiye’deki bağımsız medya aktörlerine ait YouTube kanalları bizim incelediklerimizden ibaret değil. Bizim amacımız örnekler

üzerinden yola çıkarak bir anlayış oluşturmak. Gelelim konuk ve konu seçiminin akademik araştırmalardaki yerine.

Akademik araştırmalarda konuk seçimi

Türkiye'deki ve diğer bazı ülkelerdeki konuk ve konu seçimine ilişkin araştırmalar öncelikle televizyon haberciliği ile sınırlı. Bu çalışmalar genellikle televizyon kanallarında boy gösteren uzmanları gündemi belirleme gücü olan ve toplumsal tartışmaların seyrine etki eden aktörler olarak ele alıyor ve ülkedeki medya sahipliği yapısı, haber üretimi yapan kurumun ideolojik çizgisi ve daha genel anlamda ülkedeki siyasi atmosferin konuk seçim pratiklerine etkisini odağa alan bir çözümlenme sunuyor. Yeni medya araçlarının yaygınlaşmasıyla beraber bilgi üretim ve bilgiye erişim süreçlerinin değişmesi bu alandaki araştırmaların sadece geleneksel habercilik pratikleri ile sınırlandırılmadan farklı platformları ve bu platformlarda ortaya çıkan yeni gazetecilik türlerinin de gözetilmesini gerekli kılıyor olsa da, henüz akademik literatürde bu anlamda bir açılımın yaşanmadığını söylemek mümkün. Televizyon dışındaki mecralarda haber programlarının konuk ve konu seçim pratiklerine ilişkin neredeyse hiçbir akademik çalışmaya ulaşılamıyor.

Televizyon haberciliğindeki konuk seçimlerine ilişkin analizlerde en sık ele alınan figürlerin başında doğal olarak Pierre Bourdieu var. Bourdieu televizyonculuğun ve gazeteciliğin özerkliğini sorgulayarak öncelikle iktisat gibi diğer alanlara bağlı olduğunu söylüyor (1997:59) ve medyanın özellikle siyasi ve iktisadi bağlarının anlaşılmasının önemini vurguluyor. Kültürel alanı ekonomik alanın bir uzantısı olarak gören Bourdieu gazeteciliğin reyting oranı gibi piyasa baskılarının altında olduğuna ve özellikle okurlar ve reklam verenlerin taleplerine göre işlemeye boyun eğdiğine dikkat çekmektedir. Gazetecilik ve televizyonu ayrı alanlar olarak değerlendiren Bourdieu'ya göre televizyon alanının dinamikleri zamanla gazetecilik alanını kapsamış ve kültürel üretimi etkili biçimde elinde tutar duruma gelmiştir. Olayların televizyon haberciliğinde sunucular ve konuklar gibi aktörler tarafından düşünülmeden ve sorunlara ilişkin yeterli bilgi sahibi olunmadan konuşulduğunu ve medya içeriklerinin giderek birbirine benzeştiğini söyler.

Ekran görünürlüğü peşindeki televizyon uzmanlarını ise Bourdieu "fast-thinker" olarak kavramsallaştırır. Ona göre düşünce uzmanı bu kişiler hızlandırılmış bir hızda düşünür, kimsenin düşünmediği konularda hızlı ve bolca konuşma yeteneğine sahiptir. Programın sunucuları da zaten konuklara bekledikleri soruları yöneltir. Bourdieu'ya göre konuklar bu sebeple entelektüel özelliğini yitirir ve bir bilim insanından teknisyene dönüşür. Bu kişilerin buyur edilmiş ve herkesçe kabul görmüş sıradan fikirlerle konuştuğunu, mesleklerinden bağımsız hâlde televizyon dünyasının "oyun stratejilerini" benimseyen kişiler olduğunu ekler. Ertuna'ya göre (2018:79) de bu durum medyanın acil taleplerine yanıt verilmesini ve

konukların hızlı değişen gündem başlıklarına dair uzmanlık gerektiren birçok farklı konuda kendi alanıymış gibi konuşabilmelerini sağlar.

Benzer bir kavramsallaştırmayı kullanan Bahadır Türk ise AKP iktidarı dönemi medyasını incelediği çalışmasında, Türk siyaset alanının sorunlarını elit aktörlerin kullandığı dille ortaya koyan, saatler süren tartışma programlarında editör ve sunucuların yönlendirmeleriyle konuşan “sözde uzman” bir gürhunun varlığından bahseder (2012:29). Schudson da (2002) bu kişilerin kim olduğunun, kaynaklarının ne olduğunun ve gazetecilerle olan ilişkisinin sorgulanması gerektiğini savunur.

Bu konukların kimler olduğu ve medya profesyonelleri tarafından neye göre seçildiğinin belli siyasi ve sosyal parametlerle ilişkili olduğunu söyleyen Ertuna da (2018) özellikle konuk katımlı tartışma programlarının haber kanallarının favori yapımları olmanın yanı sıra gündem belirleme gücüne de sahip olduğunu belirtir. Çalışmasını NTV, Habertürk ve CNN Türk kanallarında belli bir tarih aralığında yayınlanmış tartışma programlarının analizi ve kanal çalışanı gazeteciler ve konuk uzmanlarla yaptığı derinlemesine görüşmelere dayandıran Ertuna’ya göre televizyon haber programlarına konuk alımlarında belli bir filtreleme mekanizması kullanılıyor ve toplumdaki mevcut sosyal ve ekonomik eşitsizlikler bu programlarda tekrar tezahür ediyor. Ertuna’nın çalışmasına göre kanaat teknisyenleri içerisinde gazeteciler, hukukçular, akademisyenler, siyasetçiler ve emekli askerler yüksek temsiliyet oranına sahipken düşünce temsilcileri, yazar ve araştırmacıların sayısı çok daha düşük kalıyor. Haber programlarında özellikle muhalif kesimin ve kadınların az temsil edildiğine dikkat çeken araştırmaya göre televizyon programları bağımsız habercilik faaliyetleri yapamadıkları gibi tam tersine mevcut hegemonya doğrultusunda işliyor (2018:80).

Haber programı görünürlüğünü meslek grupları, cinsiyet ve siyasi görüş açısından inceleyen araştırmalar sadece akademi ile de sınırlı değil, bu alanda ciddi bir sivil toplum girişimi de var. Örneğin Kadın Adayları Destekleme Derneği (KADER)’in 13 televizyon kanalının Temmuz 2020-Ocak 2021 tarihleri arasındaki “prime-time” haber yayınlarını inceleyen çalışmaya göre konukların %90’ı erkeklerden oluşuyor.

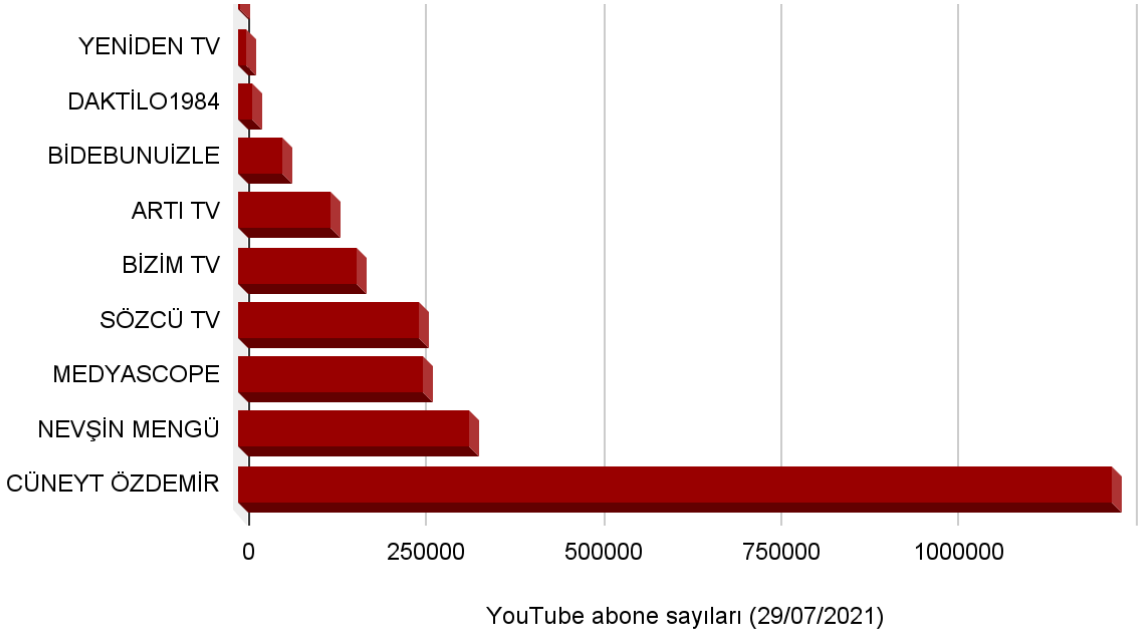
Araştırmanın yöntemi ve örneklemi

Bu araştırma sürecinde kurumlar olarak Medyascope, Sözcü TV, Dokuz8HABER, Artı TV, Yeniden TV, Bidebunuizle, Bizim TV ve Daktilo1984’ün, konuklu programlar oluşturan ve yayıncının kendi adı üzerine kurulu bireysel girişimler olarak da Nevşin Mengü ve Cüneyt Özdemir’in YouTube kanallarının konuk aldıkları programları inceledik. Ülke gündeminin içeriği yönlendirme ihtimali olduğu için, bu yayınların farklı dönemlerdeki yayınlarını incelemek yerine 5 Temmuz 2021 tarihi öncesindeki son 30 konuklu formattaki içeriklerini ele aldık.

Programları formatları, katılımcı profilleri, moderatörlerin programdaki rolleri, konular, katılımcıların uzmanlıkları ve varsa siyasi parti temsil etme durumları üzerinden analiz ettik. Yine aynı programların 28 Temmuz 2021 tarihi itibarıyla toplam izlenme sayılarını da analizimize dahil ettik. Buradaki amacımız, aynı yayıncının ya da farklı yayıncıların farklı yayınlarında izlenme performansına etki eden olası faktörleri tespit etmektir. Cinsiyet üzerinden de konukların profillerini çıkarmaya çalıştık. Burada yayınlarda açık olarak farklı bir cinsiyet kimliği beyanına erişemediğimiz durumlarda kadın-erkek sınıflandırmasını kullandık.

Haber odaklı YouTube programlarında konuklu formatlar

Araştırma kapsamında incelediğimiz aktörler arasında en yüksek YouTube abone sayısına sahip olan aktör 28 Temmuz 2021 itibarıyla Cüneyt Özdemir olarak görünürken, en az abonesi olan aktör de Dokuz8HABER'di. Özdemir'i (yaklaşık 1.2 milyon abone) sırasıyla Nevşin Mengü (yaklaşık 320 bin abone), Medyascope (yaklaşık 261 bin) takip ederken, Dokuz8HABER'in yaklaşık 3700, Yeniden TV'nin yaklaşık 10 bin Daktilo1984'ün de yaklaşık 19000 takipçisi vardı. Bu nedenle, bu araştırma kapsamında ele aldığımız kanalların takipçi sayılarında ve izlenme oranlarında yayıncıdan yayıncıya majör ölçüde farklılıklar gözlemlenebilir. Zira abone sayısı, bildirimleri açan kişi sayısı, kanal altındaki format sayısı gibi birçok faktör, kanal içeriklerinin izleme oranlarını etkileyebilmektedir.

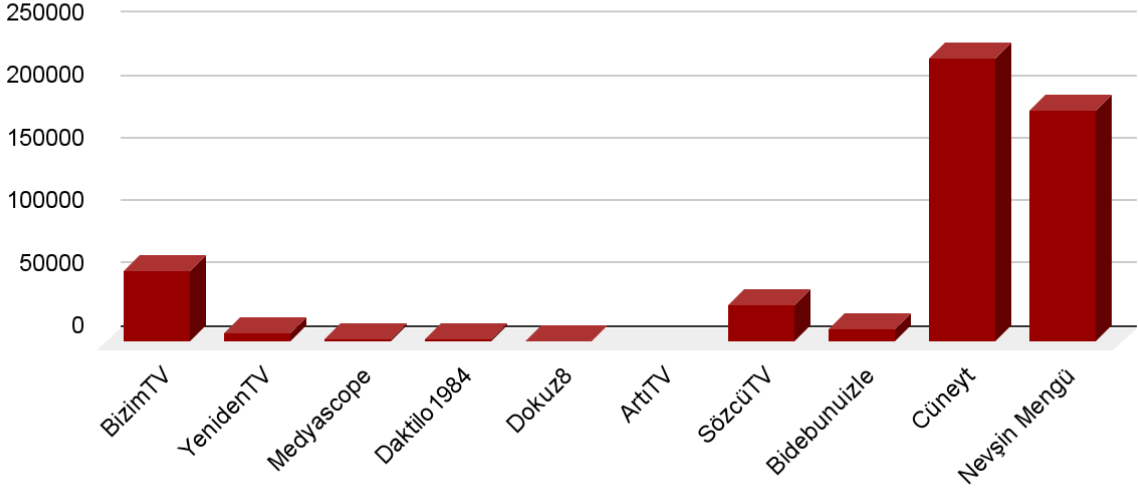


Elbette bu ele aldığımız kanallar yalnızca araştırmamızın odağında olan konuklu formatlardaki üretime dayalı değiller. Bu nedenle abone sayıları da konuk rejimleriyle doğrudan bir şekilde bağlantılandırılmaz. Buna ek olarak moderatör ya da yorumcu olarak katılan kişilerin ana akım medyadan ya da önceki çalıştıkları kuruluşlardan getirdikleri sosyal sermaye de abone ve izlenme sayılarına etki eden faktörler olarak düşünülebilir.

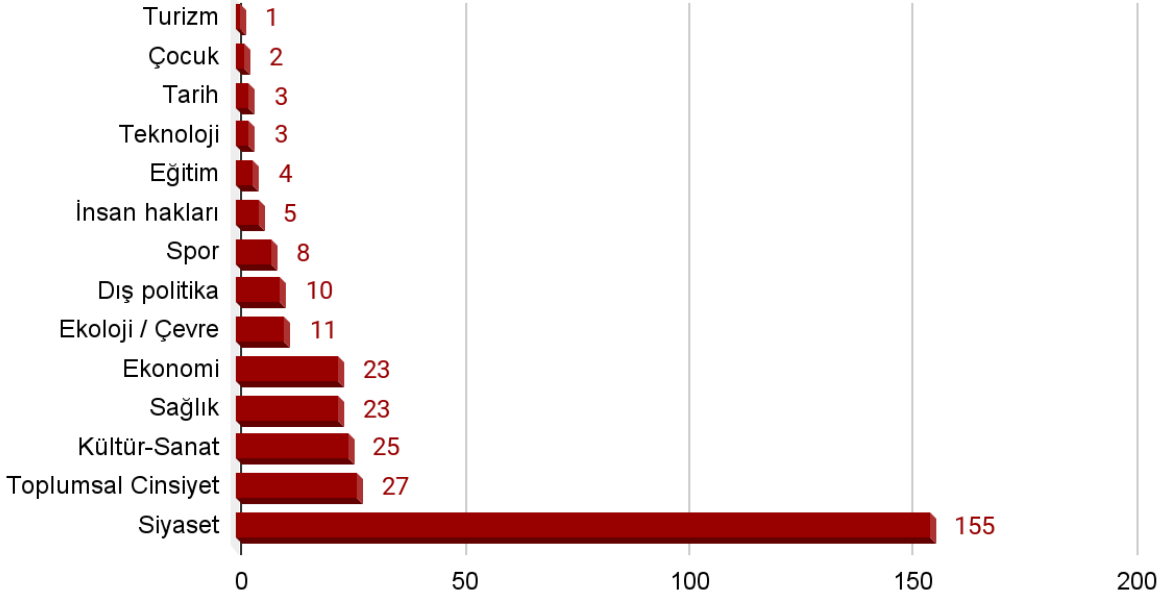
Konuklu programların izleyici ortalamalarına bakacak olursak her bir aktör başına incelediğimiz 30 program ele alındığında, Cüneyt Özdemir videolarının ortalama yaklaşık 227 bin izlemeyle en çok izlenen videolar olduğu görülürken Özdemir'in konuklu programlarının videolarını Nevşin Mengü'nün videoları yaklaşık 184 bin izlemelik ortalama ile takip etmektedir. Bu bağlamda Mengü ve Özdemir'in konuklu programlar söz konusu olduğunda bağımsız yayıncılık alanında izlenme

oranlarında da başı çektiği söylenebilir. Konuk formatına dayalı videoların ortalama izlenmesi bağlamında incelediğimiz dönemde YouTube’da en düşük performansı Dokuz8HABER gösterirken onu ortalama 1000 izlemeyle Medyascope 2200 izlemeyle de Artı TV izliyor. Burada bir konunun altını çizmek istiyoruz. İzleme sayılarına dair veriler sosyal fayda için tek kriter olarak sunulamaz.

izlenme sayıları



Kanalların ortalama izlenme sayıları



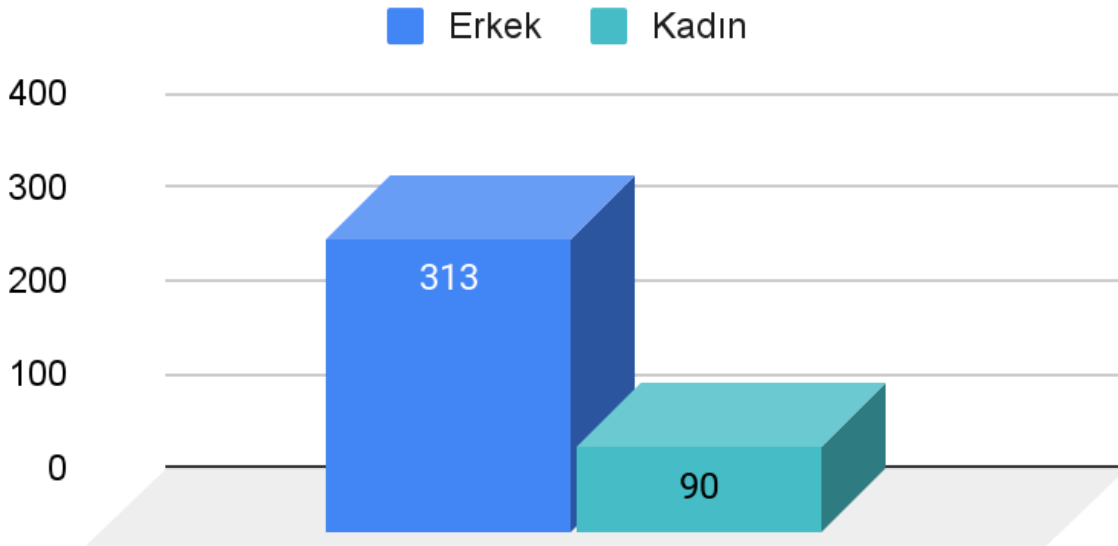
Temalarına göre konuklu program sayıları

İncelediğimiz tüm kanalların konuklu formattaki içeriklerinin kategorilerine bakıldığında en yaygın içerik kategorisinin siyasetle ilgili içerikler olduğu (155), siyaset içeriklerini toplumsal cinsiyet (27), kültür-sanat (25), sağlık (23), ekonomi

(23), ekoloji / çevre (11), dış politika (10), spor (8), insan hakları (5), eğitim (4), teknoloji (3), tarih (3), çocuk (2) ve turizm (1) konularındaki içeriklerin takip ettiği görülmüştür.

Nevşin Mengü, Cüneyt Özdemir ve Ayşenur Doğan gibi tek moderatörlü kanallar haricindeki kanallardaki moderatörlerin cinsiyet dağılımına baktığımızda da karşımıza 144 erkeğe karşılık yalnızca 70 kadının olduğu bir tablo çıkmaktadır.

Söz konusu konuk sayıları olduğunda da incelediğimiz 300 içerik içerisinde, toplam 403 konuk arasındaki kadın-erkek dağılımı 313 erkek ve 90 kadın şeklinde gerçekleşmiştir. Kadın konuklara en fazla yer veren Medyascope (19) olurken, bu mecrayı Artı TV (18), Dokuz8HABER (17) ve Daktilo1984 (11) izlemiştir. Kadın konuklara en az yer veren mecralar da Bizim TV (1), Bidebunuizle (2), Cüneyt Özdemir (4) ve Nevşin Mengü (7) olmuştur. Genel dağılıma bakıldığında program moderatörlerinin ya da kanal sahibinin kadın olduğu programlarda kadın konuk seçiminin daha fazla olması gibi bir olgu gözlenmemiştir.

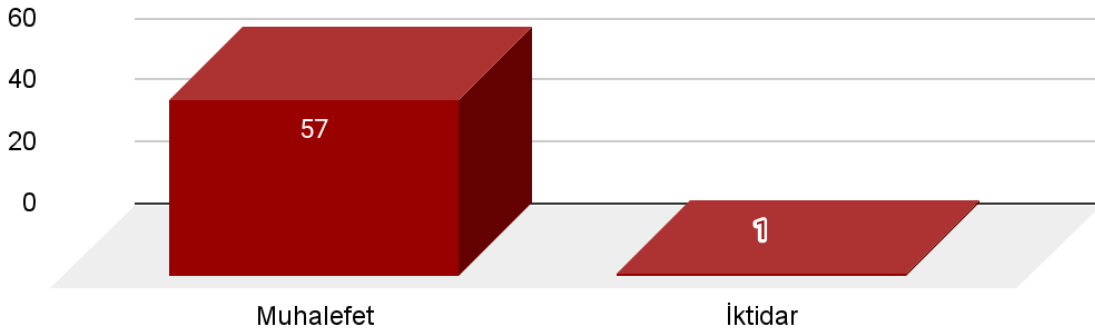


Yaptığımız içerik taramasında 28 ayrı meslek grubundan konuklar tespit edilmiştir. Konuk olarak en çok tercih edilen meslek grubu olarak akademisyenler (76) öne çıkarken, onları gazeteciler (73), siyasetçiler (58), sivil toplum temsilcileri (32), sanatçılar (31) takip etmektedir. Aşağıdaki listede temsil edilen mesleklere göre konuk dağılımını görebilirsiniz.

Meslek	Konuk Sayısı	Meslek	Konuk Sayısı
Akademisyen	76	Spor yorumcusu	4
Gazeteci	73	Siyaset bilimci	3
Siyasetçi	58	Eski siyasetçi	3

STK temsilcisi	32	Mimar	2
Sanatçı	31	Eski hakem	2
Avukat	25	Hidrobiyolog	2
Doktor	20	Psikolog	2
İş insanı	20	Yazılımcı	1
Eski kamu görevlisi	10	Sosyolog	1
Araştırmacı	10	Şehir plancısı	1
Ekonomist	9	Arkeolog	1
Öğrenci / Mezun	6	İçerik üreticisi	1
Kamu görevlisi	4	Medya Ombudsmanı	1
Mühendis	4	İnternet fenomeni	1

Araştırma kapsamında incelediğimiz 10 mecradaki konuklu formattaki 300 içerik göz önüne alındığında toplam konuklardan 58'inin bir siyasi parti ile resmi temsil ya da üyelik bağı olduğu gözlenmiştir. Siyasi partilerle temsil ve yöneticilik düzeyinde bağlantısı olan bu 58 konuk arasında yalnızca bir kişi iktidardaki Adalet ve Kalkınma Partisi ile bağlantılıdır. Diğer 57 konuk Cumhuriyet Halk Partisi dışındaki siyasi partilerle bağlantılıdır. En çok temsil edilen partiler Cumhuriyet Halk Partisi (23), Halkların Demokratik Partisi (10) ve İYİ Parti (10) olarak sıralanabilir. Bu partilerin dışında Gelecek Partisi (5), Liberal Demokrat Parti (2), Deva Partisi (2), Doğru Parti (2), Türkiye Komünist Partisi (1) ve Memleket Partisi (1) temsilcileri konuk olarak yayınlara katılmıştır.



Konuk siyasetçilerin temsil ettikleri partiye göre dağılımı

Kanallar özelinde konuk profilleri ve temsilleri

Bizim TV

28 Haziran 2019 tarihinden bu yana yayınlarına devam etmekte olan Bizim TV, limited şirketi yapısında olan imtiyaz sahibi ve genel yayın yönetmeni Şaban Sevinç olarak web sitesi künyesinde belirtilmiş bir yayıncı. Yayın politikaları ve ilkeleri konusunda web sitelerinde bir bilgi olmasa da YouTube kanal açıklamalarında kendilerini gazeteci olarak tanımladıklarını, Atatürk ve Türkiye Cumhuriyeti için taraf olduklarını ve halkın çıkarlarına hizmet ettiklerini belirtmişlerdir.

Araştırmamız kapsamında incelediğimiz Bizim TV videolarının tamamı (30) siyaset kategorisi altında değerlendirilmiştir.

Ağırlanan toplam 30 konuğun 29'u erkek. Farklı bir cinsiyet kimliği belirten bir konuk ise bulunmuyor. Gazeteci Sevilay Yılman'ın katıldığı bölüm dışında incelenen videolarda başka bir kadın konuga yer verilmemiş. 28 Temmuz 2021 itibarıyla 92889 kişi tarafından görüntülenen videonun izlenme oranı çoğunlukla erkek konukların katıldığı kanal ortalamasının (56688) oldukça üstünde.

Bizim TV yayınlarına katılan kişilerin mesleki dağılımlarına baktığımızda 15'inin gazeteci, 10'unun siyasetçi, 2'sinin avukat, 2'sinin eski devlet görevlisi, 1'inin de ekonomist olduğu görülmektedir. Söz konusu parti temsiliyetleri olduğunda bir parti ile temsilci ya da çalışan olarak bağı olan 11 kişinin Bizim TV yayınlarına katıldığı görülmüştür. Konuklar arasında Adalet ve Kalkınma Partisi (1), Doğru Parti (2), Liberal Demokrat Parti (2), Cumhuriyet Halk Partisi (2), İYİ Parti (1) ve Merkez Parti (1) ile resmi bağlantıları belirtilmiş toplam 9 kişiye rastlanmıştır.

yeniden tv

Yayın hayatına 2020 yılında #yenidenbirlikte diyerek başlayan kanal, özgürlükçü, çok kültürlü ve çok dilli bir yayıncılık anlayışı ile barış gazeteciliğini yaygınlaştırmayı amaçlıyor. Bir alternatif haber ağı olma iddiası taşıyan yeniden tv kanal tanımında ve web sitelerinde doğru haber akışının ve çok sesliliğin sağlanabilmesinin önemine vurgu yapıyor. yeniden tv kanalında yer alan videoların tamamının moderasyonunu kanalın kurucusu gazeteci Ayşegül Doğan üstleniyor.

yeniden tv kanalında araştırma kapsamında incelediğimiz 30 konuklu programda işlenen konular oldukça çeşitli. Siyaset, insan hakları ve toplumsal cinsiyet temalarının konuşulduğu yayınlara daha sık rastlanırken incelenen dönemde

konuklarla beraber dış politika, ekoloji ve kültür-sanat gibi konuların tartışıldığı videolar da yayınlanmış.

İncelenen videolarda 22'si erkek ve 10'u kadın olmak üzere toplam 32 konuk var. Farklı bir cinsiyet kimliği belirten bir konuk ise bulunmuyor. Kadınların konuk olduğu programlarda İstanbul Sözleşmesi, anayasal reform, insan hakları ve seçim ittifakları gibi olaylar tartışılmış. Gazeteci ve yazar Ece Temelkuran'ın konuk olduğu 8 Mart 2021 tarihli yayın incelenen konuklu videolar arasında en fazla izlenme oranına sahip (42.238).

Konuk katılımcıların meslek dağılımına baktığımızda da çoğunlukla akademisyen (10), sivil toplum temsilcileri (5) ve siyasetçilere (5) yer verildiği görülebiliyor. İncelenen videolarda konuklar arasında Halkların Demokratik Partisi (3) ve Cumhuriyet Halk Partisi'ni (2) temsil eden siyasetçiler bulunuyor.

Medyascope

Bağımsız ve özgün gazetecilik yapmak amacıyla 2015 yılında YouTube yayın hayatına başlayan Medyascope'ta günlük haber akışının sağlandığı yayınların yanı sıra konuk katılımcıların da yer aldığı ve sabit bir gazetecinin moderasyonu yürüttüğü çeşitli haber programları var. Bu haber programlarının araştırma kapsamında incelenen son 30 bölümünde çoğunlukla gündem maddelerine ilişkin yayınlar yapılmış. Bu yayınlarda siyaset (8), sağlık (6) ve toplumsal cinsiyet (5) ön plana çıkan konular. Bunun yanı sıra eğitim (3) ve spor (3) gibi temaların hakim olduğu yayınlar da bulunuyor.

İncelenen 30 haber programında 46 konuğa yer verilmiş. Burada konukların cinsiyet dağılımında bazı diğer kanallarla kıyaslandığında nispeten daha eşitlikçi bir tablodan söz edilebiliyor. Konukların 27'si erkek ve 19'u kadın. Farklı bir cinsiyet kimliği belirten bir konuk ise bulunmuyor.

Konuklar genellikle sivil toplum (7) ve siyaset (6) alanlarından. Konuk siyasetçilerin 2'si Cumhuriyet Halk Partisi ve 1'i Halkların Demokratik Partisi'nde milletvekili. Türkiye Komünist Partisi, Gelecek Partisi ve DEVA'dan da birer isim yakın zamanda kanalda konuk olarak ağırlanmış. İncelenen yayınlarda en sık karşılaşılan konuk ünvanı ise akademisyenlik (16).

Kadın konukların yer aldığı programlar sadece belli bir temada ya da konuda yoğunlaşmıyor. Farklı meslek grupları ve ünvandan kadınlar ile sağlık, göç, ekonomi ve müzik gibi konular konuşulmuş. Fakat moderasyonu yürüten gazetecileri cinsiyet açısından değerlendirdiğimizde ise başka bir detay gözümüze çarpıyor. Siyasi gündeme dair yayınların hemen hepsinde erkek moderatörlere yer

verilmiş. Moderasyonun bir kadın gazeteci tarafından yapıldığı yayınların hemen hepsinde konu sağlık, eğitim veya toplumsal cinsiyet ile ilgili.

Daktilo1984

Onurlu bir yaşam için aklın ve düşüncenin hür olması gerektiğini savunan ve bu amaçla kurulan Daktilo1984'ün düzenli yazı girişi yaptığı internet sayfasının yanı sıra farklı formatlardaki video içeriklerin paylaşıldığı bir YouTube kanalı da var. Bu video içeriklerin önemi bir kısmını Daktilo1984 yazar ekibinden birinin moderasyonluğunda yürütülen konuklu programlar oluşturuyor.

İncelenen son 30 konuklu programda ağırlıklı siyaset (14), ekonomi (6) ve sanat (5) temaları konuşulmuş. Bu yayınlarda genellikle konukla birlikte yorum da yapan 12 kadın ve 23 erkek moderatör var. Bu yayınlardan 5'inde bir erkek ve bir kadın moderatör beraber yer almış. Sadece bir kadın moderatörün bulunduğu programlarda hakim konu toplumsal cinsiyet ve sanat. Siyaset, ekonomi ve spor gibi temaların tartışıldığı programlarda ise erkek moderasyonu görülüyor.

Moderasyondaki cinsiyetler arasındaki bu fark konuklarda da görülebiliyor. 30 videoda ağırlanan 32 konunun büyük bir kısmı erkek konuklardan (21) oluşuyor. Farklı bir cinsiyet kimliği belirten bir konuk ise bulunmuyor. Kadın konuklara söz hakkı tanındığı programların tema skalası da kadın moderatörlerin yer aldığı programlarla örtüşüyor. Genellikle toplumsal cinsiyet ve sanat gibi konularda kadın konuklarla beraber yayın yapılmış.

Konuk katılımcıların meslek dağılımına baktığımızda Daktilo1984'ün çoğunlukla akademisyenler (9) ve iş insanlarına (7) yer verdiği görülebiliyor. Gazeteciler (6) ve sanatçılar (5) da yine sıklıkla karşımıza çıkan meslek gruplarından. İncelenen dönemde Daktilo1984 kanalına biri Cumhuriyet Halk Partisi biri de İYİ Parti'yi temsilen iki siyasetçi de konuk olmuş.

Dokuz8HABER

YouTube yayıncılığına 2014 yılında başlayan Dokuz8HABER kendini haber alma ve haber yapma hakkı mücadelesinin bir ürünü olarak tanımlıyor. Yerel gazetecilerden oluşan topluluk Türkiye'ye ve uluslararası alana güvenilir haber akışı sağlamayı hedefliyor ve bu sebeple sosyal medya ağırlıklı bir yayıncılık faaliyeti sürdürüyor. Bu sebeple genellikle anlık, kısa ve video odaklı bir mobil haberciliğe odaklanan platformun çok sık olmamakla beraber YouTube kanallarında yayınlanmış, konuk katılımlı programlar da dahil farklı formatlarda içerikleri de var.

Dokuz8HABER'in YouTube kanalında yayınlanmış ve en az bir konuğun yer aldığı son 30 programda en yaygın olarak toplumsal cinsiyet meselesinin ele alındığı görülüyor. Platformun araştırma kapsamında incelenen tarihlerde "Dokuz8OnurHaftasıÖzel" başlığıyla Türkiye'deki LGBTİ+ topluluğuna odaklanan yeni program serisi hazırlanmış olması burada etkili olmuş. Onur Ayı özelinde hazırlanan içeriklerden sonra karşımıza çoğunlukla güncel siyasi meselelere değinen videolar çıkıyor. Bunun yanı sıra yine ayrı program serileri içerisinde ekoloji, dış politika ve sağlık gibi temalar da sıklıkla işlenmiş. Bu programların sadece 8'inde bir kadın moderatör var. Erkek moderatörler daha çeşitli konu başlıklarının tartışıldığı programlarda yer alırken kadın gazetecilerin modere ettiği içeriklerde sadece toplumsal cinsiyet ve çocuk hakları ile ilgili konulara değinilmiş.

İncelenen 30 programa katılan 47 konuk arasında erkekler çoğunlukta. 30 erkek ve 17 kadın konuk ağırlanırken, farklı bir cinsiyet kimliği belirten bir konuk ise bulunmuyor.

Konukları meslekleri açısından grupladığımızda da sivil toplum temsilcileri (12), akademisyen (10) ve avukatların (7) çoğunlukta olduğu; bunun yanı sıra mühendis (3), gazeteci (3), psikolog (1), spor yorumcusu (1) ve doktor (1) gibi mesleklerden de konuklara programlarda yer verildiği görülüyor. Cumhuriyet Halk Partisi (4), Halkların Demokratik Partisi (1) ve İYİ Parti'yi (1) temsilen 6 farklı siyasetçi de yakın zamanda platformda konuk olarak ağırlanmış.

Artı TV

2017 yılında gazeteci Celal Başlangıç'ın yayın yönetmenliğinde faaliyete geçen Artı TV, prensiplerini internet sitesinde şu şekilde tanımlıyor: Doğru haber, objektif analiz, farklı görüş ve özgür yorum. Kuruluşundan bir yıl sonra YouTube yayıncılığına da başlayan platform, özgür bir medyanın sağlanmasının demokratik bir gereksinim olduğunu söylüyor ve muhalif yayın politikası izliyor. Artı Medya Vakfı bünyesinde yer alan Artı TV kuruluşundan bu yana Artı Gerçek haber sitesiyle beraber ilerlemiş fakat Temmuz 2021 itibarıyla televizyon yayıncılığına ağırlık vermek amacıyla farklı tüzel kişilikler olarak yollarına devam edeceklerini açıklamışlardı. 132 bin abonesi bulunan YouTube kanalında yayınlanmış incelediğimiz konuklu programlar ise 749 gibi oldukça düşük bir izlenme oranına sahip.

Artı TV'nin incelenen son 30 konuklu programında da hakim tema siyaset (12). Bunu kültür-sanat (4), sağlık (4), toplumsal cinsiyet (3) ve tarih (2) gibi konular izliyor. Bu programlarda 25'i erkek ve 18'i kadın toplam 43 konuk ağırlanmış. Farklı bir cinsiyet kimliği belirten bir konuk ise bulunmuyor.

Moderasyon diğer platformlarla benzer bir şekilde yine çoğunlukla erkek gazeteciler tarafından yürütölmüş. Her ne kadar kadın moderatörlerin bulunduğu programlar sayıca daha az olsa da görünürlüklerinin sadece belli konularla sınırlı kalmadığı; siyaset, sağlık, ekoloji ve kültür-sanat gibi çeşitli temaları işleyen programlarda görev aldıkları görülebiliyor.

Konuk katılımcıların 10'u siyasetçi. Cumhuriyet Halk Partisi (6), Halkların Demokratik Partisi (4) ve DEVA Partisi'nden (1) siyasetçilerin katılımıyla ve genellikle kadın bir gazetecinin moderasyonu ile gerçekleşen bu programlar kanalın ortalama izlenme sayısına yakın ya da daha yüksek bir izlenmeye sahip. Sanatçılar (8), sivil toplum temsilcileri (4), akademisyenler (4) ve avukatlar (4) da sıklıkla karşımıza çıkan diğer meslek grupları olurken, gazeteci (1), şehir plancısı (1), mühendis (1), sosyolog (1), eski hakem (1) ve araştırmacı (1) gibi meslek tanımları bulunan konuklar da var.

Sözcü TV

Estetik Yayıncılık A.Ş. çatısı altında faaliyet gösteren Sözcü Gazetesi 2016 yılından beri resmi YouTube kanalından güncel haberler, son dakika gelişmeleri ve özel haber videoları yayınlıyor. 254 bin takipçisi bulunan kanal politika, gündem, spor, magazin, eğitim ve sağlık gibi kategoriler altında günlük olarak video haber içeriği paylaşıyor. Her ne kadar sık kullanılan bir format olmasa da konuk katılımıyla gerçekleşen programlar da mevcut. İncelediğimiz konuklu programların tamamınının moderasyonunu Sözcü TV Genel Müdürü ve Genel Yayın Yönetmeni Erdoğan Aktaş ve yardımcısı Alişer Delek yapıyor. Kadın bir gazetecinin modere ettiği bir içeriğe ise rastlanmıyor.

İncelenen son 30 konuklu programın 25'i güncel siyaset ile ilgili iken az sayıda da olsa sağlık (3) ve ekonomi (2) temalarının işlendiği programlar da yayınlanmış. Bu programlarda ağırlanan 31 konuğun neredeyse tamamı erkek. Prof. Dr. Deniz Ülke Arıboğan'ın katıldığı 19 Mayıs tarihli yayın dışında kadın konuk ağırlanmamış. Farklı bir cinsiyet kimliği belirten bir konuk ise bulunmuyor.

Konuk katılımcılar arasında en yaygın meslekler ise şu şekilde: siyasetçi (9), gazeteci (6), eski kamu görevlisi (5), avukat (3), doktor (2). Diğer platformlarda genelde daha yüksek katılım gösteren akademisyen meslek grubundan ise Sözcü TV'de incelenen videolar içerisinde sadece 1 konuğa rastlanıyor. Bir siyasi partiyi temsil eden konuklar arasından İYİ Parti'den 4, Cumhuriyet Halk Partisi'nden 3, Gelecek Partisi'nden 1 ve Memleket Partisi'nden 1 isim var. Partilerin özellikle genel başkanlarının, eski kamu görevlileri ve araştırmacıların konuk olduğu programların toplam izlenmeleri incelediğimiz tüm videoların ortalama izlenme sayısının bir hayli üstünde. Fakat diğer siyasetçilerin katıldığı programlar için benzer bir başarıdan söz edilemiyor.

Bidebunuizle

2014 yılında YouTube'da yayın hayatına başlayan Bidebunuizle bağımsız ve özgür bir haber platformu olma iddiası taşıyor. Kamuoyunun bilgi edinmesi gereken her başlık ve olayla ilgili habercilik hassasiyetlerini gözeterek yayıncılık yaptıklarını belirten Bidebunuizle yayınlarında cinsiyet eşitliği ve çocuk hakları gibi konulara da özen gösterdiklerine dikkat çekiyor. 2019 yılında Gazete Pencere ve Radyo Karakutu ile yayın topluluğunu genişleten platform kanaldan yaptıkları canlı yayınlar ile takipçilerine günlük haber ve yorum akışı sağlıyor.

Kanalda yayınlanmış son 30 konuklu programın 15'inin konusu siyaset. Bunu kültür-sanat(7), sağlık(5) ve ekonomi (3) konulu programlar takip ediyor. Konuklu programların neredeyse tamamının moderasyonunu kanalın sahibi Yavuz Oğhan yaparken sadece kültür-sanat temalı içeriklerin moderasyonunda başka gazeteciler görevlendirilmiş. Çoğunluğunu bir kadın gazetecinin üstlendiği bu kültür-sanat programları dışında kanalda bir kadın görünürlüğünden söz etmek mümkün değil. Çünkü incelenen 30 videoda ağırlanan 66 konunun sadece 2'si kadın. Bidebunuizle kanalının diğer kanallarla karşılaştırıldığında aslında en fazla konuk sayısına sahip olduğu düşünüldüğünde bu, cinsiyetler açısından ciddi bir temsiliyet eşitsizliğine işaret ediyor. Farklı bir cinsiyet kimliği belirten bir konuk ise bulunmuyor. Kadın moderatörlerin bulunduğu kültür-sanat programlarının izlenme sayıları da incelediğimiz programların ortalama izlenme sayısına göre oldukça düşük kalıyor.

Programa katılan konukları temsil ettikleri meslek grupları açısından incelediğimizde gazeteciler (14), akademisyenler(11), doktorlar (7) ve siyasetçiler (7) çoğunlukta. Onları avukatlar (6), sanatçılar (5) ve kamu görevlileri (4) takip ediyor. Kanala konuk olan siyasetçiler çoğunlukla Gelecek Partisi'nden (3). Cumhuriyet Halk Partisi (2), İYİ Parti (1) ve Halkların Demokratik Partisi'nden (1) de isimler kanalda konuk olarak ağırlanmış.

Cüneyt Özdemir

Gazeteci Cüneyt Özdemir bir süredir kişisel YouTube kanalından ülke ve dünya gündemini yorumladığı yayınlar paylaşıyor. YouTube'a katıldığı Aralık 2010 tarihinden bu yana yaklaşık 2270 videonun paylaşıldığı kanalda Özdemir günlük olarak yaklaşık 1.2 milyon gibi ciddi büyüklükteki bir kitleye haber akışı sağlıyor. Bu programların büyük bir kısmı Özdemir'in beraber çalıştığı gazeteci arkadaşlarıyla gündem maddelerini yorumladığı bir formata dayanıyor. Az sayıda da olsa da bir konunun da kısa süreliğine haber programına dahil edildiği ve yorumlamaya katıldığı video içerikler de var. Araştırma kapsamında incelenen bu konuk katılımlı videoların 13'ü siyaset, 6'sı kültür-sanat ve 4'ü ekonomi ile ilgili. Az da olsa teknoloji, spor ve toplumsal cinsiyet meselelerine de değinilmiş.

kültür-sanat ile ilgili yayınlar dışındaki tüm içeriklerin moderasyonunu Özdemir kendisi yapıyor.

İncelediğimiz son 30 konuklu programda farklı mesleklere ve uzmanlıklara sahip toplam 37 konuk katılımcı olmuş. Bu konukların 33'ü ise erkek. Erkek konukların katılım gösterdikleri programların teması epey çeşitli iken kadın konuklar sadece toplumsal cinsiyet ve kültür-sanat konularının konuşulduğu içeriklerde ağırlanmış. Farklı bir cinsiyet kimliği belirten bir konuya ise rastlanmıyor.

Konuk katılımcıları temsil ettikleri meslek grupları açısından incelediğimizde gazeteci (9), iş insanı (7) ve akademisyenlerin (6) çoğunlukta olduğu sonucuna ulaşılabilir. Listeyi sanatçı (5), avukat (2) ve araştırmacılar (2) takip ediyor. Araştırma kapsamında incelediğimiz tüm kanallar içerisinde herhangi bir siyasetçinin konuk edilmediği tek kanal ise Özdemir'inki. Son 30 konuklu program içerisinde bir siyasi partiyi temsil eden herhangi bir isim ağırlanmamış.

Nevşin Mengü

22 Ocak 2013 tarihinden bu yana yayınlarına devam etmekte olan Nevşin Mengü YouTube kanalı bireysel bir medya girişimidir; fakat profesyonel bir yönetim mantığına sahiptir. 28 Temmuz 2021 tarihine dek 350'ye yakın videonun yayınlandığı kanaldaki içerikler, Nevşin Mengü'nün ana yüzü olduğu yer yer açıklayıcı ya da arşiv görüntülerinden oluşan hatırlatıcı videolara yer verse de çoğunlukla haber yorum ya da moderasyon formatına dayanan videolardan oluşmaktadır.

Araştırmamız kapsamında incelediğimiz moderasyon formatına dayalı Nevşin Mengü YouTube videolarının kategoriler özelinde içerik sayıları sırasıyla siyaset (18), ekonomi (4), ekoloji/çevre (2), sağlık (2), dış politika (2) ve kültür/sanat (18) olarak gözlemlenmiştir.

Ağırlanan toplam 39 konuğun 32'si erkek 7'si kadındır. İncelediğimiz videolarda açık bir şekilde başka bir cinsiyet beyanında bulunan kimseye rastlanmamıştır. Nevşin Mengü'nün kanalına konuk olan kişilere baktığımızda bazı konukların birden fazla defa farklı günlerde farklı konularda kanala konuk edildiğini görmek mümkün olmaktadır. Mengü'nün yorumlarıyla da katkı sunduğu bu programlardaki incelediğimiz moderasyon formatlı videoların ortalama izlenme sayısı yaklaşık 184 bin olarak ölçülürken kadın katılımcıların konuk olduğu programların izlenme sayısı ortalaması ile erkek katılımcıların konuk olduğu programların ortalama izlenme sayıları arasında dramatik bir fark gözlenmemiştir.

Nevşin Mengü YouTube kanalının moderasyonlu yayınlarına katılan kişilerin mesleki dağılımlarına baktığımızda sırasıyla gazeteci (14), akademisyen (9),

ekonomist (3), doktor (3), siyasetçi (2), araştırmacı (2), öğrenci (2), sanatçı (1), avukat (1), internet fenomeni (1) ve sivil toplum temsilcisi (1) olan katılımcıları görüyoruz. Söz konusu parti temsiliyetleri olduğunda bir parti ile temsilci ya da çalışan olarak bağı olan yalnızca 2 kişinin Mengü'nün yayınlarına konuk olduğunu görmek mümkün oluyor. Bu iki siyasetçi de İYİ Parti'de rolleri olan siyasetçilerdir. Bu kişiler dışında bir sonraki seçimler için milletvekili adayı olduğunu beyan etmiş olan Ahmet Jahrein isimli internet fenomeninin de bu kategoriye sokulabileceği düşünülebilir; ama doğrudan parti aidiyeti olmadığından ve kişinin kamusal tanınılığı yayıncılığı üzerinden olduğundan onu bu kategori altında değerlendirdik.

Sonuç

Araştırmanın sonuçlarına geçmeden önce kısıtlarımızı tekrar anımsatmak istiyoruz. Bir ay içerisinde sürdürdüğümüz bu araştırma, mecralardaki 30'ar moderasyon temalı içeriğe dayandığı için elbette yayınların bugüne kadarki yayın politika ve seçimlerini tamamen temsil etmemektedir. Yayınların üretim sıklıklarında farklılıklar olduğu da unutulmamalıdır.

Araştırma kapsamında incelediğimiz 10 mecranın toplamdaki 300 içeriğinden çıkardığımız sonuçları özetleyelim. Tüm bu bağımsız medya kanalları içerisinde en çok işlenen konunun açık arayla siyaset olduğu gözlemlenmiştir. Bu elbette Türkiye'nin mevcut siyasal durumu düşünüldüğünde sürpriz değildir. Bu konuyu da toplumsal cinsiyet, kültür/sanat ve sağlık konularının takip ettiği görülmüştür. Toplumsal cinsiyet konusunun öne çıkmasının nedenlerinden birinin araştırmanın örnekleminin Pride ayındaki içeriklere denk gelmiş olması olabileceği atlanmamalıdır.

İzlenme sayıları söz konusu olduğunda abonelikle izlenme arasında kesin bir doğru orantı tespit edilmemekle birlikte büyük kitlesi olan Cüneyt Özdemir ve Nevşin Mengü gibi gazetecilerin kanallarında diğer aktörlere göre gözle görülür derecede yüksek etkileşim ve izlenme gerçekleşmektedir. Bazı kanallarda ise video başı izlenme ve etkileşim oranları abone sayılarının fazlasıyla gerisinde kalmaktadır.

Toplamda incelediğimiz 300 konuklu içerikte 403 konuğa rastlanmıştır. Bu 403 konuk arasında çoğunluğu 313 kişi ile erkekler oluştururken yalnızca 90 kadın konuğa rastlanmıştır. Mecra bazında cinsiyet temelli temsil performansına baktığımızda kadın konuklara en fazla yer veren Medyascope TV olurken, bu mecrayı Artı TV, Dokuz8HABER ve Daktilo1984 izlemiştir. Kadın konuklara en az yer veren mecralar da Bizim TV, Bidebunuizle, Cüneyt Özdemir ve Nevşin Mengü olmuştur.

Bize göre şaşırtıcı çıktılardan biri de konuk seçiminde kadınlara ağırlık verme politikasına kadın moderatörlerin çoğunlukta olduğu ya da kanal sahiplerinin kadın olduğu platformlarda da rastlanmamasıdır. Biz bunun incelenmeye değer bir husus olduğunu, medyanın uzman havuzunun bu kadar erkek sesi dominant bir alan olmaması gerektiğini düşünüyoruz. Bunun için üretilen ve kadın uzmanları listeleyen sivil toplum projeleri de dahil olmak üzere çok sayıda yöntemle bunun sağlanabileceği görüşündeyiz.

Siyasi partilere geldiğimizde ana akım medyayla neredeyse taban tabana zıt bir durumla karşılaştık. Siyasi partilerle temsil ve yöneticilik düzeyinde bağlantısı olan 58 konuk arasında yalnızca bir kişinin iktidardaki Adalet ve Kalkınma Partisi ile bağlantılı olduğunu gözlemledik. Diğer 57 konuk Cumhuriyet İttifakı dışındaki siyasi

partilerle bağlantılıydı. En çok temsil edilen partiler Cumhuriyet Halk Partisi, Halkların Demokratik Partisi ve İYİ Parti olarak sıralanıyordu. Bu partilerin dışında Liberal Demokrat Parti, Gelecek Partisi, Deva Partisi, Türkiye Komünist Partisi ve Doğru Parti temsilcileri konuk olarak yayınlara katılmıştı.

Elbette uzmanlar ve yorumcuların mesleklerini de inceledik. Yaptığımız içerik taramasında 28 ayrı meslek grubundan konuklar tespit ettik. Konuk olarak en çok tercih edilen meslek grubu olarak akademisyenler öne çıkarken, onları gazeteciler, siyasetçiler, sivil toplum temsilcileri, sanatçılar gibi grupların takip ettiğini gözlemledik. Meslek temsilcileri konusunda bizim açımızdan en önemli çıktı, ana akımda karşılaşmadığımız uzmanların bağımsız medyada yer bulmaları oldu. Aralarında Kanun Hükmünde Kararname ile işlerinden uzaklaştırılmış akademisyenlerin de olduğu çok sayıda günlük medya akışının ve profesyonel yaşamının dışına itilmiş insanın bağımsız medyada görünürlük elde ettiğine şahitlik ettik. Bu birçok açıdan toplumdaki ifade özgürlüğü krizine karşı bu kanalların yarattığı bir rahatlama alanı olarak görülebilir.

Bağımsız yayınların siyaset alanında da profesyonel alanlarda da siyasal ya da ekonomik sistem tarafından görünmezleştirilmiş isimlere yer vermeleri bize göre asli performans unsuru. Bu çalışma elbette bağımsız medyanın performansına ilişkin topyekün bir sonuç vermiyor. Yine de çıkarım olarak paylaşabileceğimiz bazı temel şeyler var. Birincisi şu ki siyasal anlamda ana akım medyada görünmez kılınan, sesi kısılan aktörler bağımsız medyada yer bulabiliyor. İkincisi, kurumlara yönelik şüphecilik arttığı ve hatta bilim şüpheciliklerinin bile yayıldığı bu garip dönemde bağımsız medya aktörleri akademisyenlere alan tanımaya devam ediyor. Üçüncü ve biraz da eleştirel olabilecek çıkarımımız da bağımsız medyada da bir tür konuk havuzunun oluşmakta olduğunu fark etmemiz ve bunun kırılabilmesi için farklı görüşlerden ve kimliklerden uzmanlara erişilmesinin yollarının aranması gerektiğini düşünmemiz.

Referanslar

Bourdieu, P. (2000). *Televizyon Üzerine*, (T. Ilgaz, çev.), İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

Downing, J. D. (2000). *Radical media: Rebellious communication and social movements*. Sage.

Ertuna, C . (2018). Türkiye’de Televizyonlarda Kanaat Üretimi: Haber Kanallarındaki Tartışma Programları ve Kanaat Teknisyenleri . *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi* , (29) , 57-81 . DOI: 10.16878/gsuilet.496644

Fuchs, C. (2010). Alternative media as critical media. *European journal of social theory*, 13(2), 173-192.

Schudson, M. (2002). The News Media as Political Institutions, *Annual Review of Political Science*, 2002:5, 249-269.

Türk, B. (2012). AKP ve Kanaat Teknisyenleri, *Birikim*, 276, 29-37