

İNSAN&İNSAN

BİLİM KÜLTÜR SANAT VE DÜŞÜNCE DERGİSİ

YIL/YEAR: 7 SAYI/ISSUE: 25 YAZ/SUMMER 2020 ISSN: 2148-7537

MEDYA VE DEMOKRASİ MEDIA AND DEMOCRACY

MAKALELER / ARTICLES

H. EMRE BAĞÇE

Türkiye’de Medya ve Demokrasinin Yapısal ve Etik Sorunları

Structural and Ethical Problems of Media and Democracy in Turkey

MUSTAFA C. SADAKAOĞLU / ÖZGÜR EMEK KORKMAZ

Geleneksel ve Dijital Kitle İletişim Araçları Bakımından

1952 ve 2008 ABD Başkanlık Seçim Kampanyaları

*The 1952 and 2008 US Presidential Election Campaigns in terms of
Traditional and Digital Mass Communication*

AHMET YİĞİTALP TULGA

The Role of Mass Media in Terrorism and Its Effect on Individuals

Kitle İletişim Araçlarının Terörizmdeki Rolü ve Bireyler Üzerindeki Etkisi

ÇAĞLA PINAR TUNÇER

Sosyal Medya ve Şiddet: Ekşi Sözlük’te Çinli Algısı

Social Media and Violence: Chinese Perception in Ekşi Sözlük



İNSAN&İNSAN

BİLİM KÜLTÜR SANAT VE DÜŞÜNCE DERGİSİ

JOURNAL OF SCIENCE, CULTURE, ART AND THOUGHT

Hakkında

İNSAN&İNSAN Bilim Kültür Sanat ve Düşünce Dergisi üç ayda bir elektronik olarak yayımlanan erişime açık hakemli bir dergidir. Bahar, Yaz, Güz ve Kış sayıları Nisan, Temmuz, Ekim ve Ocak aylarında yayımlanır.

İNSAN&İNSAN Bilim Kültür Sanat ve Düşünce Dergisi çok alanlı bir dergidir. Çevre, edebiyat, eğitim, etik, felsefe, hukuk, iktisat, iletişim, işletme, sanat, siyaset, şehir, tarih, toplum, uluslararası ilişkiler, yönetim ve yöntem bilim alanlarında insana dair, özgün bakış açısına sahip akademik araştırma, inceleme ve çalışmalara yer verir. Dergiye gönderilen yazılar yayın kurulunun ön değerlendirmesinden sonra, anonim en az iki hakem tarafından incelenir.

İNSAN&İNSAN Dergisi TÜBİTAK ULAKBİM Sosyal ve Beşeri Bilimler Veri Tabanı (SBVT) TR DİZİN'de 2017 yılından itibaren taranmaktadır. ERIH PLUS (European Reference Index for the Humanities and Social Sciences), BASE (Bielefeld Academic Search Engine), DOAJ, InfoBase Index, OAJI, CiteFactor Academic Scientific Journals, Scientific Indexing Services (SIS), Journal Factor, International Innovative Journal Impact Factor (IIJIF), International Citation Index (ICI), Cosmos Impact Factor, Eurasian Scientific Journal Index (ESJI), Academic Resource Index (ResearchBib), International Institute of Organized Research (I2OR), Google Scholar Index ve Türk Eğitim İndeksi tarafından taranmaktadır. Dergimizde yayınlanan makaleler Dergipark Akademik altyapısında dijital olarak arşivlenmektedir.

About

İNSAN&İNSAN Journal of Science, Culture, Art and Thought is an open access double peer reviewed journal which is published quarterly. The spring, summer, fall and winter issues are published in April, July, October and January respectively.

İNSAN&İNSAN Journal of Science, Culture, Art and Thought is a multidisciplinary journal. It includes academic researches, investigations and studies with a unique, human-related viewpoint on environment, literature, education, ethics, philosophy, law, economics, management, communications, art, politics, city, history, society, international relations, administration and methodology.

The papers sent to the journal are reviewed by two anonymous referees minimum after the preliminary evaluation of the editorial board.

İNSAN&İNSAN is indexed by TÜBİTAK ULAKBİM Sosyal ve Beşeri Bilimler Veri Tabanı (SBVT) (Social Sciences and Humanities Database) TR DİZİN, ERIH PLUS (European Reference Index for the Humanities and Social Sciences), BASE (Bielefeld Academic Search Engine), DOAJ, InfoBase Index, OAJI, CiteFactor Academic Scientific Journals, Scientific Indexing Services (SIS), Journal Factor, International Innovative Journal Impact Factor (IIJIF), International Citation Index (ICI), Cosmos Impact Factor, Eurasian Scientific Journal Index (ESJI), Academic Resource Index (ResearchBib), International Institute of Organized Research (I2OR), Google Scholar Index and Türk Eğitim İndeksi (Turkish Education Index). The articles published in the Journal are archived digitally in the Dergipark Akademik infrastructure.

İNSAN&İNSAN, Yıl/Year: 7 Sayı/Issue: 25 Yaz/Summer 2020

ISSN : 2148-7537

Elektronik Yayın Adresi : www.insanveinsan.org

Sahibi / Publisher:

Okur Yazar Derneği, İstanbul / Türkiye

İletişim / Contact: bilgi@insanveinsan.org

Baş Editör / Editor in Chief

Dr. Öğ. Üyesi Halil Emre Deniz

E-posta: editor@insanveinsan.org

Editörler / Editors

Arş. Gör. Dr. Ali Minarlı

Buşra Erimli

Yabancı Dil Editörü

Foreign Language Editor

Öğr. Gör. Alparslan Erimli

Yayın Kurulu / Editorial Board

Prof. Dr. H. Emre Bağce
Marmara Üniversitesi

Prof. Dr. Yüksel Dede
Gazi Üniversitesi

Prof. Dr. Can Erbil
Boston College

Prof. Dr. Abdullah Özkan
İstanbul Üniversitesi

Prof. Dr. Abdulkadir Şenkal
Kocaeli Üniversitesi

Doç. Dr. Ebubekir Ayan
Kocaeli Üniversitesi

Doç. Dr. Fatih Demir
Celal Bayar Üniversitesi

Doç. Dr. Harun Kırılmaz
Sakarya Üniversitesi

Danışma Kurulu / Advisory Board

Prof. Dr. Artun Avcı
Marmara Üniversitesi

Prof. Dr. İsmail Aytaç
Fırat Üniversitesi

Prof. Dr. Bünyamin Bacak
Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi

Prof. Dr. H. Emre Bağce
Marmara Üniversitesi

Prof. Dr. Kaya Bayraktar
Yalova Üniversitesi

Prof. Dr. Filiz Aydoğan Boschele
Marmara Üniversitesi

Prof. Dr. Güven Büyükbaykal
İstanbul Üniversitesi

Prof. Dr. Yüksel Dede
Gazi Üniversitesi

Prof. Dr. Nesrin Kula Demir
Afyon Kocatepe Üniversitesi

Prof. Dr. Adem Doğan
Cumhuriyet Üniversitesi

Prof. Dr. Barış Doster
Marmara Üniversitesi

Prof. Dr. Can Erbil
Boston College

Prof. Dr. Ayhan Gençler
Trakya Üniversitesi

Prof. Dr. Ayşen Akkor Gül
İstanbul Üniversitesi

Prof. Dr. Burcu Kümbül Güler
Dokuz Eylül Üniversitesi

Prof. Dr. Uęur Gündüz
İstanbul Üniversitesi

Prof. Dr. Muhsin Halis
Kocaeli Üniversitesi

Prof. Dr. Esra Hatipoęlu
Nişantaşı Üniversitesi

Prof. Dr. Metin Işık
Sakarya Üniversitesi

Prof. Dr. Özer Kanburoęlu
İstanbul Aydın Üniversitesi

Prof. Dr. Kutay Karaca
Nişantaşı Üniversitesi

Prof. Dr. Hikmet Kırık
İstanbul Üniversitesi

Prof. Dr. Emine Koyuncu
Marmara Üniversitesi

Prof. Dr. Sadık Öncül
Cumhuriyet Üniversitesi

Prof. Dr. Birsen Örs
İstanbul Üniversitesi

Prof. Dr. Barış Özdal
Uludağ Üniversitesi

Prof. Dr. Abdullah Özkan
İstanbul Üniversitesi

Prof. Dr. Seçkin Özmen
İstanbul Üniversitesi

Prof. Dr. İrfan Paçacı
Marmara Üniversitesi

Prof. Dr. Burcu Pelvanoęlu
Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi

Prof. Dr. Fikri Salman
İzmir Katip Çelebi Üniversitesi

Prof. Dr. Kemalettin Şahin
Ondokuz Mayıs Üniversitesi

Danışma Kurulu / Advisory Board

Prof. Dr. Abdulkadir Şenkal
Kocaeli Üniversitesi

Prof. Dr. Rıdvan Şentürk
İstanbul Ticaret Üniversitesi

Prof. Dr. Ahmet Şimşek
İstanbul Üniversitesi

Prof. Dr. İbrahim Şirin
Kocaeli Üniversitesi

Prof. Dr. Abdullah Taşkesen
Bingöl Üniversitesi

Prof. Dr. Turgay Uzun
Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi

Prof. Dr. Haldun Yalçınkaya
TOBB Ekonomi ve Teknoloji Üniversitesi

Prof. Dr. Bahattin Yaman
Süleyman Demirel Üniversitesi

Prof. Dr. Ergün Yolcu
İstanbul Üniversitesi

Prof. Dr. Sayım Yorgun
İstanbul Üniversitesi

Doç. Dr. Banu Akdenizli
Northwestern Üniversitesi

Doç. Dr. Salih Akkanat
Gümüşhane Üniversitesi

Doç. Dr. Emre Ateş
İstanbul Üniversitesi

Doç. Dr. Anıl Ertok Atmaca
Karabük Üniversitesi

Doç. Dr. Ebubekir Ayan
Kocaeli Üniversitesi

Doç. Dr. Meryem Ayan
Pamukkale Üniversitesi

Doç. Dr. Göksel Aymaz
Marmara Üniversitesi

Doç. Dr. Ülkü Ayşe Oğuzhan Börekci
Gazi Üniversitesi

Doç. Dr. Fatih Demir
Celal Bayar Üniversitesi

Doç. Dr. Fahri Erenel
İstinye Üniversitesi

Doç. Dr. Şakir Eşitti
Ardahan Üniversitesi

Doç. Dr. Nilsen Gökçen
Dokuz Eylül Üniversitesi

Doç. Dr. Filiz Erdemir Göze
Gazi Üniversitesi

Doç. Dr. Ayşe Bilge Gürsoy
Marmara Üniversitesi

Doç. Dr. Gülcan Işık
Gazi Üniversitesi

Doç. Dr. Oğuz Işık
Hacettepe Üniversitesi

Doç. Dr. Tolga Kara
Marmara Üniversitesi

Doç. Dr. İhsan Karlı
Kocaeli Üniversitesi

Doç. Dr. Nazım Kartal
Sinop Üniversitesi

Doç. Dr. Bedrettin Kesgin
Yalova Üniversitesi

Doç. Dr. Harun Kırılmaz
Sakarya Üniversitesi

Doç. Dr. Mustafa Kocaoğlu
Ahi Evran Üniversitesi

Doç. Dr. Selçuk Koç
Kocaeli Üniversitesi

Doç. Dr. Ayşe Koncavar
Marmara Üniversitesi

Doç. Dr. Oya Korkmaz
Mersin Üniversitesi

Doç. Dr. Mahmut Masca
Afyon Kocatepe Üniversitesi

Doç. Dr. Pınar Seden Meral
Beykoz Üniversitesi

Doç. Dr. Alparslan Nas
Marmara Üniversitesi

Doç. Dr. Mehmet Özçağlayan
Marmara Üniversitesi

Doç. Dr. Mehmet Hilmi Özkaya
Uşak Üniversitesi

Doç. Dr. Armağan Öztürk
Artvin Çoruh Üniversitesi

Doç. Dr. Veli Polat
İstanbul Üniversitesi

Doç. Dr. Hakan Samur
Mardin Artuklu Üniversitesi

Doç. Dr. Doğa Başar Sariipek
Kocaeli Üniversitesi

Danışma Kurulu / Advisory Board

Doç. Dr. Şükrü Sim
İstanbul Üniversitesi

Doç. Dr. Köksal Şahin
Sakarya Üniversitesi

Doç. Dr. Yasin Şehitoğlu
Yıldız Teknik Üniversitesi

Doç. Dr. Soyalp Tamçelik
Gazi Üniversitesi

Doç. Dr. Hacı Yunus Taş
Yalova Üniversitesi

Doç. Dr. Coşkun Taştan
Polis Akademisi

Doç. Dr. Yıldırım Torun
Yalova Üniversitesi

Doç. Dr. İnci Yakut
Kocaeli Üniversitesi

Doç. Dr. Bora Yenihan
Kırklareli Üniversitesi

Doç. Dr. Sinem Yıldırım alp
Sakarya Üniversitesi

Doç. Dr. Nilgün Çelebi Yıldız
Marmara Üniversitesi

Doç. Dr. Mustafa Yılmaz
Kocaeli Üniversitesi

Doç. Dr. Aslı Yurdigül
Erzurum Atatürk Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Şevket Kamil Akar
İstanbul Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Ferda Alper Ay
Cumhuriyet Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Edip Asaf Bekaroğlu
İstanbul Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Yusuf Budak
Kocaeli Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Abdurrahman Çalık
Yüzüncü Yıl Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Adem Çelik
Kafkas Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Oktay Çetin
Piri Reis Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Elif Demoğlu
Marmara Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Hakkı Cenk Erkin
Kocaeli Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Devrim Ertürk
Dokuz Eylül Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Zühal Fidan
Aksaray Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Şenel Gerçek
Kocaeli Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Özlem Gök
Gaziosmanpaşa Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Yusuf Ziya Gökçek
Marmara Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Erdinç Gülbaş
Esenyurt Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Ahmet Güven
Bandırma Onyedli Eylül Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Bülent Kabaş
Sakarya Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Zeynep Kaban Kadioğlu
Marmara Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi İsmet Bihter Karagöz
Gelişim Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Berna Karagözoğlu
Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Atahan Birol Kartal
Beykent Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Yasin Keleş
Ondokuz Mayıs Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Tuğrul Korkmaz
Aksaray Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Abdullah Köktürk
Piri Reis Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Yalçın Lüleci
Marmara Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Haldun Narmanlıoğlu
Marmara Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Mustafa Otrar
Marmara Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Seçil Özay
Marmara Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Ali Özcan
Gümüşhane Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Fatma Yurttaş Özcan
Sakarya Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Lale Özdemir
Marmara Üniversitesi

Danışma Kurulu / Advisory Board

Dr. Öğr. Üyesi Arzu Özsoy Özmen
Kocaeli Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Mert Sunar
İstanbul Medeniyet Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Feryade Tokan Şenol
Yeditepe Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Sefa Usta
Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Hasan Uzun
Fırat Üniversitesi

Öğr. Gör. Dr. Esra Cizmeci
Yalova Üniversitesi

Arş. Gör. Dr. Aysel Ay
Marmara Üniversitesi

Dr. Ahmet Tetik

Arş. Gör. Ali Hikmet Korkmaz
Ahi Evran Üniversitesi

İNSAN&İNSAN, Yıl/Year: 7 Sayı/Issue: 25 Yaz/Summer 2020

Sayı editörü / Editor of this issue

Doç. Dr. Salih Akkanat
Gümüşhane Üniversitesi

İNSAN&İNSAN, Yıl/Year: 7 Sayı/Issue: 25 Yaz/Summer 2020

Bu Sayının Hakemleri / Referees of this issue

Doç. Dr. Metin Aksoy
Gümüşhane Üniversitesi

Doç. Dr. Kadir Caner Doğan
Gümüşhane Üniversitesi

Doç. Dr. Sertaç Timur Demir
Gümüşhane Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Orhan Bingöl
Gümüşhane Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Fatih Çelik
Trabzon Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Ersin Diker
Gümüşhane Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Zeliha Dişçi
Kafkas Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Vahit Güntay
Karadeniz Teknik Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Ahmet Güven
Bandırma Onyedli Eylül Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Alper Işık
Sakarya Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Erol Kalkan
Karadeniz Teknik Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Cihan Kaymaz
Kafkas Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Duygu Şimşek Aktaş
Gümüşhane Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Faruk Taşkın
Artvin Çoruh Üniversitesi

Arş. Gör. Dr. Mustafa Ali Mınarlı
Marmara Üniversitesi

İÇİNDEKİLER CONTENTS

MAKALELER ARTICLES

H. EMRE BAĞCE	
<i>Türkiye’de Medya ve Demokrasinin Yapısal ve Etik Sorunları</i> <i>Structural and Ethical Problems of Media and Democracy in Turkey</i>	9
<hr/>	
MUSTAFA C. SADAKAOĞLU / ÖZGÜR EMEK KORKMAZ	
<i>Geleneksel ve Dijital Kitle İletişim Araçları Bakımından</i> <i>1952 ve 2008 ABD Başkanlık Seçim Kampanyaları</i> <i>The 1952 and 2008 US Presidential Election Campaigns in terms of</i> <i>Traditional and Digital Mass Communication</i>	29
<hr/>	
AHMET YİĞİTALP TULGA	
<i>The Role of Mass Media in Terrorism and Its Effect on Individuals</i> <i>Kitle İletişim Araçlarının Terörizmdeki Rolü ve Bireyler Üzerindeki Etkisi</i>	47
<hr/>	
ÇAĞLA PINAR TUNÇER	
<i>Sosyal Medya ve Şiddet: Ekşi Sözlük’te Çinli Algısı</i> <i>Social Media and Violence: Chinese Perception in Ekşi Sözlük</i>	65
<hr/>	
YAZIM KURALLARI / PUBLICATION RULES / 85	



Türkiye’de Medya ve Demokrasinin Yapısal ve Etik Sorunları

H. EMRE BAĞÇE*
emrebagce@yahoo.com
ORCID ID: 0000-0001-6532-7336

Öz: Modern dünyada medya ve demokrasi iç içe işlediğinden birindeki sorunlar diğerini derinden etkiler. Medya-demokrasi ilişkisi kadar, yapılar ve etik de birbiriyle sıkı şekilde bağlantılıdır. Etik sorunlar, büyük ölçüde yapısal düzenleme ve mekanizmalardan kaynaklanır. Bu çalışma, Türkiye’de medya ve demokrasinin sorunlarını yapısal ve kurumsal bir bakışla tartışmaktadır. Türkiye’deki hâkim demokrasi zihniyetinin ve yüzde 10 seçim barajının demokrasiyi kötürüm hale getirdiği, gayri adil temsil mekanizmalarının ve siyasetçiler arasındaki kutuplaşmanın kamu menfaatini zayıflattığı tartışılmaktadır. Bu rekabette, karşıt siyasi aktörler arasındaki menfaat çatışmasının toplumun aleyhine fakat siyasetçi sınıfın lehine işlediği ileri sürülmektedir. Demokrasiye dair sorunlar medyaya da sirayet etmektedir. Medyanın yapısal ve etik sorunları bu kapsamda analiz edilmektedir. Medya sahiplik yapısı, kamusal medya kuruluşlarının durumu, tarafsız özenetim mekanizmalarının eksikliği ve gazetecilerin kişisel etik sorunları incelenmektedir. Tüm bu yapısal ve etik meselelerde siyasetçilerin rolü özellikle sorgulanmaktadır.

Anahtar kelimeler: Medya-demokrasi ilişkisi, Yapısal yaklaşım, Medya etiği, Çıkar çatışması, Türkiye’de siyasetçi sınıfı.

Giriş

Medya ve demokrasi birbiriyle derinden ilişkilidir. Kamu hizmetinde medya ne kadar işlevselse, demokrasi de o kadar güçlüdür. Bunun tersi de doğrudur; demokrasi ne denli sağlıksızsa, medya da vatandaşların hak ve özgürlüklerinin korunması bakımından o denli işlevsiz kalır, hatta bozuk işlev görür. İkisi arasındaki köklü ilişkilere tarih tanıklık eder.¹ Ancak, günümüzde herkesin önemini vurguladığı bir çağda, medya birçok toplumda demokratik işlevlerini tam olarak yerine getiremiyor. Anayasa ve temel belgelerde yazanlar kanunlara yansımıyor veya yeterince uygulanmıyor; medya yeterli düzenlemelerden mahrum kalıyor –veya bırakılıyor. Kimi

* Prof. Dr., Marmara Üniversitesi, İletişim Fakültesi.

1 Basın özgürlüğü ve medya-demokrasi ilişkilerine dair bkz. John Keane, *Medya ve Demokrasi*, çev. Haluk Şahin, İstanbul: Ayrıntı, 2010.

toplumlarda kültürel kodlar ve hukuk, etik davranışları güçlendirmiyor. Toplum ve yönetimler arasındaki arz-talebe göre; kanun yapımcılar ve uygulayıcılar etik ilke ve davranışlara pek çok durumda hassasiyet göstermiyor.

Vatandaşların her biri –siyasi aktör, medya sahibi, gazeteci veya okur-izleyici olarak– yaşanan sorunların bir parçası, faili veya mağdurudur. Yapısal ve kurumsal bir perspektifle bakıldığında, Türkiye’de medya ve demokrasiye dair oynanan oyunun bizzat kendisinin kusurlu olduğu görülür. Nasıl bir oyun kurulmuştur ki, toplumu derinden etkilemekte, toplam kaliteyi azaltmakta, vatandaşların şikâyet ettiği bir siyaset ve medyaya yol açmaktadır?

Herkes aynı sahnede, aynı oyunu oynuyor, mücadele ise çoğunlukla roller için veriliyor. Farklı bir sahnede farklı bir oyun oynanabileceği düşünülüyor. Türk siyasi tarihi muhalefette iken, iktidarın karar ve uygulamalarını kıyasıya eleştiren; iktidara geldiğinde, söylediklerini tersine çeviren sayısız örnekle doludur. Dolayısıyla, demokrasi ve medyaya dair sorunları sadece iktidarlara özgü bir sorun olarak görmek eksik bir değerlendirme olur. Siyasi aktörler imkân ve kapasitelerine göre, bir sınıf olarak genellikle kendi çıkarlarını önceler; toplumun ortak menfaatini ikinci plana atarlar. Siyasetteki ayrışma, toplumla birlikte medyayı da kutuplara doğru çeker. Toplumun ortak menfaatini güvence altına alacak etik zemin ve kurumsal düzenlemeler tahrip olurken, toplum, siyasi aktörlerin kurduğu klientalizm veya patron-yaşama ilişkisi içine hapsolür. Bu durumun kazananı siyasetçiler, kaybedeni toplum ve kurumlar oluyor.

Bu çalışmada, medya ve demokrasinin yapısal ve etik sorunlarının birbirinden ayırlamayacak ölçüde iç içe geçtiği; sorunların tespiti ve çözümü için tarihsel arka planla birlikte, yapısal ve kurumsal bir yaklaşıma ihtiyaç bulunduğu ileri sürülmektedir.² Makalede, Türkiye’de medya ve demokrasi arasındaki ilişkiler, ortak sorun alanları değerlendiriliyor; medya ve demokrasiyi zayıflatan, hatta kötürüm bırakan yapı ve mekanizmaların bir çözümlemesi yapılıyor. Siyasi aktörlerin medya ve demokrasiye yaşanan yapısal ve etik sorunlardaki rolü özellikle analiz ediliyor. Bu bakımdan, demokrasi ve medyaya dair sorunların ağırlıklı kısmının, çıkar çatışması ve menfaat kaygılarından kaynaklandığı, bu sorunları çözecek düzenlemeler yapılmadan, medya ve demokrasiye dair kurumsal ve etik sorunları çözmenin güç olduğu tartışılıyor. Bu doğrultuda, Türkiye’de demokrasi ve medyada sağlıklı işleyen kurum ve yapıların rastgele oluşmadığı, eksiklik veya yetersizliklerin, doğrudan veya dolaylı olarak siyaset ve medyada oyun kurucu aktörlerin menfaatine hizmet ettiği ileri sürülüyor.

Medya-Demokrasi ilişkisi

Bir toplumda, vatandaşların bir arada, mutlu yaşayabilmesi bir dizi koşula bağlıdır: Çoğulcu bir ortam, vatandaşların taleplerinin saygıyla karşılanması, farklı talep ve tercihlerin asgari müştereklerde buluşturulması gibi. Fakat bunun için yönetimlerin, vatandaşların taleplerine karşılık verebilmesi, şeffaf ve hesap verebilir olması bek-

² Medya etiğine dair benzer bir tartışma için bkz. Haluk Şahin, “Medya Etiği ve Yapısal Gerçekler”, Feriâl Örs (der.), *Medyaetik*, Bursa: Sentez, 2016, s.13-22.

lenir. Güçler ayrımının yanı sıra, kurumların yapı ve işleyişinde hukuki ve etik pek çok düzenlemeye ihtiyaç duyulur. Bu sebeple, halkın yönetimi anlamına gelen demokrasi, aynı zamanda kurallar ve kurumlar yönetimi olarak nitelenir. Yönetimlerin seçim yoluyla gelip, görevden seçim yoluyla ayrılması temsili demokrasinin başlıca şartlarından birini oluşturur. Demokrasi, katılımın yanı sıra, çoğulculuk, hukukun üstünlüğü, şeffaflık, hesap verebilirlik gibi hayati bileşenleri içerir. Yasama, yürütme, yargı güçleri arasında ayrım, özellikle yürütmenin sınırlandırılması demokrasilerin olmazsa olmazı ve en önemli meselesi olarak dikkat çeker.

Medya ile demokrasinin kesiştiği noktaların başında haber, bilgi ve enformasyonun vatandaşlara tam ve doğru iletimi gelir. Çünkü doğru haber ve bilgi insanların ve organizasyonların rasyonel kararlar vermesini mümkün kılar. Başta temel hak ve özgürlükler olmak üzere, demokratik hakların etkili şekilde kullanımında medyanın bilgilendirme, haber verme işlevi stratejik değer taşır.

Demokratik toplumlarda medya, bilgi ve haber sunmanın yanı sıra, dördüncü kuvvet olarak, toplum adına yönetimler üzerinde gözetim ve denetim işlevinde bulunur. Böylece, yönetimlerin demokrasi sınırları içinde kalarak kamu menfaati, hukukun üstünlüğü, şeffaflık, hesap verebilirlik esaslarına göre görevlerini yerine getirmesi sağlanır.³

Medya, iki ucu keskin bir bıçağa benzer; Althusser'in deyimiyle devletin ideolojik bir aygıtına,⁴ Herman ve Chomsky'nin ifadesiyle rıza üreten bir propaganda aracına⁵ dönüşebilir. Enformasyonu manipüle ederek toplumlara yönetimlerin karar ve uygulamalarına boyun eğmeye ikna eden bir mekanizmaya evrilebilir. Bu sebeple, kamu yararı ve demokrasiye dair işlevlerini yerine getirebilmesi koşullara bağlıdır. Bunların başında basın özgürlüğü gelir. Fikir, inanç ve ifade özgürlüğünün önemli bir parçasını oluşturan basın özgürlüğü ancak güçler ayrımının gerçekleştiği, yönetimlerin sınırlandırıldığı ortamlarda hayat bulabilir. Basın özgürlüğü hem yönetimleri sınırlandıran, hem de inşasına katkıda bulunduğu demokratik ortamlarda yaşayabilen hassas bir değerdir.

Medyaya dair kritik bir soru şudur: Medya, demokrasi açısından üstlendiği işlevleri yerine getirmeyip, kendinden beklenenin tam tersi bir rol oynarsa ne olur? Bir anlamda, kamusal alanı gözetlemesi beklenen medya, toplumun ortak menfaatinden ziyade iktidarların veya farklı kesimlerin menfaatini kollayacak şekilde hareket ederse? Kuşkusuz bu, medyanın demokrasi açısından hayati görülen işlevlerinin çalışmadığı, hatta tersine döndüğü bir durum demektir. O zaman, medya iktidarların veya farklı güç odaklarının toplum üzerinde hegemonya kurmasına hizmet eder; toplumu ve bireyleri keyfi karar ve uygulamalara karşı korunaksız bırakmakla kalmaz, aynı zamanda onları meşrulaştıracak bir rol oynar. Peki, medya demokratik işlevlerini yerine getiremez hale nasıl gelir?

3 H. Emre Bağce, "Medya ve Demokrasi", Independent Türkçe, 14.04.2019, çevrimiçi: <https://www.indyturkish.com/node/19681/turkiyeden-sesler/medya-ve-demokrasi>.

4 Louis Althusser, *İdeoloji ve Devletin İdeolojik Aygıtları*, çev. Yusuf Alp, Mahmut Özışık, İstanbul: İletişim, 1994.

5 Edward S. Herman ve Noam Chomsky, *Rızanın İmalatı: Kitle Medyasının Ekonomi Politikası*, çev. Ender Abadoğlu, İstanbul: Aram, 2006.

Medya ve Demokrasi için Yapısal ve Kurumsal Bir Yaklaşım İhtiyacı

Yapısalcılık, bir kültür veya toplumdaki yapıların ve o yapılar arasındaki ilişkilerin anlamıyla meşgul olur. Diğer bir ifadeyle, herhangi bir toplumdaki –kültür, ekonomi, siyaset veya hukuk gibi– yapı ve sistemlerin oluşumunu, işleyişini çözümler. Bu yolla, herhangi bir kültür veya sistemin nasıl yeniden üretildiğini belirlemeye çalışır.

Yapısal-işlevselcilik sistem analizlerine ve yapı-işlev ilişkilerine dair geniş bir çerçeveye sunarken, tarihsel veya sosyolojik türleriyle kurumsalcılık şu evrensel gerçeği hatırlatır: Bir yapı veya kurum nasıl tasarlanır ve inşa edilirse, ona göre işler ve ürünler verir. Bunu “ne ekerseniz, onu biçersiniz” atasözü özlü biçimde ifade eder; yani, biçilebilecek olan ancak ekilenin bir uzantısı veya sonucu olabilir, onun potansiyeli veya sınırları dışında bir şey değil. Bu kapsamda, bir kurumun –bu, eğitim, sağlık, medya, yönetim, hukuk vb. olabilir– üreteceği sonuçları, onun tasarlanış ve işleyiş biçimi belirler.

Yapısal bir perspektifle, medya ancak kendisini meydana getiren düzeneklere göre işleyebilir ve çıktı verebilir. Sınır Tanımayan Gazeteciler Örgütü, bu bakışla, farklı ülkelerde medyanın koşullarını ve basın özgürlüğünü şu ölçütlerle değerlendirir: *Çoğulculuk, medya bağımsızlığı, çevre ve oto-sansür, yasal çerçeve, şeffaflık, altyapı ve baskı*.⁶ Bu şekilde, fikir ve kanaatlerin medyada ne ölçüde temsil edildiği; medyanın siyasi, idari, ticari veya başka güçlerden ne ölçüde bağımsız işleyebildiği, yasal ve teknik koşulların niteliği ve gazetecilerin durumu sorgulanır.

Basın özgürlüğüne dair ölçütlerle, demokrasi, hukuk, siyasi hak ve özgürlükler gibi birçok alanda kullanılan kıstaslar benzer veya birbirini tamamlar niteliktedir.⁷ Hukukun üstünlüğünde örneğin, yürütmenin sınırlandırılması, yolsuzluk durumu, yönetimin açıklığı, temel haklar, düzen ve güvenlik, düzenleyici uygulamalar ve yargının işleyişi gibi faktörlere bakılır. Yürütmenin sınırlandırılmasındaki amaç yönetimde hiçbir organın tek başına sınırsız güç kullanmaması, bu doğrultuda gücün dağıtılması ve denetlenmesidir. Yürütmenin işlemlerinin yasama, yargı ve bağımsız inceleme ve denetleme kuruluşlarının yanı sıra, etkili bir medya ve sivil toplum denetimine tabi olmasıdır.⁸

Hukuk ve demokrasinin işleyişinde yürütmenin sınırlandırılması ve medya ne kadar elzemse, medyanın işleyişinde de hukuk ve demokrasi o derece mühimdir. Robert Dahl’ın biçimsel bir demokrasi (poliarşi) için sıraladığı asgari yedi koşul bu bakımdan dikkat çeker. Bu koşullardan bir kısmı demokrasiyle, bir kısmı medyayla alaka-

6 “2015 World Press Freedom Index”, Reporters Without Borders, <https://index.rsf.org/#!/index-details>.

7 Bkz. David F. J. Campbell, Paul Pözlbauer, Thorsten D. Barth ve Georg Pözlbauer, *Democracy Ranking 2015 (Scores)*, Vienna, 2015, çevrimiçi: http://democracyranking.org/ranking/2015/data/Scores_of_the_Democracy_Ranking_2015_A4.pdf. *Freedom in the World 2016: Anxious Dictators, Wavering Democracies: Global Freedom under Pressure*, Freedom House, 2016, s.20-24. Örneğin, ekonomik özgürlük, gelir dağılımı eşitsizliği, yoksulluk, küresel barış, iyi ülke, istikrar veya kırılganlık gibi endeksler için bkz. H. Emre Bağçe, *Parlamentar Sistem mi, Başkanlık mı?*, İstanbul: Gonca, 2016.

8 *Rule of Law Index 2015*, World Justice Project, 2015, çevrimiçi: <http://worldjusticeproject.org/factors/constraints-government-powers>. Bağçe, *Parlamentar Sistem mi, Başkanlık mı?*, s.135-154.

lıdır. Kararların anayasal olarak seçilmiş organlarda bulunması; sık ve dürüst yapılan seçimlerle işbaşına gelmesi; pratik olarak vatandaşların seçme ve seçilme hakkını kullanabilmesi ve siyasi parti veya bağımsız STK kurabilmesi demokrasiyle ilgilidir. Siyasi meselelerde vatandaşların bir ceza tehdidiyle karşılaşmadan kendilerini ifade edebilmeleri; vatandaşların alternatif bilgi kaynaklarına erişim imkânına sahip olması, alternatif kaynakların bulunması ve bunların kanunlarla korunuyor olması ise medyayla ilgilidir.⁹

Alternatif bilgi kaynakları ve çoğulcu bir medya yapısı, görüldüğü üzere, demokrasinin ayrılmaz bir parçasını teşkil eder; bağımsız sivil toplumun varlığı da, asgari bir demokrasinin olmazsa olmazları arasında yer alır. Vatandaşların herhangi bir göreve seçilmek için aday olabilmelerinden, seçilenlerin görev sürelerine kadar geniş bir uygulama setine bakarak bir toplumda demokrasinin ne ölçüde yerleştiği saptanabilir. Kuşkusuz, çoğulculuk, hukukun üstünlüğü, fırsat eşitliği, bilgiye erişim, katılım, şeffaflık, hesap verebilirlik gibi unsurlar sağlıklı bir demokrasi ve medyanın temelini oluşturur; bu öğeler aynı zamanda bir toplumdaki sosyo-kültürel, siyasi veya ekonomik yapıların işleyişini de derinden etkiler.

Bu kapsamda, medya ve demokrasinin işleyişinde siyasi ortamın ve iktidar-muhalefet ilişkilerinin belirleyici rolünü vurgulamak gerekir. Türkiye’de iktidar-muhalefet ilişkilerinin kuruluş biçimi demokrasi ve medyanın yapısını ve işleyişi de biçimlendirmektedir. Siyasi aktörler arasındaki çıkar çatışması sebebiyle, sağlıklı zeminde kurulan ilişkiler sadece demokrasiyi değil, medya ve sivil toplumu da kötürüm bırakmaktadır. Bunun nasıl olduğu takip eden kısımlarda değerlendirilmektedir.

Türkiye’de Demokrasiye Dair Yapısal ve Etik Meseleler

Türkiye’de demokrasiye dair hazırlanacak bir meseleler listesinde siyasi kültür ve zihniyet sorunları geniş yer tutar. Hukuki düzeyde ise anayasanın içerik ve uygulanmasından kaynaklanan sorunlar ve yürütmenin sınırlandırılması meselesi dikkat çeker. Aksak bir parlamenter sistemden, aşırı yetkilerle donatılmış bir başkanlık sistemine geçiş bunun göstergesidir. Yasama, yürütme ve yargı arasındaki denge ve denetleme sorununa siyasetin finansmanı, katılım ve şeffaflıkla alakalı sorunlar eşlik eder. Kurumsal açıdan, siyasi partiler ve seçim kanunlarının demokrasiye maliyeti ise hayli ağırdır.

Bu kısımda, bir sınıf olarak siyasetçilerin toplum menfaatinden ziyade kendi menfaatlerini öncelemelerine imkân veren, Türkiye’deki hâkim demokrasi zihniyeti ve seçim sistemi üzerinde durulacak; ayrıca Türkiye’de tabu sayılan bir konu, siyasette menfaat çatışması bakımından iktidar-muhalefet ilişkileri ele alınacaktır.

Siyasi parti ve aktörlerin muhalefette ve iktidardaki tutumları ve kullandıkları araçları çoğu vakit uyumsuzdur. Karşılıklı saygı, nezaket, farklılıklara tahammül gibi asgari ahlaki ve demokratik ilkelerle telif edilemeyecek şekilde kurulan ilişkiler, biz-

⁹ Philippe C. Schmitter, Terry Lynn Karl, “Demokrasi Nedir, Ne Değildir?”, Larry Diamond, Marc F. Plattner (der.), *Demokrasinin Küresel Yükselişi*, Ankara: Yetkin, 1995, s.72-73. Robert A. Dahl, *Demokrasi ve Eleştirileri*, çev. Levent Köker, Ankara: Yetkin, 1996, s.296-297.

zat demokrasi üzerinde yıpratıcı bir etkiye sahiptir. Siyaseti meslek edinen aktörler, kişisel menfaatlerini genellikle vatandaşların ortak menfaatinin önüne koymaktadır. Dolayısıyla, bu sorunlar göz önüne alınmadan, Türkiye’de demokrasi ve medyaya dair yapısal ve etik meseleleri kavramak ve sağlıklı çözümler üretmek havanda su dövmeye benzemektedir.

Demokrasi Zihniyetindeki Sakatlıklar

Her yönetim gibi, demokrasinin de kendine özgü asgari koşulları bulunur. En başta, vatandaşların kanun önünde eşitliğini, hak ve özgürlüklerini garanti altına alan düzenlemelere ihtiyaç duyulur. Adil bir seçim sisteminin yanı sıra yürütmeden bağımsız bir hukuk sistemi gerekir.

Demokrasinin sorunları genellikle çoğulculuğu dışlayan, çoğunlukçu anlayışla dış vurur. Çoğunluk, demokrasi için gerekli şartlardan biridir, ancak bir yönetimin demokratik olup olmadığı sadece çoğunluğa dayanıp dayanmamasına bakılarak belirlenemez. Demokrasi bu yüzden, çoğunluğun karar verdiği, azınlığın ise haklarının korunduğu yönetim olarak da tarif edilir. Bu yüzden, J. Stuart Mill’in birkaç yüzyıl önce yaptığı “çoğunluğun tiranlığı” eleştirisini¹⁰, 20. yüzyılda Leszek Kolakowski “nüfusun yüzde 51’inin geri kalan yüzde 49’u hiçbir cezayla karşılaşmaksızın kılıçtan geçirebildiği bir rejime demokrasi demeyiz”¹¹ ifadeleriyle hatırlatır.

Türkiye’deki hâkim demokrasi zihniyeti, demokrasiyi çoğunlukla özdeşleştirip çoğulculuğu ihmal eder. Çok partili sisteme geçildikten sonraki tecrübe göstermektedir ki, Türkiye’de demokrasi temsili demokrasiye, temsili demokrasi seçime, seçimler de her ne pahasına olursa olsun kazanmaya indirgenmektedir.¹²

Demokrasi, vatandaşların eşitliği ve ahlaki bakımdan denkliliğinin yanı sıra, doğru veya yanlış karar verebilen rasyonel insan kabulüne dayanır. Bu bakımdan, Türkiye’de anayasanın, demokrasinin vazgeçilmez unsuru olarak siyasi partileri görmesi bir eksikliğe işaret eder. Hâlbuki demokrasinin vazgeçilmez unsuru, siyasi partilerden ziyade vatandaşlardır; siyasi partiler vatandaşların ortak siyasi amaçlarını gerçekleştirmek amacıyla meydana getirdiği siyasi organizasyonlardır sadece. Demokrasi kelimesi anlamı itibariyle de siyasi partilere değil, halka veya vatandaşlara işaret eder. Bu zihniyetin Türkiye’de demokrasiyi nihai olarak siyasi partilere ait bir alana dönüştürdüğü, böylece vatandaş katılımını sınırlandırdığı not edilmelidir. Adına daha ziyade partiler demokrasisi diyebileceğimiz bu zihniyetin bir yansıması olarak, vatandaşlar seçimden seçime oy veren veyahut bir siyasi partiyi destekleyen edilgen varlıklar olarak görülmektedir. Bu ise halkın katılımına ve denetimine neredeyse kapalı bir siyaset ve demokrasi anlayışını pekiştirmektedir.

Demokrasinin sağlıklı işlemesi için vatandaşların tam ve doğru bilgiye erişimi,

10 Bkz. Struan Jacobs, “John Stuart Mill on the Tyranny of the Majority”, *Australian Journal of Political Science*, 28/2 (1993): 306-321.

11 Leszek Kolakowski, “Demokratik bir Çağın Belirsizlikleri”, Larry Diamond, Marc F. Plattner (der.), *Demokrasinin Küresel Yükselişi*, Ankara: Yetkin, 1995, s. 390.

12 Ayrıntılı tartışmalar için bkz. H. Emre Bağçe, “Siyaset ve Demokrasi Üzerine Eleştirel Bir Değerlendirme”, *Amme İdaresi Dergisi*, 40/4 (2007): 1-19.

bunun içinse kamu otoritesinin gerekli tedbirleri alması gerekir. Ancak Türkiye’de demokrasinin fiilen uygulandığı seçim dönemlerinde dahi, bilgi ve enformasyon yerine propagandanın hâkim olduğu görülür. Seçim kanunlarında, seçim faaliyetlerinin, seçim kampanyası yerine hâlâ “seçim propagandası” şeklinde nitelenmesi Türkiye’deki hâkim demokrasi zihniyetini sarıh bir şekilde ortaya koymaktadır.¹³ Demokratik tercihlerin yapıldığı bir süreç, propaganda dönemi olarak nitelendiğinden, siyasi partiler ve aktörler de, halkı bilgilendirmekten ziyade propaganda yöntemlerine başvurmuştur. Bu ise demokrasiyi “sandıkçılık”¹⁴ anlayışına indirgemektedir. Seçim kazanmanın nihai amaca dönüştüğü bir ortamda her yol mubah görülür hale gelmektedir.

Türkiye’de anayasa yapım süreçleri ve değişiklikleri göstermektedir ki, yönetimin esaslarına dair toplumda asgari bir görüş birliği sağlanmış değil. Bu ise farklı kesimler arasında ortak yaşam alanına dair belirsizliği artırırken, yönetime gelen tarafa dilediği gibi hareket edebileceği geniş bir hareket alanı sağlıyor. Çatışmacı bir siyasetin tohumları bu ortamda sürekli filizlenip boy veriyor.

Demokrasinin Önündeki Yapısal Engeller: Seçim Sistemi ve Barajlar

Türkiye’de demokrasinin önündeki yapısal engeller arasında seçim sistemi ve barajlar başat yer tutar. 12 Eylül 1980 darbesi sonrasında beş kişilik Milli Güvenlik Konseyi tarafından hazırlanan Milletvekili Seçimi Kanunu’yla, milletvekili seçimlerinde yüzde 10 ülke barajı ve seçim çevresi barajı benimsenmiştir; yüksek oy alan siyasi partiyi gözeten d’Hondt sistemi de bu düzenlemeler arasındadır. Herhangi bir siyasi parti farklı seçim çevrelerindeki barajı aşabilse dahi, yüzde 10 ülke barajını aşamadığında Mecliste temsil edilmemektedir. O partinin kazanabileceği milletvekillikleri de, yüzde 10’u geçenler arasında paylaşılmaktadır.

Türkiye’de hâkim demokrasi zihniyetinin en önemli göstergelerinden biri olan yüzde 10 barajı, şimdiye kadar Anayasa Mahkemesi tarafından da temsilde adalet ilkesine aykırı görülmemiş, yönetimde istikrar adı altında 1983’ten bugüne kadar uygulanmıştır. Bu sistemle, toplumdaki tüm taleplerin Meclis’e yansması ciddi biçimde sınırlandırıldığı gibi, barajı geçemeyeceği endişesiyle vatandaşlar en çok oy alan parti etrafında kümelenmeye zorlanmıştır. Bu ise, aşırı temsille birlikte halka karşı sorumluluk duymayan bir parti sistemini tahkim etmiştir.

2017 yılında yapılan sistem değişikliği ile başkanlık sistemine geçilmesine rağmen, yüzde 10 barajı kaldırılmamış, bilakis barajı düzenleyen kanun maddesine ittifaklarla ilgili hükümler eklenerek baraj özellikle sürdürülmüştür.

1983’ten günümüze siyasi partiler yüzde 10 seçim barajı konusunda çoğu vakit ikircikli bir tutum sergilemiştir. Kendi menfaatlerine hizmet edip etmemesine göre tavır

13 Bkz. “Siyasi Partiler Kanunu”, No: 2820, *Resmi Gazete*, 18027, 24.4.1983; “Milletvekili Seçimi Kanunu”, No: 2839, *Resmi Gazete*, 18076, 13.6.1983. “Milletvekili Seçimi Kanunu Görüşmeleri”. *Milli Güvenlik Konseyi Tutanak Dergisi*, Cilt 9, Birleşim 149, 10 Haziran 1983.

14 Bkz. H. Emre Bağce, “Demokraside Sandıkçılık Çağı Kapanıyor”, (Söyleşi), *Agos*, 29.07.2013, çevrimiçi: <http://www.agos.com.tr/tr/yazi/5358/demokraside-sandikcilik-cagi-kapaniyor>.

belirleyerek, muhalefette farklı, iktidarda farklı davranabilmişlerdir.

Yüzde 10 barajı seçmenleri büyük partileri tercihe zorladığı için iktidarda olan partiler tarafından sorgulanmamış, hatta sahip çıkmıştır. Muhalefet partileri arasında da, yüksek oya sahip partiler tarafından doğrudan olmasa da, dolaylı olarak memnuniyetle karşılanmıştır. Küçük partilere gidebilecek oyların, iktidar partisinden sonra yönelebileceği mecralar olmaları dolayısıyla, başta ana muhalefet partileri olmak üzere, görece yüksek oy alan muhalefet partilerinin ana gündemini hiçbir zaman ciddi biçimde meşgul etmemiştir. Bu hususta, toplumdan gelebilecek eleştirileri karşılamak amacıyla, zaman zaman kanun teklifi vererek ya da demeçlerde değinerek meseleyi geçiştirmeyi tercih etmişlerdir. Yüzde 10 barajının sosyal ve ekonomik açıdan olumsuz etkileri konusunda toplumu bilgilendiren kapsamlı çalışmalarla hiçbir zaman yapılmamıştır.¹⁵

Demokrasiyi ciddi biçimde örseleyen bir diğer seçim kanunu, 1983'te göreve başlayan Meclis üyeleri tarafından, 1984'te çıkarılan Mahalli İdareler Seçim Kanunudur. Bu seçim kanunu Milletvekili Seçimi Kanunundan ve seçim barajından ilham alınarak hazırlanmış, ancak demokrasiye yönelik olumsuz bakışta askeri konseyin hayli ötesine geçmiştir. Özellikle Belediye Meclisi ve İl Genel Meclisi Üyeliği seçiminde yüzde 10 barajı ile yetinilmemiştir. Her bir aday veya siyasi partinin aldığı oydaki o seçimi bölgedeki toplam geçerli oyların onda biri, yani yüzde 10'u düşürülmüş; aday veya siyasi partilerin kalan oyları d'Hondt sistemine göre en yüksek oy alan partiler arasında dağıtılmıştır. Bu durumda herhangi bir seçim çevresinde en az yüzde 10 oy alan bir aday veya partinin oyu sıfırlanarak hiçbir sandalye kazanamayacağı bir düzenleme yapılmıştır.

Mahalli İdareler Seçim Kanunundaki bu düzenlemenin de demokrasiyle bağdaşmadığına dair siyasi partiler tarafından vatandaşları bilgilendiren etkili çalışmalar yapılmamıştır. Hâlbuki bu düzenleme askeri darbeyi gerçekleştiren generallerin hazırladığı seçim kanunundan daha fazla vatandaşların temsilini sınırlandırmakta, aşırı temsil yetkisi kazananlara, şehirleri adeta birer ganimet olarak sunmaktadır. Türkiye'nin kronik sorunlarında seçim sistemi ve barajların payı büyüktür; ancak şimdiye kadar bunların değiştirilmesi siyasi aktörler tarafından bir bakıma tabu görülmüş, sürdürülmesi için adeta aralarında örtük bir anlaşma yapılmıştır.

Siyasette Menfaat Çatışması: Siyasi Aktörlerin Önceliği ve Zayıf Kurumsallaşmadaki Rolü

Dürüstlük, tarafsızlık, saygınlık, güven, nezaket, saygı, bilgi verme, saydamlık, katılımcılık ve yöneticilerin hesap verme sorumluluğu evrensel etik değer ve ilkelerdendir. Görevlerin kamu yararı doğrultusunda yapılması; çalışılan kurumla bağlantısı olan kişi veya firmalarla özel iş ilişkisi içine girilmemesi; iş, hizmet veya çıkar ilişkisi

15 Hatta 2017'de, siyasi partiler arasında ittifak düzenlemesinden önce, barajın düşürülmesi veya kaldırılması hususunda muhalefet partilerinden birinin görüşüne karşı diğer siyasi partilerin takındığı tavırlar, barajın kaldırılmasından ne ölçüde rahatsızlık duyduklarını göstermiştir. Barajın kaldırılmasının demokrasi açısından faydasını konuşmak yerine, konuyu ilgili partinin baraj sorununa bağlayarak bir bakıma böyle bir değişikliğin önu kesilmiştir. O dönem medyaya yansıyan demeçlerden ayrıntılar takip edilebilir.

içinde bulunanlardan hediye alınmaması; sunulan burs, seyahat, ücretsiz konaklama ve yemek gibi imkânlardan uzak durulması; görevlerin adil, tarafsız ve eşit şekilde ifası yine kamu yönetime dair ilkelerdendir. Konumuz açısından önemli etik ilkelerden biri çıkar çatışmasından kaçınma, diğeri ise bu doğrultuda, görev ve yetkilerin menfaat sağlamak amacıyla kullanılmamasıdır.¹⁶

Çıkar çatışması dendiğinde bir kişinin görevini tarafsız ve objektif şekilde yerine getirmesini etkileyen, yaptığı işlemlerle kendisine, yakınlarına veya ilişki içinde bulunduğu kişi veya organizasyonlara menfaat sağlayan her türlü durum kastedilmektedir. “Görev ve yetkilerin menfaat sağlamak amacıyla kullanılmaması” ilkesi ise hayli uzun bir liste oluşturur. Bunların arasında, kişinin ayrımcılık ve hısım, akraba, eş dost, hemşehri kayırmacılığı yapması; kendisi, yakınları veya başka kişiler lehine menfaat sağlaması, aracılık yapması, herhangi bir kurum, vakıf, dernek veya kulübe yardım, bağış adı altında menfaat sağlaması; göreviyle ilgili elde ettiği bilgileri kendisine, yakınlarına veya başka kişilere doğrudan veya dolaylı olarak ekonomik, siyasi veya sosyal nitelikte bir menfaat sağlamak için kullanması; kurum kaynaklarını doğrudan veya dolaylı olarak seçim kampanyalarında kullanması veya kullandırması gibi hususlar bulunur.

Yukarıda değinilen evrensel etik değer ve ilkeler Türkiye’de kamu görevlileri için öngörülmüştür. Bu etik davranış ilkelerinin, mevzuat bakımından siyasi aktörleri kapsamıyor olması bu temel ahlaki ilkelerin siyaset için de geçerli olduğu gerçeğini ortadan kaldırmamaktadır. Fakat bu ilkelerin siyasetin etik kodları olarak bir hukuk manzumesine dönüşmemiş olması, siyaset ve demokrasinin kurumsallaşma zaafını gösterir. Bu ilkelerin toplum tarafından yeterince bilinmesi ve içselleştirilmesi konusunda, siyasi aktörler tarafından yeterince çalışma yapılmaması özellikle düşündürücüdür.

Türkiye’de siyasi aktörlerin siyasetteki önceliğini anlamadan, demokraside yaşanan sorunları çözmek mümkün değildir. Siyaset bilimi literatüründe, siyasetin pek çok tarifi yapılır. Bazı tanımlar, siyasetin toplumda kaynakları, değerleri ve rolleri dağıtan bir mekanizma olduğuna vurgu yapar; bazıları da, insanların farklılıklarıyla birlikte bir arada yaşama imkân ve koşullarına.¹⁷ Bir arada yaşama dair oyunun kurallarının yeterince belirlendiği toplumlarda, ödül ve ceza sistemi hukukun üstünlüğüne göre uygulanır. Bu mekanizmaların yeterince işlemediği toplumlarda ise herkes kendi menfaatini öncelemeye başlar. Topumda ayrımcılık, kayırmacılık, istisnalar, keyfilik kural halini alır; klientalizm, yani patron-yanaşma ilişkileri yaygınlaşır.¹⁸ İnsanlar ayrımcılık, kayırmacılık, istisna peşinde koşmaktan üretime vakit ayıramaz olur. Bu, azalan kaynaklar için daha fazla çatışma anlamına gelir.

Etik ilkelerin yerleşmediği bir siyasette; siyasi aktörler kamu menfaatinden ziyade şahsi menfaatlerini gözetmeyi öncelerler. Yönetimlerin, formel düzeyde kanuni

16 Kamu Görevlileri Etik Kurulu, “Kamu Görevlileri Etik Davranış İlkeleri”, *Kanun ve ilgili Düzenlemeler*, Ankara: Başbakanlık Basımevi, 2009, s.9-17.

17 Farklı siyaset tarifleri için bkz. Bağce, “Siyaset ve Demokrasi Üzerine Eleştirel Bir Değerlendirme”.

18 Bkz. H. Emre Bağce, “Klientalizm ya da Yanaşmacılık”, *Okur-yazar.net*, 7.7.2013, çevrimiçi: <https://okur-yazar.net/klientalizm-ya-da-yanasmacilik-2903>.

görünen birçok işleminde etik ilkelerin gözetilmediği dikkat çeker. Örneğin kamu görevlerine yapılan atamalarda, kamu yararı, kamu hizmeti, eşitlik, tarafsızlık, liyakat ilkeleri biçimsel olarak uygulanır, çıkar çatışması ilkesi ise çoğu durumda gözetilmez. Bağımsız, tarafsız veya özerk olması gereken kurumların yönetim veya denetim görevlerine hısım, akraba, eş, dost, akraba kayırmacılığı veya siyasi, ideolojik aidiyetler gözetilerek görevlendirmeler yapıldığı görülür. Bu tür uygulamaların kayırmacılık ve menfaat sağlama dışında, yönetimlerin hesap vermeden hareket edebilmek için tercih ettiği bir strateji olduğunu belirtmek gerekir.

Siyasette etik değerlerden uzaklaşmak beraberinde bir dizi sorunu getirir; en başta siyasi kutuplaşma derinleşir. Siyasi çatışma veya kutuplaşma ortamında, iktidar veya muhalefette tüm taraflar öncelikle kendilerinin kazanmasına odaklanır; bünyesinde buldukları veya sadakat gösterdikleri organizasyonlar içindeyse, kişisel konularını güçlendirmek için mücadele verirler. Kişiler veya organizasyonlar arasında rekabet olağan görülebilir; ancak bu rekabet etikten yoksun, yıkıcı bir zeminde gerçekleştiğinde, kamusal işleri herkesin ortak menfaatine göre düzenlemenin imkânı kalmaz; bunları konuşacak bir zemin de bulunmaz.¹⁹

Türkiye’de seçim barajlarının ısrarla sürdürülmesinin başlıca sebebi siyasetçilere sağladığı menfaatlerdir. Daha önce değinildiği üzere, 40 yıla yakın bir zamandır bu hususlarda bir adım atılmamasında, sadece iktidar partilerinin değil, irili ufaklı tüm partilerin bir payı bulunmaktadır. Katılım ve temsile dair sınırlandırmalar görece güçlü siyasi organizasyonların daha fazla güce erişmesine hizmet ediyor; ancak toplum gayri adil temsilden kaynaklanan sayısız soruna ve siyasi taraflar arasında yaşanan kutuplaşmaya göğüs germek zorunda kalıyor.

Türkiye’de yapısal ve etik sorunların devasa boyutlara ulaşması bu sorunların faillerini belirsiz hale getiriyor. Öyle ki, siyasi aktörler, kendi durumlarına göre çelişen görüşleri, programları rahatlıkla savunabiliyor, söylediklerinin tam zıddını yapıyor. Katılım, şeffaflık ve hesap verebilirliğin yeterince işletilememesi siyasi aktörlerin eline, kendi lehlerine kullanacakları geniş bir araç seti sunuyor. Siyasi sahada gerçekleşen çatışma ve kutuplaşmalar ise bizzat kartelleşen siyaset oyununun kendisine, oyun alanına ve siyaseti meslek edinen oyunculara, yani siyasetçi sınıfa meşruluk kazandırıyor. Bu yolla vatandaşlar oyunun ne içine alınıyor ne dışına atılıyor; sahanın tam kenarında tutuluyor.

Türkiye’de Medyaya Dair Yapısal ve Etik Meseleler

Türkiye’de medyaya dair sorunlar arasında sahiplik yapısı ve yoğunlaşmadan kaynaklanan sorunların yanı sıra kamusal medya kuruluşlarının bağımsız ve tarafsızlığı meselesi, medya ve medya çalışanlarına dair standartların yeterince belirgin ve uygulanabilir olmaması sayılabilir. Medyanın sorunlarının neler olduğuna ve bu sorunların birbirini nasıl beslediğine dair aşağıdaki liste bir çerçeve sunuyor:

1. Medyada sahiplik yapısı ve yoğunlaşma

¹⁹ Adeta Rousseau’nun birkaç yüzyıl önceki öngörüsü doğrulanır. Bkz. J. J. Rousseau, *Toplum Sözleşmesi*, çev. Vedat Günyol, İstanbul: Adam, 1987, s.119-122.

2. Kamusal medya kuruluşlarının yapı ve işleyişindeki yapısal ve etik sorunlar
3. Bir vesayet kuruluşu olarak RTÜK'ün yapı ve işleyişine dair sorunlar
4. Medyada standart ve özdenetim eksikliği
5. Türkiye'de gazeteciler ve fenomenler

Yapı ve işlevleri itibarıyla siyaset ve ekonomiyle iç içe geçen medyanın, bu yapılarla ilişkisi, aralarındaki mesafesinin ne olacağı ve nasıl korunacağı önemli bir meseledir. Mesafelerin kalkması medyanın özerklik, çoğulculuk, yansızlık ve objektifliğini olduğu kadar, gazetecilerin saygınlığını da derinden etkilemektedir. Türkiye'de medyaya dair meselelerin ciddiyetini kavramak ve kronikleşmiş sorunların kökenini araştırabilmek açısından Dünya Basın Özgürlüğü Endeksi'nde, Türkiye'nin 180 ülke arasında neden son sıralarda olduğunu sormak gerekiyor.

Medyada Sahiplik Yapısı ve Yoğunlaşma

Türkiye'de medyaya dair çözüm arayışlarının nasıl akamete uğradığını gösteren bir örnek, "Medyanın Sorunlarının Araştırılarak Alınması Gereken Tedbirlerin Tespit Edilmesi Amacıyla Kurulan Meclis Araştırması Komisyonu" nun akıbetidir. 16 Nisan 2002 tarihinde kurulan Komisyonun, dönemin medya sahipleri dâhil, yaptığı bir dizi görüşme basına yansımış, ancak görüşmelerin içeriği rapor haline getirilip yayımlanmamıştır. Meclis kayıtlarına, Komisyonun raporunu vermediği ve hükümsüz olduğu notu düşülmüştür.²⁰

Yukarıdaki örneğin gösterdiği üzere, siyasi aktörlerin sağlıklı işleyecek bir medya yapısına dair kural ve standartlar konusunda ilgisiz kalması sorunları çözümsüz bırakmaktadır. Siyaset ve medyanın iç içe geçen ilişkileri, sahiplik yapısındaki aktör ve ilişkileri ticari boyuttan siyasi boyuta taşıyor. Türkiye'de sadece yönetimde bulunan partiler medya üzerinde patronaj kurmuyor; muhalefet partileri de, kendi seslerini duyurabilmek gibi masum gerekçelerle, medya üzerinde kurulan patronajın bir parçası oluyor. Bağımsız, çoğulcu, özerk bir medya yapısı için çaba göstermek yerine, neredeyse her siyasi parti medyada kendi patronaj sistemini oluşturmaya çalışıyor.²¹ Bu durumda, medya sahipliği meselesi ve yoğunlaşma sorunu daha karmaşık ve çözümlenmesi güç hale geliyor.

Sahiplik yapısına dair önemli meselelerden biri televizyon yayıncılığında görülüyor. 1994'ten itibaren hangi kuruluşların televizyon yayıncılığı yapabileceği ayrıntılı olarak düzenlenmiştir.²² Televizyon yayıncılığı, kanun ilk çıktığında, anonim şirketlere hasredilmiş; siyasî partiler, sendikalar, meslek kuruluşları, kooperatifler, birlikler, dernekler, vakıflar ve mahallî idarelerin radyo ve televizyon yayıncılığı yapamayacağı ve bu tür kuruluşlara ortak olamayacağı hükmü getirilmiştir. Görüşmeler sırasında

20 "Medyanın Sorunlarının Araştırılarak Alınması Gereken Tedbirlerin Tespit Edilmesi Amacıyla Kurulan Meclis Araştırması Komisyonu", 2002, https://www.tbmm.gov.tr/develop/owa/arastirma_onergesi_gd.onerge_bilgileri?kanunlar_sira_no=194.

21 Örneğin, "Hangi gazete ve televizyon kanalları hangi siyasi partiler tarafından destekleniyor veya hangi medya mecraları hangi siyasi partiler lehine hareket ediyor?" sorusuna, Türkiye'de çoğu kimse belli şekillerde cevap verecektir. Fakat bu durumun medya özgürlüğü ve bağımsızlığına etkilerine muhtemelen çok az kimse değinecektir.

22 "Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Hakkında Kanun", No: 3984, *Resmî Gazete*, 21911, 20.04.1994.

belediyeler konusunda farklı görüşler ileri sürülmüşse de, belediyelerin de yayıncılık yapmasına izin verilmemiştir. 20 Ağustos 2016 tarihinde 6745 sayılı kanunun 67. maddesiyle sadece “vakıflar” bu yasak listesinin dışına alınmıştır.²³

1994’te çıkarılan 3984 sayılı kanun 2002 yılında kapsamlı bir değişikliğe uğramış, 2011 yılında ise 6112 sayılı kanun ile ilga edilmiştir.²⁴ Fakat bu üç düzenlemede de, kamu menfaati için çalışan meslek kuruluşları, birlikler veya derneklerin yayın yapması engellenmiştir. Her ne kadar kanun yapımcılar bunu, anayasal zorunluluklara veya TRT’nin varlığına bağlayarak haklı göstermeye çalışmış olsalar da, bu kuruluşların yapacağı yayınların kontrol edilemeyeceği endişesi farklı biçimlerde ifade edilmiştir. Kanun görüşmeleri sırasında bu kuruluşların yayıncılık yapmasının toplumun menfaatine olacağını savunanlar da çıkmıştır. Fakat sadece “vakıflar” bu yasak listesinden çıkarıldığında, Barolar Birliği, TOBB, Türk Tabipleri Birliği, TMMOB, Ziraat Odaları veya Esnaf Odaları gibi kuruluşlar kendi alanlarında toplumu bilgilendirmek üzere yayıncılık yapma taleplerini pek dillendirmemiştir. Bu konuda kamuoyu oluşturmaya yönelik etkili bir çalışma yapılmaması Türkiye’de sivil toplumun veya kitle örgütlerinin zayıflığını veya duyarsızlığını göstermiştir. Benzer şekilde, kanun görüşmeleri sırasında siyasi partiler birbirlerini iktidarda başka, muhalefette başka davranmakla itham etseler de, kendileri de daha demokratik bir medya ortamının inşası konusunda genellikle ikircikli davranmış veya duyarsız kalmışlardır.

Kamusal Medya Kuruluşlarının Yapı ve İşleyişindeki Yapısal ve Etik Sorunlar

Türkiye’de kamusal medya kuruluşlarından TRT, radyo ve televizyon yayıncılığı; Anadolu Ajansı, ajans haberciliği; Basın İlan Kurumu ve RTÜK ise kendi alanlarında düzenleme ve denetleme yapmaktadır. Bu kuruluşların yapı ve işleyişinde ortak sorunlar gözlenmektedir.

Her ne kadar mevzuatta, bu kurumların kamu yararı ve hizmeti anlayışıyla görevlerini özerk veya tarafsız şekilde yerine getirecekleri belirtilse de, hiçbir dönem yürütmeye karşı özerk yapılarını koruyamamışlardır. Kamu hizmeti anlayışı çoğu vakit o dönemde yönetimde bulunan hükümete ve o hükümeti oluşturan parti veya partilere hizmete dönüşmüştür. Yönetimler kendi propagandalarını yapmak veya muhaliflerini zayıflatmak amacıyla bu kuruluşlardan yararlanmaya çalışmıştır.

Kamusal medya kuruluşlarında yaşanan bu işlev bozuklukları, gerçekten özerk bir yapıya sahip olmamalarından ve yönetimlerinin doğrudan veya dolaylı yollarla yürütme tarafından belirlenmesinden kaynaklanmaktadır. Bu durum TRT ve Anadolu Ajansı için olduğu kadar, Basın İlan Kurumu için de geçerli görünmektedir; kamu hizmeti, tarafsızlık veya özerklik söylemi yürütmenin gölgesinde kalmaktadır.

Türkiye’deki diğer basın meslek örgütleri gibi zayıf kalan Basın İlan Kurumu’nun

23 “Yatırımların Proje Bazında Desteklenmesi ile Bazı Kanun ve Kanun Hükmünde Kararnemelerde Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun”, No: 6745, *Resmi Gazete*, 29824, 7.9.2016.

24 “Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Hakkında Kanun, Basın Kanunu, Gelir Vergisi Kanunu ile Kurumlar Vergisi Kanununda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun”, No: 4756, *Resmi Gazete*, 24761, 21.05.2002. “Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayın Hizmetleri Hakkında Kanun”, No: 6112, *Resmi Gazete*, 27863, 3.3.2011.

Genel Kurulu, oluşumu itibariyle Türkiye'nin bugünkü yapısını temsil etmekten hayli uzak görünüyor. Örneğin, 1961'de yapılan düzenleme doğrultusunda, bugün hâlâ Genel Kurul'da sadece birkaç İletişim Fakültesi'nin yöneticisi bulunuyor. Genel Kurul'un yapısını güncelleyecek ve yürütmeye karşı özerkliğini sağlayacak düzenlemeleri ne gazeteler ve basın örgütleri, ne iletişim fakülteleri ve Basın İlan Kurumu, ne de iktidar veya muhalefet partileri konuşuyor. Sadece bu örnek bile, kronikleşen sorunların içselleşerek sürdürüldüğünü gösteriyor.

Özerklik sorunu yaşayan kamusal medya kuruluşları, yönetimlerin tercihlerine göre hareket etmek durumunda kalıyor. Öyle anlaşılıyor ki, yaşananların toplumsal açıdan fayda-maliyet analizi yeterince yapılmıyor. Bu kurumların yaşadığı yapısal ve etik sorunlar, yönetimler değişse de sürüp gidiyor.

Bir Vesayet Aracı Olarak RTÜK

Televizyon yayıncılığının düzenlenişine yukarıda değinilmişti. Aynı kanunla, radyo ve televizyon yayıncılığını denetleme amacıyla RTÜK kuruldu. Kimlerin televizyon yayıncılığı yapabileceği ve kimlerin yapamayacağını yanı sıra, Üst Kurul'un yapısı, işlevleri ve kurul üyelerinin seçimini de belirlendi. 1994'ten günümüze televizyon yayıncılığına ve Kurul'a dair yapılan çeşitli düzenlemeler Türkiye'de demokrasi ve medyanın turnusol kâğıdı gibi işledi.

RTÜK'le ilgili meseleler üyelik yapısından kaynaklanmaktadır. Her ne kadar 1994'teki görüşmeler sırasında bazı milletvekilleri bu sorunlara işaret etmiş ve ileride büyük sorunlara yol açacağını dile getirmişlerse de, RTÜK'ün üyelik yapısı o dönemki iktidar partilerinin menfaatini gözeterek biçimde yasalaşmıştır. Daha sonra iki defa değiştirilmesine ve metinlerde RTÜK'ün "özerk ve tarafsız bir kamu tüzelkişiliği niteliğinde" olduğu belirtilmesine rağmen, iktidar güdümünde bir RTÜK yapısı bağından itibaren ısrarla korunmuştur.

1994 yılında çıkan kanuna göre, RTÜK "beşi iktidar partisi veya partilerinin, dördü muhalefet partilerinin göstereceği adaylar arasından Türkiye Büyük Millet Meclisince seçilen dokuz üyeden oluşur" denerek, iktidar ortaklarının güdümüne bırakılmıştır. Mayıs 2002'de yapılan değişiklikle, iktidar kontrolünde olacak şekilde sınırlı düzeyde farklı kurumlardan aday önerileri alınmıştır;²⁵ 2011 yılında yapılan değişiklikle, partilerin Meclis'teki ağırlıklarına göre RTÜK üyeliklerinin partiler arasında bir bakıma pay edilmesi esası benimsenmiştir.

2002 ve 2011'de yapılan düzenlemeler, aslında 1994'te Meclis'teki farklı siyasi parti milletvekilleri tarafından savunulmuştu. 1993'te RTÜK kanunu görüşülmeye başlandığında, bazı partiler katılımcı modeller önermiş, fakat Tansu Çiller'in Başbakan-

25 Buna göre 9 üyenin, 5'i siyasi parti gruplarınca gösterilecek adaylar arasından TBMM Genel Kurulunca seçilecek; 2 üye, YÖK Genel Kurulunun göstereceği dört aday arasından Bakanlar Kurulunca; 1 aday, en çok sarı basın kartı sahibi üyesi bulunan iki gazeteciler cemiyeti ile Basın Konseyinin ortaklaşa göstereceği iki aday arasından Bakanlar Kurulunca ve 1 aday da Milli Güvenlik Kurulu Genel Sekreterliğinin göstereceği iki aday arasından Bakanlar Kurulunca seçilecektir. Bkz. "Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Hakkında Kanun, Basın Kanunu, Gelir Vergisi Kanunu ile Kurumlar Vergisi Kanununda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun", No: 4756, Resmi Gazete, 24761, 21.05.2002.

lığındaki DYP-SHP Koalisyon Hükümeti RTÜK'te iktidarın ağırlıklı temsil edildiği üyelik yapısını benimsemiştir. O dönem, RP Grubu Kurul'un tarafsızlığına dair endişesini dile getirerek RTÜK üyelerinin Üniversitelerarası Kurul tarafından oluşturulması önerisinde bulunmuş, CHP Grubu ise yaptığı öneri ile tarafsızlıkla birlikte, özerklik, çoğulculuk ve katılımcılığa vurgu yapmıştır. Fakat bu görüşler Meclis'teki siyasi partilerin çoğunluğu tarafından dikkate alınmamıştır.²⁶

İktidarların medyayı kendi önceliklerine göre düzenlenmesinin çarpıcı bir örneğidir RTÜK. Üst Kurul'un yapısının sorunlu olduğunu düşünen muhalefet partileri, bu sorunları gündeme getirmek yerine, yapılan düzenlemeleri zımnen benimsemiş, Kurul'un içinde bulunarak mücadele etmeyi tercih etmişlerdir. Bu yaklaşım ise, sorunları çözmemiş, daha ziyade pekiştirmiştir.

Medyada Özdenetim Eksikliği

Medya etiğinin önemli başlıklarından biri özdenetimdir. Dünyada basın veya medya konseyi gibi adlar altında oluşturulan özdenetim mekanizmaları hem etik ilkeleri belirler, hem de denetleme işlevinde bulunur. Avrupa Konseyi Parlamenterler Meclisi Gazetecilik Etik İlkeleri²⁷ özdenim mekanizmalarının yayıncılar, gazeteciler, medya kullanıcı dernekleri, akademik dünyadan uzmanlar ve hâkimlerden teşekkül etmesini öngörür. Bu yolla katılım ve temsil kabiliyetine sahip özerk bir yapının inşası amaçlanır.

Türkiye'de medyanın sorunlarından biri, anılan niteliklerde bir özdenetim organının eksikliğidir. Bu durum, medyanın bağımsızlık, tarafsızlık (yansızlık/nesnellik), çoğulculuk, şeffaflık, kamu menfaati ilkelerine göre yayın yapma hususunda sergilediği zayıf görünümle örtüşmektedir. Diğer bir ifadeyle, başta siyasetçiler olmak üzere farklı güç odaklarının güdümüne giren bir medyanın, sağlıklı işleyen bir özdenetim mekanizmasına sahip olması güç görünmektedir.

Türkiye'de yönetimler ve siyasi partiler toplumun farklı alanlarına nüfuz edebilmek amacıyla kendi örgütlerini, STK'larını veya medyasını oluşturmaya çalışırlar. Görünürde bağımsız örgütlerle, o sahadaki işleri şeffaflık ve denetimden uzak bir işbirliği içinde yürütürler. Bu kuruluşlar da, toplumun ortak menfaatine çalışmaktan ziyade, içine girdikleri bağımlılık ve patron-yanaşma ilişkisine göre hareket eder. Siyasi veya ideolojik ayrışmanın keskinleştiği bir ortamda, patron-yanaşma ağı içindeki meslek veya sivil toplum örgütleri kaynak ve rollerin dağıtımında siyasi aktörlerin bir bakıma taşeronluğunu üstlenerek, onların kendi çalışma sahalarında hâkimiyet kurmasına hizmet ederler. Böylece, özerk davranabilecek yapıların da önü kesilmiş olur. Patron-yanaşma ilişkileri, uzun vadede meslek örgütlerini ve sivil toplum örgütlerini felç ederek işlevsiz hale getirmektedir. Bu konuda, medya meslek örgütleri ve dernekleri de bir istisna oluşturmamaktadır.

26 Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Hakkında Kanun Görüşmeleri, *TBMM Tutanak Dergisi*, 19. Dönem, Cilt 42, Birleşim 24, 4.11.1993, s.551-591.

27 Council of Europe Parliamentary Assembly, "Ethics of Journalism", Resolution 1003 (1993), çevrimiçi: <http://assembly.coe.int/nw/xml/XRef/Xref-XML2HTML-en.asp?fileid=16414>.

Medyada özdenetim eksikliği demokrasi ve medyanın yapısal ve etik sorunlarının ortak ürünüdür. Etkili bir özdenetim için en başta Avrupa Konseyi Gazetecilik Etik ilkelerine uygun bir özdenetim yapısının kurulması gerekir. Bu yapı çoğulcu ve katılımcı bir yaklaşımla kurularsa, bağımsız ve tarafsız düzenleme ve denetleme yapılabilir, etkili bir yaptırım gücüne sahip olabilir. Böyle bir özdenetim yapısının inşası sırasında RTÜK ve Basın İlan Kurumu gibi yapılar da köklü şekilde gözden geçirilebilir.

Türkiye’de Gazeteciler ve Fenomenler

Gazetecilik Türkiye’de mesleki konum ve rol bakımından heterojen bir görünüm sergilemektedir. Öyle ki, bir uçta meslekte çok saygın isimlere, diğer uçta gazeteciliği bir tür mafya veya şantaj faaliyetine dönüştürenlere rastlamak mümkündür.²⁸ Bu hâl, gazetecilerin objektiflik ve yansızlık dâhil, sorunlarının ne derece kabarıklık olduğunu gösterir.

Medya çalışanları ve gazetecilerle ilgili sorunlar şöyle sıralanabilir:

1. Medyaya dair temel yapısal ve etik sorunların gazetecilere yansımaları
2. Mesleğe dair standartların eksikliği
3. Çalışma koşullarındaki güvencesizlikler ve ücret/gelir sorunları
4. Gazetecilerin kişisel yetersizlikleri ve etik sorunları

Medyada bir tür anomi, yani kuralsızlık hâkim. Bunda yazılı veya görsel-işitsel medya kuruluşları, meslek örgütleri ve gazeteciler dâhil sektördeki aktörler arasında kabul edilmiş ortak norm ve kuralların geliştirilememiş olmasının payı büyüktür. Fakat bu sorun, başka bir sorunla da bağlantılı görünüyor. Genel olarak, ölçülü bir ödül ve ceza sisteminin ayrımsız uygulanması konusunda toplumda bir uzlaşma bulunmuyor; bu konulardaki hukuki ve yapısal düzenlemelerin yetersizliği toplumun diğer alanları gibi, medyayı ve gazetecileri de etkiliyor.

Medyadaki aksaklıklar, gazetecileri sadece yaptıkları işin niteliği bakımından değil, maddi yaşam koşulları bakımından da etkilemektedir. Ciddi boyutlara ulaşan geçim sorunları gazetecileri farklı aktörlerle bağımlılık ilişkisine zorlamaktadır. Medya sahipliğindeki problemler, mesleğe dair standartların zayıflığı, özdenetim eksikliği gibi sorunlar ile gazetecilerin güvencesizliği ve makul/tatminkâr bir gelir/ücret kazanma konusunda yaşadıkları sıkıntılar el ele ilerliyor. Haliyle bu durum, gazetecilerin ya meslekten uzaklaşmasıyla ya da yollarının doğrudan veya dolaylı olarak iktidar veyahut muhalefetteki siyasetçilerle kesişmesiyle sonuçlanıyor. Gazetecilerin siyasi aktörler arasındaki çatışmalarda, taraf olarak konumlanmaya zorlanması onları gazeteciden ziyade aktivist veya propaganda aracına dönüştürüyor.

Kısmen yukarıdaki sorunların, kısmen de yeni medyanın etkisiyle, günümüzde birçok gazeteci Twitter, Instagram veya Youtube gibi platformlarda, kişisel olarak kendine bir yer edinme çabasına girmektedir. Genellikle, serbest gazetecilik adı altında, birçoğu sosyal medya platformları üzerinden görünürlüğü artırarak popü-

²⁸ Bunu kurumların güven araştırmaları sonuçlarından da izlemek mümkündür. Araştırmalarda en düşük güven duyulan mesleklerden birini gazeteciler oluşturmaktadır.

ler olmaya; takipçi sayılarını ve izlenme oranlarını yükselterek prestij ve gelir elde etmeye çalışmakta. Fenomen veya şöhret olma arzusu haber-yorum ayrımını gide-rek belirsiz hale getirmektedir. Gazetecilik etiği, sansasyonel habercilik ile “yandaş” veya “muhalif” gazetecilik arasında örselenirken, bu süreçte toplumsal kutuplaşma ve çatışmalar da körükleniyor. Sosyal medyayı bu şekilde kullanmak, kişisel olarak kimi gazetecilere belli menfaat veya imkân sunsa dahi, bu durumun sağlıklı bir med-ya oluşumuna hizmet etmeyeceği ve sürdürülebilir olmayacağı görülüyor.

Sonuç

Türkiye’de demokrasi ve medyanın sorunları önemli ölçüde kurumların düzenleni-şinden kaynaklanıyor ve birbirini besliyor. Siyaset ve medyadaki yapısal aksaklıklar beraberinde sayısız etik sorun üretiyor. Dolayısıyla, çözüm için sonuçlardan ziyade kurumların düzenleniş biçimine odaklanmak ve yapıların inşası sırasında yaşanan etik sorunları çözmek gerekiyor. Bu önerme, kuşkusuz etikle ilgili kurumların dü-zenlenişini de kapsıyor. Aksi durumda, Türkiye’de medya ve demokraside yaşanan kronik yapısal ve etik sorunları çözmek şöyle dursun, bu sorunları kavramak dahi mümkün görünmüyor.

Medya ve demokrasiye dair, rakip siyasi aktörlerin yaklaşımları genellikle benzerlik göstermektedir. Siyasetçiler kişisel konum ve menfaatlerini korumak/güçlendirmek uğruna toplumun genel menfaatini kolaylıkla kurban vermektedirler. Haliyle, farklı görüş veya ideolojilere sahip siyasetçilerin medya ve demokrasiyi felç eden tutum ve davranışlarının kendine özgü bir rasyonelitesi bulunuyor. Çoğu durumda, medya özgürlüğünü veya demokratik değerleri savunmaları konjonktürel olarak kendile-rine bir menfaat sağlayıp sağlamamasına göre şekilleniyor. Bu açıdan, muhalefette farklı, iktidarda farklı davranmaları anlaşılabilir. Siyasi aktörlerin menfaatlerine ve buldukları duruma göre davranması ise kaçınılmaz olarak etik sorunları de-rinleştiriyor.

Türkiye’de siyasette hâkim olan klientalizm veya patron-yanaşma ilişkileri, medya-yı farklı siyasi parti ve aktörlerin müdahalesine açık hale getiriyor. Siyasal alanda kutuplaşmış bir iktidar-muhalefet ilişkisi medyayı dar bir alana sıkıştırıyor. Medya, toplumun ortak menfaatini gözeten bir mecra olmak yerine, tarafların propaganda aracına dönüşüyor. Siyaset ve demokraside yaşanan yapısal ve etik sorunlar dalgalar halinde medyaya, sivil topluma ve toplumun diğer alanlarına yayılıyor.

Türkiye’de demokrasi zihniyetindeki zayıflıklar, seçim barajları ve menfaat çatışma-ları yapısal ve etik sorunları tetiklemektedir. Öte yandan, bağımsız işleyen bir medya düzeninin kurulmaması, sahiplik yapısından kaynaklanan problemler, mesleğe dair standartların gelişmemesi, bağımsız, tarafsız özdenetim mekanizmalarının yokluğu medyaya dair sorunları çığ gibi büyütüyor.

Medya çalışanlarının ve gazetecilerin iktisadi koşullarının sağlıklı hizmet üretecek biçimde düzenlenmemesi sadece gazetecileri değil, medyayı ve demokrasiyi de za-yıflatıyor. Medyada yaşanan sorunlar birçok gazeteciyi makul/tatminkâr bir gelirden yoksun bırakarak onları serbest çalışmaya itiyor. Ancak, bu durumdaki pek çok ga-

zeteci kendine bir alan açmak veya konum edinebilmek için dijital ortamda bir yarış ve rekabet içine girmek durumunda kalıyor. Sosyal medya fenomeni veya Youtuber olmak gazeteciler için haberciliğin önüne geçen bir çabaya dönüşüyor. Bu tür arayışlar sınırlı bir çeşitlilik sağlasa da, sansasyonel haber ve yorumun birbirine karıştığı, ajanslardan düşen enformasyonun tekrarlandığı, aktivist veya fenomene dönüşen gazetecilerle takipçileri arasında kurulan yeni bir patronaj ilişkisi anlamına geliyor.

Medya ve demokraside yaşanan etik sorunlar çoğunlukla yapılardan kaynaklandığından, çözümleri de ancak kurumsal ve yapısal düzenlemelerle mümkün olabilir. Bu sorunlar özellikle siyasi aktörlerin kendi menfaatlerini ve konumlarını koruma veya güçlendirme çabaları sonucunda kronik hale geliyorsa, bu menfaatlerin ve topluma yüklediği bedellerin açıkça konuşulması gerekir. Toplumun ortak menfaatini gözetecek düzenlemeler ancak bu yolla mümkün olabilir.

Türkiye’de demokrasinin işler hale gelebilmesi için yüzde 10 barajının kaldırılması ve temsilde adaletin sağlanması önemli bir adım olacaktır. Bu yolla siyasette menfaat çatışması asgariye indirilebilir; çoğulcu ve katılımcı bir demokrasi için bir zemin oluşturulabilir. Aynı şekilde, tarafsızlık (yansızlık), çoğulculuk ve katılım esaslarına göre yapılacak düzenlemelerle özerk ve saygın bir medya düzeni kurulabilir. Medya ve demokraside yaşanan yapısal ve etik sorunlar bu yaklaşımla önemli ölçüde ortadan kaldırılabilir. Yoksa özellikle siyasetçi sınıfının menfaati uğruna, geçmişten bugüne birikerek gelen sorunlar, sadece daha da artırılarak gelecek kuşaklara aktarılır.

Kaynakça

- “2015 World Press Freedom Index”. Reporters Without Borders. Çevrimiçi: <https://index.rsf.org/#!/index-details>.
- Althusser, Louis. *İdeoloji ve Devletin İdeolojik Aygıtları*. Çev., Yusuf Alp, Mahmut Özışık. İstanbul: İletişim, 1994.
- Bağce, H. Emre, “Medya ve Demokrasi”. Independent Türkçe, 14.04.2019. Çevrimiçi: <https://www.indyrturkish.com/node/19681/turkiyeden-sesler/medya-ve-demokrasi>.
- Bağce, H. Emre. “Demokraside Sandıkçılık Çağı Kapanıyor” (Söyleşi). *Agos*. 29.07.2013. Çevrimiçi: <http://www.agos.com.tr/tr/yazi/5358/demokraside-sandikcilik-cagi-kapaniyor>.
- Bağce, H. Emre. “Klientalizm ya da Yanaşmacılık”. *Okur-yazar.net*. 7.7.2013. Çevrimiçi: <https://okur-yazar.net/klientalizm-ya-da-yanasmacilik-2903>.
- Bağce, H. Emre. “Siyaset ve Demokrasi Üzerine Eleştirel Bir Değerlendirme”. *Amme İdaresi Dergisi*. 40/4. (2007): 1-19.
- Bağce, H. Emre. *Parlamentar Sistem mi, Başkanlık mı?*, İstanbul: Gonca, 2016.
- Campbell, David F. J., Paul Pözlbauer, Thorsten D. Barth, Georg Pözlbauer. *Democracy Ranking 2015 (Scores)*. Vienna, 2015. Çevrimiçi: http://democracyranking.org/ranking/2015/data/Scores_of_the_Democracy_Ranking_2015_A4.pdf.

- Council of Europe Parliamentary Assembly, “Ethics of journalism”, Resolution 1003 (1993). Çevrimiçi: <http://assembly.coe.int/nw/xml/XRef/Xref-XML2HTML-en.asp?fileid=16414>.
- Dahl, Robert A. *Demokrasi ve Eleştirileri*. Çev. Levent Köker. Ankara: Yetkin, 1996.
- Freedom in the World 2016: Anxious Dictators, Wavering Democracies: Global Freedom under Pressure*. Freedom House. 2016.
- Herman, Edward S., Noam Chomsky. *Rızanın İmalatı: Kitle Medyasının Ekonomi Politikası*. Çev., Ender Abadoğlu. İstanbul: Aram, 2006.
- Jacobs, Struan. “John Stuart Mill on the Tyranny of the Majority”. *Australian Journal of Political Science*. 28/2 (1993): 306-321.
- Kamu Görevlileri Etik Kurulu. “Kamu Görevlileri Etik Davranış İlkeleri”. *Kanun ve ilgili Düzenlemeler*. Ankara: Başbakanlık Basımevi, 2009.
- Keane, John. *Medya ve Demokrasi*. Çev., Haluk Şahin. İstanbul: Ayrıntı, 2010.
- Kolakowski, Leszek. “Demokratik bir Çağın Belirsizlikleri”. Larry Diamond, Marc F. Plattner (der.). *Demokrasinin Küresel Yükselişi*. Ankara: Yetkin, 1995, 389-392.
- “Medyanın Sorunlarının Araştırılarak Alınması Gereken Tedbirlerin Tespit Edilmesi Amacıyla Kurulan Meclis Araştırması Komisyonu”. 2002. Çevrimiçi: https://www.tbmm.gov.tr/develop/owa/arastirma_onergesi_gd.onerge_bilgileri?kanunlar_sira_no=194.
- “Milletvekili Seçimi Kanunu Görüşmeleri”. *Milli Güvenlik Konseyi Tutanak Dergisi*, Cilt 9, Birleşim 149, 10 Haziran 1983.
- “Milletvekili Seçimi Kanunu”. No: 2839. *Resmi Gazete*. 18076. 13.6.1983.
- “Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayın Hizmetleri Hakkında Kanun”. No: 6112. *Resmi Gazete*. 27863. 3.3.2011.
- “Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Hakkında Kanun Görüşmeleri”. *TBMM Tutanak Dergisi*. 19. Dönem. Cilt 42. Birleşim 24. 4.11.1993, 551-591.
- “Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Hakkında Kanun, Basın Kanunu, Gelir Vergisi Kanunu ile Kurumlar Vergisi Kanununda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun”. No: 4756. *Resmi Gazete*. 24761. 21.05.2002.
- “Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Hakkında Kanun, Basın Kanunu, Gelir Vergisi Kanunu ile Kurumlar Vergisi Kanununda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun”. No: 4756. *Resmi Gazete*. 24761. 21.05.2002.
- “Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Hakkında Kanun”. No: 3984. *Resmi Gazete*. 21911. 20.04.1994.
- Rousseau , J. J. *Toplum Sözleşmesi*. Çev. Vedat Günyol. İstanbul: Adam, 1987.
- Rule of Law Index 2015*. World Justice Project. 2015. Çevrimiçi: <http://worldjusticeproject.org/factors/constraints-government-powers>.
- Schmitter, Philippe C., Terry Lynn Karl. “Demokrasi Nedir, Ne Değildir?”. Larry Diamond, Marc F. Plattner (der.). *Demokrasinin Küresel Yükselişi*. Ankara: Yetkin, 1995, 67-81.
- “Siyasi Partiler Kanunu”. No: 2820. *Resmi Gazete*. 18027. 24.4.1983.

Şahin, Haluk. “Medya Etiği ve Yapısal Gerçekler”. Feriâl Örs (der.). *Medyaetik*. Bursa: Sentez, 2016, 13-22.

“Yatırımların Proje Bazında Desteklenmesi ile Bazı Kanun ve Kanun Hükmünde Kararnamelerde Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun”. No: 6745. *Resmi Gazete*. 29824. 7.9.2016.

Structural and Ethical Problems of Media and Democracy in Turkey

H. EMRE BAĞÇE

Abstract: *Since media and democracy are intertwined in the modern world, problems in one deeply affect the other. As well as the media-democracy relationship, structures and ethics are closely linked. Ethical problems are largely caused by structural arrangements and mechanisms. This study discusses the problems of media and democracy in Turkey with a structural and institutional perspective. It is argued that the dominant mentality of democracy in Turkey and the 10 percent electoral threshold have crippled democracy, and that the mechanisms of unfair representation and polarization among politicians undermine the public interest. In this competition, it is argued that the conflict of interest between opposition political actors is against society but in favor of the political class. The problems with democracy are also circulating in the media. The structural and ethical problems of the media are analyzed in this context. Media ownership structure, the status of public media outlets, the lack of impartial self-control mechanisms, and journalists' personal ethical problems are examined. The role of politicians on all these structural and ethical issues is also being questioned.*

Keywords: *Media-democracy relations, Structural approach, Media ethics, Conflict of interest, Politician class in Turkey.*



Geleneksel ve Dijital Kitle İletişim Araçları Bakımından 1952 ve 2008 ABD Başkanlık Seçim Kampanyaları

MUSTAFA C. SADAKAOĞLU*
msadakoglu@gmail.com
ORCID ID: 0000-0002-4359-4828

ÖZGÜR EMEK KORKMAZ**
o.e.korkmaz@gmail.com
ORCID ID: 0000-0001-9934-4898

Öz: Modern birey, rızaya dayalı rejimlerin ortaya çıkışının ardından “seçmen” olarak tanımlanmış ve kullanıcısı olduğu kitle iletişim araçlarından yoğun olarak ikna edici siyasal iletişim mesajlarına maruz kalmıştır. Seçmenin maruz bırakıldığı mesajlar doğrultusunda tutum alması bakımından kitle iletişim araçları büyük önem taşımaktadır. Geleneksel kitle iletişim araçlarından dijital kitle iletişim araçlarına medya takip alışkanlıkları yıllar içinde değişse de medya ile demokrasi arasında var olan güçlü etkileşim aynı kalmaktadır. Günümüzde seçmenle kurulan ilişki bakımından siyasal aktörlerin gazete, radyo, televizyon gibi geleneksel kitle iletişim araçlarının yanı sıra çeşitli dijital iletişim araçlarını da yoğun olarak kullandığı gözlenmektedir. Bir seçim kampanyasında ilk kez televizyonun kullanılmış olması nedeniyle 1952 yılı ABD başkanlık seçimleri ile ilk kez bir dijital iletişim aracının kullanıldığı 2008 yılı ABD başkanlık seçimleri karşılıklı olarak incelenmeye olanak tanımaktadır. Bu maksatla medya ve demokrasi kavramları arasındaki etkileşim esas alınacak şekilde çalışmanın örnekleme olarak belirlenen seçim kampanyalarından elde edilen veriler incelenmektedir.

Anahtar kelimeler: Demokrasi, Siyasal iletişim, Siyasal reklam, Televizyon, Sosyal medya.

Giriş

18. yüzyılın son çeyreğinden itibaren artan endüstriyel üretimin kaynağında, Britanya’da başlayan ve zamanla etkinlik alanını genişleterek 19. yüzyıla evirilen Sanayi Devriminin güçlü etkileri bulunmaktadır. Modernleşme olarak da anılan bu süreçte üretim biçimiyle birlikte birey, toplum ve devletlerin ekonomik, siyasal ve kültürel düzlemde dönüştüğü bilinmektedir.¹ Dolayısıyla modernleşme süreci, endüst-

* Dr. Öğr. Üyesi, İstanbul Aydın Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Reklamcılık Bölümü.

** Yüksek Lisans Öğrencisi, İstanbul Aydın Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Halkla İlişkiler Anabilim Dalı.

1 Marshall Berman modernleşme sürecini üç evre üzerinden bölümlenmektedir. Buna göre modern hayat 16 ila 18. yüzyıllar arasında kapsayan evrede ilk kez deneyimlenmiştir. Bir tür şok hali nedeniyle modernleşmeye atfen dile getirilen karmaşa tanımlanamamış ve çözümü noktasında bir irade ortaya koyulamamıştır. Modernleşmenin ikinci evresi olarak gösterilen 18. ile 20. yüzyıl arasındaki dönemdir; 1776 yılında ilan edilen Amerika Birleşik Devletleri (ABD) bağımsızlık bildirgesi ile 1789 yılında gerçekleşen Fransız İhtilali ardından modern kamu ya da modern kamuoyu olarak adlandırılan kategoriler siyasal literatüre dahil edilmiştir. Marshall Berman, *Katı Olan Her Şey Buharlaşıyor*, çev., Ümit Altuğ ve Bülent Peker, İstanbul: İletişim Yayınları, 2017, s.29.

riyel üretimin mükemmelleşmesi bakımından iktisadi, modern kamu ve kamuoyu kavramlarının gündelik hayata dâhil edilmesi bakımından siyasal olmak üzere iki alanda gerçekleşen bir dizi değişime tekabül etmektedir. Üretim ilişkileri ve kuşatıcı çalışma etiği bakımından aklileşmeyle kendini hissettiren modernleşme sürecinde gerçekleşen kitlesel göçler, hızlı kentleşme ve demografik yığılmalar nedeniyle gündelik hayat geri dönüşü imkânsız bir şekilde dönüşmüştür. Süreç içinde, geleneksel olarak yüz yüze iletişim yerine kitle basını aracılığıyla giderilen iletişim ihtiyacının bir sonucu olarak ortaya çıkan kitle toplumu ve onun yeni tüketim anlayışı yanı sıra ihtilaller ve politik çalkantıların neden olduğu köklü siyasal değişimler yaşanmıştır. Modernleşme öncesi ekonomik örgütlenme bakımından merkezi önem taşıyan toprağa dayalı üretim biçimleri, modernleşme sonrası yerini fabrikalara ve kitlesel üretime bırakırken; yoğun ve hızlı sanayileşmenin neden olduğu kitlesel göçlerin etkisiyle geleneksel yaşam biçimlerinin yerini kentin yabancılaşmış ve izole yaşam biçimleri almıştır. Modernleşme deneyimi yeni bir yaşam biçimine geçiş bakımından zorlayıcı doğasıyla öne çıkmaktadır. Bu deneyim, her ne kadar öngörülemez bir gelecek tasavvuru dahilinde karmaşa ve kaostan beslenen tekinsiz bir yaşama tekabül ediyor olsa da üretim biçimi ve ekonomik örgütlenme bakımından yeniliğe, değişime ve dönüşüme açık “yeni bir insan”² tipinin omuzları üzerinde yükselmektedir. Max Weber tarafından kavrandığı şekliyle modernleşmenin tezahürü olarak yeni insan, kapitalist üretim ilişkilerinin doğasını belirlemekle kalmayarak çok daha geniş bir perspektifle tarif edilmesi gereken modern kültüre özgü aklileşmenin bir sonucu olarak ortaya çıkmaktadır. Aklileşmenin başlangıç noktasında dinin rasyonel temellere oturtulmasıyla tamamlanan kilisenin dönüşerek Katolik eğilimlerin Protestan eğilimlerle yer değiştirmesi bulunmaktadır. Böylece üretim etiği ve iktisadi gelişme için ihtiyaç duyulan ruh, Protestan eğilimlerde somutlaşan fiili durumdan beslenebilmiştir. Kapitalizmin özü (ruhu) olarak işaret edilen Protestan etiğin kuşatıcı atmosferinde; üretim biçimiyle birlikte bilim, kültür, sanat, edebi üretim ve hukuk gibi uygarlığa içkin genel eğilimler de aklileşebilmiştir.³

Bilimsel bilginin üretime uygulanmasıyla ortaya çıkan fiili durum ve üretim biçiminin yetkinleşerek kitlesel üretim olanaklarının artmasıyla birlikte tüketim olgusu modern toplumların başat ögesi haline gelmiştir. Teknik olanakların üretim, ulaşım ve iletişim alanlarında uygulamaya koyduğu yenilikler toplumsal yapıyı dönüştürürken; sıradan insanın siyasal ve ekonomik alana daha fazla nüfuz etmesine imkân verecek şekilde rızası alınması gereken bir mercii olarak -siyasal özne ve kurumlar üzerinde- etki ve hakkının teslim edilmesine cevaz vermiştir. Bireyin ikna edilmesini esas alan iletişim formlarının odağında yer alan siyasal iletişim -ya da propaganda ve siyasal reklam- çabaları kitle iletişim araçlarıyla paydaşlığını arttırmıştır. 20. yüzyıl, kitle iletişim araçlarının birey üzerinde bıraktığı etkinin rasyonel düzlemde farkına varıldığı ve büyük bir iştahla kullanıldığı yeni bir dönemin kapılarını aralamıştır. Bu

2 Max Weber tarafından modernleşme ve kapitalizme özgü yeni insan; doymak bilmez kar güdüsüne sahip, sınırsız kazanç arzusuyla yanıp tutuşan ve ağırlıklılığı yüzünden gözleri kör olmuş irrasyonel bir tip olarak tarif edilmez. Aksine girişimci olarak tarif edilen yeni insanın dengeli ve rasyonel nitelikleri öne çıkarılır. Benzer şekilde bilimsel bilginin üretime uygulandığı haliyle teknoloji kavramı bütünüyle aklileşmeye tekabül etmektedir. Max Weber, *Protestan Ahlakı ve Kapitalizmin Ruhu*, çev., Mehmet Ökten, Ankara: Tutku Yayınevi, 2014, s.49-57.

3 Sabri Fehmi Ülgener, *Zihniyet ve Din*, İstanbul: Der Yayınları, 1981, s.17.

nedenle 20. yüzyıldan itibaren kitle iletişim araçlarının vesile olmadığı başarılı olabildiği herhangi bir ikna edici iletişim çalışması bulmak güçtür.

Çalışmada “medya ve demokrasi” arasındaki ilişki, 20. yüzyılın ikinci yarısından günümüze evrilen süreçte kitle iletişim araçlarının seçmen davranışları üzerinde bıraktığı güçlü etkilerin farkına varılarak yoğun bir şekilde kullanıldığı haliyle ele alınmaktadır. Bu maksatla 1952 yılı ABD Başkanlık seçimleri ve seçimlerde Dwight D. Eisenhower’ın liderlik ettiği seçim kampanyasında televizyonun kullanılması çalışmanın birinci örneklemini oluşturmaktadır. Diğer yandan Barack H. Obama’nın liderlik ettiği 2008 yılı ABD Başkanlık seçimlerinde ilk kez oy kullanacak genç seçmenler üzerinde etkinlik kurmak amacıyla dijital iletişim platformu Facebook’un kullanılması çalışmanın ikinci örneklemini oluşturmaktadır. Dolayısıyla ilk kez televizyonun kullanılmasıyla ayırt edici öneme sahip olan 1952 yılı ABD Başkanlık seçimleri ile bir dijital iletişim platformunun yoğun bir şekilde ilk kez kullanıldığı 2008 yılı ABD başkanlık seçimleri karşılıklı incelemeye olanak tanıyan özellikleri nedeniyle çalışmanın iki örneklemini oluşturmaktadır. Böylece seçmen ile siyasal aktör arasındaki etkileşim değişen kitle iletişim deneyimi odağa alınarak açıklanmakta ve bu sayede medya ile demokrasi arasındaki ilişkinin açıklanması amaçlanmaktadır.

Modernleşme ve İletişim Deneyimi

Modernleşmeye ilişkin yapılan tanımlar birbirlerinden farklılık göstermektedir. Sözgelimi Emre Kongar’a göre modernleşme, ekonomi ve kültürle beraber toplumsal yapının, teknolojik gelişmeler ve sanayileşmenin etkisi altına girecek şekilde yeniden planlanması anlamına gelmektedir.⁴ Anthony Giddens modernleşmeyi, 17. yüzyıldan itibaren Avrupa’da beliren ve ardından bütün dünyayı etkileyecek şekilde yaygınlık gösteren yeni bir toplumsal örgütlenme biçimi olarak kavramaktadır.⁵ Modernleşme; ekonomik, siyasal ve kültürel alanlarda güçlü bir şekilde kendini hissettiren, önceki yıllarda görülmemiş biçimde etkili olmuş sarsıcı değişim ve dönüşümler şeklinde tarif edilebilir. Diğer yandan böylesine önemli bir konuda kronoloji belirlemek ve değerlendirme yapabilmek için tekil bir olaya odaklanmak yanıltıcı olabilir. Zira 18. yüzyılın ikinci yarısından itibaren Batı modernleşmesini hızlandıran Sanayi Devrimi, Britanya Demokratik Restorasyonu, ABD Bağımsızlık Savaşı ve Fransız İhtilali gibi bir dizi gelişme, modernleşme sürecinin derinliği ve yönü üzerinde kolektif katkıya sahiptir. Bu minvalde endüstriyel üretim öncesi geleneksel toplumları tanımlayan betimleyici tablonun odağında kırsal alanda yürütülen ve tarımsal üretime dayanan dar ve dışa kapalı bir ekonomik örgütlenme biçimi bulunmaktadır. Tarımsal üretime dayalı üretim kol gücüne dayanmakta, sermaye birikimine ihtiyaç duymamakta ve üretim sürecinde kullanılan aletler bakımından çok daha ilkel bir görünüm arz etmektedir.⁶

Demografik açıdan bakıldığında sanayi öncesi kırsal bölgelerde yaşayan insan toplulukları nüfus yoğunluğu açısından dünyanın en kalabalık yerleşim yerleri olma-

4 Emre Kongar, *Toplumsal Değişme Kuramları*, İstanbul: Remzi Kitabevi, 1981, s.229.

5 Anthony Giddens, *Modernliğin Sonuçları*, çev., Ersin Kuşdil, İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 2018, s.9.

6 Richard H. Hall, *Sociology of Work*, California: A Sage Publications Company, 1994, s.76.

larına rağmen liman kentlerinde kurulu fabrikaların artan iş gücü ihtiyacı nüfus hareketlerinin yönünü değiştirmiştir. Geç 18. yüzyıl ile 19 ve 20. yüzyıllar boyunca devam eden bu süreçte kırsal bölgelerde yaşayan insan toplulukları “daha iyi bir yaşam” vaadiyle kentlere akmıştır. Bu nedenle kitlesel göçlerin durmaksızın devam ettiği modernleşme sürecinin bir diğer belirleyeni baş döndürücü bir hızla büyüyen kentler ve giderek daha karmaşık hale gelen kent hayatıdır.⁷ Geleneksel yaşam pratikleri içinde yer alan yüz yüze iletişim deneyimi nedeniyle bu toplumlarda güçlü bir etkileşim söz konusudur ancak göç ettikleri kentlerin çeperlerinde kurulan sağlıklı alanlarda barınmak zorunda bırakılan kitleler geleneksel yaşam tarzlarını değiştirmek zorunda kalmıştır. Endüstriyel üretim ve hızlı kentleşme, ruhban ve aristokrasi ardından girişimci burjuva sınıfıyla geniş kalabalıklardan oluşan işçi sınıfının da bağımsız birer özne olarak siyasal yaşamda yer alabilmesinin önünü açmıştır.⁸

İkna Edici İletişim ve Siyasal Reklamcılık

Yarattığı siyasal sonuçlar bakımından modernleşme, ulus devlet ve yurttaş kavramının yoğun olarak tartışıldığı bir döneme tekabül etmektedir. Yurttaş, sorumlu olduğu topluma karşı ödevlerini yerini getiren, toplumsal çıkarları, kişisel çıkarlarının üzerinde tutabilen ve toplumun genel iradesi karşısında bireysel iradesini baskılayabilecek denli olgunluğa ulaşabilmiş bireydir. Bireysel çıkarlarını toplumun yararına baskılayan yurttaş yaklaşımında “toplumsal bilince erişmiş birey”⁹ aracılığıyla

7 Bu dönemde kentlerde gözlenen demografik yığılmanın boyutları benzersiz, etkileriye sarsıcıdır. Sözelimi, Almanya'nın 1871 yılında nüfusu yüz binden fazla olan 8 tane kenti varken, bu sayı 1900 yılında 33'e, 1910'da ise 48'e yükselmiştir. Rusya'da ise benzer nitelikteki kentlerin sayısı 1871 yılında 6 iken 1900 yılında 17'ye yükselmiştir. Aynı yılda, dünya nüfusunda 1 milyondan fazla olan Avrupalı kentler Paris ve Londra'yken 1900 yılında bu kentlere Berlin, Viyana, St. Petersburg, New York, Chicago, Philadelphia, Tokyo, Kalküta ve Osaka eklenmiştir; Ayrıntı için bkz. Oral Sander, *Siyasi Tarih*, İstanbul: İmge Yayınevi, 2001, s.215-216. Diğer yandan kentlerde biriken nüfus yoğunlukları üretimin ana parçası olmakla birlikte, biriken sermayenin fazla üretimini satın alacak bir tüketici durumuna gelmiştir. Sanayi öncesi geleneksel toplumlarda tüketim, ihtiyaç olanın karşılanması olarak ifade edilirken kent toplumlarında tüketim, bireyin kendini ifade biçimi, farklı olma, toplumsal bir statü arayışı, prestijli olma halini almıştır. Tüketim toplumu, medyadan kendisine bir gösteri şeklinde gösterilen bilgiyi de tam anlamıyla beraber tüketen kitlelerden meydana gelmektedir. Bireyler ise tüketim sonucunda tekrardan anlam üretmezler, çünkü bu yeteneklerini yabancılaşma yüzünden kaybetmişlerdir; Ayrıntı için bkz. Erhan Atiker, *Modernizm ve Kitle Toplumu*, Ankara: Vadi Yayınları, 1998, s.67.

8 Sanayi devrimi aynı zamanda sarsıcı çalışma etiği bağlamında kendini hissettirmiştir. Girişimci kapitalizmin örgütlenmesini tamamlayarak güçlü etkiler gösterdiği bu dönemde; devasa üretim mekanizmasının birer parçası haline gelen kitlelere ilişkin kimi korku ve kaygılar da görünür hale gelmiştir. Kentlerde yaşayan kitleler, dönemin siyasal ve ekonomik seçkinleri tarafından ne yapacağı kestirilemeyen, amaçsız ve yön verilmesi gereken kalabalıklar olarak görülmektedir; Ayrıntı için bkz. *Berman, Katı Olan*, s.45-46. Bu dönemde işçi sınıfı girişimci kapitalizmin toplumsal yaşamı kuşatan güçlü etkileri nedeniyle daha çok kitle toplumu görünümündedir; Ayrıntı için bkz. Karl Marx ve Friedrich Engels, *Komünist Manifesto*, çev., Levent Kavas, İstanbul: İthaki Yayınları, 2011, s.85.

9 Sözelimi 20. yüzyılın ikinci yarısından itibaren etkili olan “kullanımlar ve doyumlar” yaklaşımı; toplumsallaşmış bireye atfen tanımlanan ihtiyaç hiyerarşisi, kimi ihtiyaçların kitle iletişim araçlarıyla doyuma ulaştığı fikrinden temellenmektedir. Amerikalı psikolog Abraham Harold Maslow (1908-1970) tarafından insan doğasını anlamak gibi oldukça iddialı bir amaçla ortaya konan “ihtiyaçlar hiyerarşisi” adlı teoride; bireyin cinsellik, yemek yeme ve uyuma gibi fizyolojik, emniyette hissetme gibi güvenlik ihtiyaçları ve çevresiyle kurduğu ilişkilerde sevgi, saygı ve değer görme gibi aidiyet ihtiyacı ile kişisel başarı ve tatmin gibi kendini gerçekleştirme arzuları birbirleriyle bağlantılıdır; Ayrıntı için bkz. Henry David Thoreau, *Walden and Other Writings*, New York: Bantham Books, 1962. Diğer yandan modern dönemden günümüzde izole bir hayat yaşayan bireyler iletişim ihtiyaçlarını karşılamak için kitle iletişim araçlarını kullanmaktadırlar; Ayrıntı için bkz. Ruhdan Uzun, *İletişim Kuramları*, Erkan Yüksel, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları, 2013, s.89-90. Burada belirleyici olansa bireyin kitle

kitleleri bir arada tutma istenci bulunmaktadır.¹⁰ Bu minvalde ikna kavramı önem kazanmaktadır. İkna; belirli koşullar altında insani tutum ve davranışları değiştirmekle ilgilidir.¹¹ Bireyin inanç ve değerlerini ya da herhangi bir konuda sahip olduğu tutumları değiştirmek maksadıyla önceden tasarlanmış iletişim eylemi olarak ikna sürecini başlatan kaynak bakımından sürecin yürütüleceği kanal ile sürecin hedefi olan alıcının içinde bulunduğu koşullar önem kazanmaktadır.¹² Kaynak tarafından dolaşıma sokulan ikna içeren mesajın, önceden belirlenmiş hedef ve amaçlarla belli bir program dâhilinde kurgulanması gerekmektedir. İkna edici iletişim sürecinin kurgusu tesadüflere bırakılmayacağı gibi alıcıya yönelik zorlayıcı bir dil ya da üslup içermemelidir. Bu nedenle ikna; kaynak tarafından belirlendiği şekliyle hedefin tutum ve davranışlarını belirli bir plan dâhilinde önceden belirlenmiş amaçlara yönelik değiştirmek, dönüştürmek ya da pekiştirmek maksadıyla gösterilen bilinçli çaba olarak tanımlanabilir.

Tarihi Antik Yunan'a dayanan ikna konusunu -gündelik hayatın pek çok alanında geçerli olacak şekilde sözcülemi mahkemelerde ve pazar yerlerinde- gözlem yaparak inceleyen ve bu yönüyle çağdaş iknanın temellerini oluşturan önemli araştırmacılarından biri olarak kabul edilen Aristoteles'in dört yüzden fazla sayıda çalışması ortaya çıkarılmıştır. Aristoteles, özellikle "*Retorik*" adlı eserinde ikna kavramına ilişkin teoriler ortaya koymuş ve ikna edici iletişimin tanımlanması bakımından modern reklamcılık uygulamalarında dahi gözlenen uzun süreli etkilerde bulunmuştur.¹³ Hocası Platon'dan farklı olarak retorik ile diyalektik kavramını aynı düzlemde kavramakta sakınca görmeyen Aristoteles, bir gösteri olarak tanımladığı "kanıtlarla inandırma"¹⁴ eylemini retorik sanatının esası olarak kabul etmektedir. Oysa retorik, inançlarla ilgili olması bakımından diyalektikten farklıdır ve daha çok "*pistis*" kavramıyla karşılanan bir dizi inançla ilgilidir. Diyalektik ise "*episteme*" adı verilen bilgiye ve kanıtlamaya dayanmaktadır.¹⁵ Bilgiyi odağa alan diyalektik, öğretme amacı taşıırken; esasında doğru bilgi olmadığı halde hatip adı verilen hitabet üstatlarının amacı dinleyicilere bir şeyler öğretmekten ziyade dinleyiciler üzerinde arzu edilen sanıyı oldurmaktır.

iletişim araçlarını, kendi isteği doğrultusunda kullanıp kullanamayacağıdır. İzleyici gerek araç seçiminde gerekse iletişim sürecinde gereksinimlerini gidermek için başlatıcı rolündedir. Bu yaklaşım, kitle iletişim araçlarının tutum ve davranışlara olan doğrudan etkisine bir sınırlama getirmektedir. Oysa "etki" kavramı yanlış yöne doğru sürükleyicidir ve kullanımlar ve doyumlar yaklaşımına göre televizyon izleyicileri kullanmaz aksine izleyiciler televizyonu kullanmaktadır. Bu durum kitle iletişim sürecinin toplumsal bağlamdan bağımsız ele alınamayacağını göstermektedir; Ayrıntı için bkz. İrfan Erdoğan ve Korkmaz Alemdar, *Öteki Kuram*, Ankara: Erk Yayıncılık, 2005, s.164-168.

10 Filiz Aydoğan, "Tüketim Kültürünün Gölgesinde Kentler", *Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 27/2 (2009), s.207.

11 Daniel J. O'Keefe, *Persuasion: Theory&Research*, California: Sage Publications, 2002; Richard M. Perloff, *The Dynamics of Persuasion*, New Jersey: Lawrence Erlbaum, 2010; James Price Dillard ve Lijiang Shen, *The Sage Handbook of Persuasion*, California: Sage Publications, 2012.

12 Jean G. Jones ve Herbert W. Simons, *Persuasion in Society*, New York: Routledge, 2017, s.23.

13 Aristoteles, *Retorik*, çev., Mehmet H. Doğan, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları, 1995, s.19-21.

14 Diğer yandan Platon "Gorgias" diyalogunda retorüğün bir sanat olduğu kabulünden hareketle amacının ne olduğuna ilişkin soruyu "amacını sözlerle gerçekleştiren, kendi konularıyla alakalı eğitim veren bir sanat dalı" olarak cevaplamaktadır. Buna göre sadece söze dayanan bir sanat olarak retorik kalabalıkları (kimi zamansa yargıçları, meclis üyelerini ve yurttaş toplantılarında bulunanları) ikna etmekte kullanılan bir inandırma sanatıdır; Ayrıntı için bkz. Platon, *Gorgias*, çev., Reyhan Erben, İstanbul: M.E.B. Yayınları, 1997, s.352-E, 449-E, 453-E.

15 Platon, *Gorgias*, s.201-A,454-D.

Aristoteles; “*artistik kanıtlar*” ile “*artistik olmayan kanıtlar*” şeklindeki ikili ayrım üzerinden ikna olgusunu tartışmaktadır. Artistik kanıtlar ikna edicinin fiziksel özelliklerine, yaratıcılığına ve iletişim ortamının özelliklerine tekabül etmektedir. Buna göre ethos; fiziksel kanıtlara dayanmakta ve itibar ya da kişisel karizma gibi özelliklerle ilgilidir. Sözelimi hatip (kaynak), dinleyicilerin (hedef ya da alıcı) tanımadığı yabancı bir kimse bile olsa kullanacağı doğru jest ve mimikler sayesinde ikna edici etki yaratabilir. Dahası ikna edici olarak hatibin alanında uzman olması, sahip olduğu deneyimler ve dürüstlüğü ikna ediciliğine katkıda bulunabilir. Hatibin kullandığı dil, jest ve mimikler ile meselesini ele alırken seçtiği terim ve kavramların yanı sıra ses tonunu doğru ayarlaması dinleyicilerin ikna edilmesini kolaylaştırmaktadır. Pathos olarak tanımlanan özel durum hatip ile dinleyicilerin içinde bulunduğu duygusal atmosferi tanımlamakta kullanılmaktadır. İkna edici iletişimin başarısı, dinleyicilerin duygu durumlarının doğru tespit edilmesine ve bu tespit doğrultusunda ortaya konacak artistik kanıtların geliştirilmesine bağlanmaktadır. Son olarak logos, hatip ve dinleyiciden oluşan tarafların aklileşmesi ve ele alınan olguların rasyonel bir şekilde dile getirilmesiyle ilgilidir. Buna göre hatip, dinleyicilerin bilgilenmesiyle tamamlanacak ikna edici iletişim sürecini rasyonel olarak planlayabilmeli, buna göre argümanlar ortaya koyabilmeli ve dinleyicilerin nasıl karar vereceklerini tahmin edebilmelidir.¹⁶

Platon ve Aristoteles’in retorik yaklaşımı bağlamında ikna edici iletişim sürecinin nasıl işletilmesi gerektiğine ilişkin öngörüler, modern ticari reklamcılıkta olduğu gibi siyasal reklamcılık faaliyetlerinde de kullanılmaktadır. En yalın haliyle bir ürün ya da hizmetin satışını gerçekleştirmek üzere kurgulanan mesajların kitle iletişim araçları vasıtasıyla iletilmesi olarak tanımlanan ticari reklamcılık ile siyasal aktörlerin; parti, aday ya da ideolojileri üzerinden seçmen davranışları üzerinde etkili olmak amacıyla gerçekleştirdikleri siyasal reklamcılık benzer şekilde ikna olgusuna dayanmaktadır. Siyasal reklamlar, siyasal parti ya da aktörler tarafından medyada yer ve zaman satın alınmasıyla gerçekleştirilen ve seçmenlerin oy verme davranışlarını arzu edilen yönde değiştirme, dönüştürme ya da pekiştirme amacıyla kurgulanan mesajların kitle iletişim araçları üzerinden yayınlanmasıyla ilgili ikna edici iletişim faaliyeti olarak tanımlanmaktadır.¹⁷ Reklam verenler tarafından ürün ya da hizmet satışını arttırmak amacıyla gerçekleştirilen ticari reklamların görece uzun bir zaman diliminde yayınlanabilmesi mümkünken; siyasal reklamlar, sadece seçim dönemi öncesi bir ya da iki aylık periyotlarda hedef kitleye ulaştırılabilmektedir. Seçim yasalarında bulunan kimi yasal zorunluluklar bir yana bırakılırsa bunun en önemli nedeni, siyasal reklamların yayımlanmasının ardından kısa süre sonra gerçekleşecek seçimlerde oy verme davranışları üzerinde etkili olabilme gerekliliği bulunmaktadır.

Ürün ya da hizmet satışlarını arttırmaya yönelik kurgulanan ticari reklamlara göre çok daha kısıtlı zaman diliminde ve çok daha kısa süreli olarak yayımlanabilen siyasal reklamların kısıtlı bir zaman diliminde en fazla kişiye ulaşacak şekilde planlan-

16 Ahmet Haluk Yüksel, *İkna Edici İletişim*, haz., Mine Oyman, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları, 2014, s.21-23.

17 Ferruh Uztuğ, *Siyasal Marka Seçim Kampanyaları ve Aday İmajı*, Ankara: Mediacat Yayınları, 1999, s.122.

ması gerekmektedir. Bu nedenle en etkili ve yaygın kullanım olanağı sunan kitle iletişim araçları daha çok tercih edilmektedir. Sözelimi 20. yüzyılın ilk yarısında gazete ve radyonun egemen olduğu aracılanmış iletişim pratiği; yüzyılın ikinci yarısından itibaren yerini ağırlıklı olarak televizyona bırakmıştır. Modernleşme sürecinin bir tezahürü olarak aracılanmış iletişim deneyimi kentleşme ve kent kültürüyle ilgilidir. Hızlı kentleşme ve ürün niceliğinin artmasıyla birlikte fiyatları düşen gazetelerin daha fazla satın alınmasıyla başlayan bu süreçte, gazeteler okuyucu isteklerine göre biçim ve içeriklerinin değiştirirken; toplumsal yaşamdan giderek daha fazla soyutlanan modern birey kitle iletişim araçlarının etkisine daha açık hale gelmiştir.¹⁸ Bu nedenle geçmiş 17. yüzyıla dayanan gazete yayıncılığının kitle yayıncılığına yönelerek kitle basını niteliği kazanması 19. yüzyılda gerçekleşen bir dizi modernleşme göstergelerine bağlanmaktadır. Sözelimi Britanya'da ancak 1890'lı yıllarda bir ticari etkinlik alanı olarak yazılı basının gelir kaynakları çeşitlenebilmiş ve bir tür ticari basın ortaya çıkmıştır. Diğer yandan sinema 1910 ila 1920'li yıllarda popüler bir izlenme haline gelirken; 1920'lerin ikinci yarısı itibarıyla radyo yayınları süreklilik kazanarak kurumsallaşmıştır. Bu minvalde 1940'li yıllarda televizyon gündelik hayatın bir parçası haline gelmiştir.¹⁹ Bu doğrultuda siyasal parti ya da adayın seçmen nezdinde kabul görmesi maksadıyla yapılan tanıtım çalışmalarından oluşan siyasal reklamlar ikna edici iletişim tekniklerinden oluşmaktadır.²⁰

Bu bağlamda siyasal reklamlar ile kitle iletişim araçları arasındaki ilişkinin başarısında dört temel gerekliliğe işaret edilmektedir:²¹

1. Toplum nezdinde ilgi ve dramatik etki yaratabilmeli.
2. Bilinen temalar üzerinde durulmalı; hikâyeler ile stiller birbirleriyle ilgili olmalı.
3. Siyasal aktörler ve liderler yerine sıradan insanlara odaklanmalı.
4. Mesajlar toplumun geneline anlaşılacak şekilde yalın ve basit olmalı.

ABD-1952 Seçim Kampanyasında Televizyonun Kullanılması

Amerika Birleşik Devletleri (ABD)'nde 1952 yılında gerçekleştirilen başkanlık seçimleri, ABD ile Sovyet Sosyalist Cumhuriyetler Birliği (SSCB) arasında gerçekleşen

18 Kitle iletişim araçlarının gücü; 1938 yılında ABD'de yayımlanan bir radyo programında "Dünyalar Savaşı" isimli radyo tiyatrosunun dinleyiciler nezdinde yarattığı etkiyle somutlaşacaktır. Orson Welles tarafından sunulan radyo tiyatrosunda anons edilen "Marşlılar dünyaya ulaştı ve Amerika Birleşik Devletleri'ni istila ediyor" şeklindeki ifadeler, dinleyiciler üzerinde gerçek olay etkisi yaratmıştır. Her ne kadar programın bir radyo tiyatrosu ve H.G. Wells'e ait radyo tiyatrosuyla aynı adı taşıyan romandan bir bölüm olduğu ifade edilse de pek çok Amerikalı anonsu duyar duymaz panik içinde buldukları bölgeden uzaklaşmaya çalışmıştır; Ayrıntı için bkz. Paul Heyer, *The Medium and the Magician*, Maryland: Rowman & Littlefield Publishers, 2005, s.76. Yaşanan bu olay kitle iletişim araçlarının insanlar üzerinde ne kadar etkili olduğunun anlaşılması açısından önemli olmuştur. Diğer yandan 1933 ila 1945 yılları arasında radyo, Nasyonal Sosyalist Alman İşçi Partisi ve Nazizm'in Almanya'da kurduğu totaliter iktidarında çok önemli rol oynamıştır. Naziler için radyo bir enformasyon aracı olması yanı sıra iktidarlarını pekiştirmek kullandıkları güçlü bir propaganda aracıdır aynı zamanda; Ayrıntı için bkz. Gülcennet Öztürk, "Bir Propaganda Aracı Olarak Radyo", *Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi*, 2/3 (2017), s.166. Benzer şekilde radyo 1923 yılından itibaren Britanya İşçi Partisi tarafından da bir propaganda aracı olarak kullanılmış ve bu sayede önemli başarılar elde etmiştir; Ayrıntı için bkz. Burcu Zeybek, *Siyasal Reklam İkna ve Retorik*, İstanbul: Beta Yayıncılık, 2016, s.116.

19 Levent Yaylagül, *Kitle İletişim Kuramları*, Ankara: Dipnot Yayınları, 2018, s.18.

20 Michel Bongrand, *Politikada Pazarlama*, çev., Fatoş Ersoy, İstanbul: İletişim Yayınları, 1992, s.17.

21 Darren G. Lilleker, *Siyasal İletişim*, çev, Könül Mammadlı, İstanbul: Kaknüs Yayınları, 2013, s.202 - 203.

nükleer silahlanma yarışı ve iki kutuplu dünya gerginliğinin küresel düzlemde hissedildiği Soğuk Savaş dönemine tekabül etmektedir. 1952 yılında gerçekleştirilen seçimler; özgürlüklerin askıya alındığı, militarizmin yükselişe geçtiği, sinema ve basın üzerinde uygulanan sansür ve baskıların yoğunluk kazandığı bir atmosferde gerçekleştirilmiştir. Amerikan Senatosu'nda güç sahibi Wisconsin Senatörü Cumhuriyetçi Joseph Raymond McCarthy'nin (1908-1957) başını çektiği Amerikan toplumundan komünist casusları temizleme gayretkeşliğiyle zirveye ulaşan senato soruşturmalarda pek çok aydının toplumsal itibarları linç edilmiştir.²² 1952 seçimleri; soğuk savaş, iki kutuplu dünya tahayyülü ve nükleer silahlanma yarışının kuşatıcı atmosferinde özgürlüklerin askıya alındığı bir ortamda gerçekleştirilmiştir.

Demokratların adayı güçlü bir hatip olarak tanınan Illinois Valisi Adlai Stevenson (1900-1965) ile Cumhuriyetçilerin adayı eski savaş kahramanı Dwight D. Eisenhower (1890-1969) 1952 Başkanlık seçimlerinde karşı karşıya gelmiştir.²³ Seçimlerin öne çıkan bir diğer özelliği Beyaz Saray'ın 20 yıllık demokrat iktidarının test edilecek olmasıdır. Kampanya süreci profesyonel ajansların katkısıyla hazırlanan siyasal reklamların ilk kez televizyon kanalları aracılığıyla yayınlanması bakımından devrimci bir karaktere sahiptir.²⁴ Zira cumhuriyetçi aday Eisenhower için reklam ajansı (Young&Rubicam) anlaşmış ve dönemin etkili reklamcılarında Rosser Reeves (1910-1984) kampanyanın yürütülmesinde önemli bir paya sahip olmuştur. Reeves, siyasal reklamların televizyon üzerinden yayınlanmasının seçim sonuçları üzerinde etkili olacağına inanan ve bu maksatla 30'ar saniyelik reklam spotlarıyla seçmene hitap edilmesi gerektiğini savunan bir reklamcıdır. Televizyon, ikna edici siyasal reklam mesajlarının iletilmesinde dönemin en etkili, en hızlı ve en ucuz iletişim aracı olarak görülmektedir. Ancak kampanya planlaması sadece iletişim kanalının ve mesajın belirlenmesiyle sınırlı tutulmamalıdır. Eisenhower'ın fiziksel görüntüsünün çekimlerde nasıl daha iyi gösterilebileceği konusu da önemle ele alınmıştır. Dolayısıyla o güne kadar "ciddi bir uğraş" içindeki politik aktörlerin ekran dünyasının yazılı olmayan kurallarına uyması gerekmiştir. Bu maksatla eski savaş generali yeni başkan adayı Eisenhower'a seyrelmiş saçları nedeniyle ekranda gereğinden fazla eğilmekten kaçınması ya da daha iyi bir görüntü verebilmesi için gözlük takmaması gibi öne-

22 Amerikan Aleyhtarları Faaliyetleri İzleme Komitesi -The House Un-American Activities Committee-HUAC-1938 yılından 1975 yılına kadar faaliyette bulunmuştur. Ancak özellikle 1950'li yıllarda Wisconsin Senatörü Joseph Raymond McCarthy'nin öne çıktığı soruşturmalarda pek çok oyuncu, yönetmen, senaryo yazarı ve set işçisinin de aralarında bulunduğu sinema emekçilerine yönelik uydurma delillere dayalı cezalar vermiştir. Mustafa C. Sadakaoğlu, "Yeni Türk Sinemasında Modern Melodram Geleneksel Söylem", *Motif Akademi Halkbilimi Dergisi*, 12/28 (2019), s.1191.

23 Dwight David Eisenhower ABD'nin 1953-61 yılları arasında görev almış 34. Başkanı'dır. Eisenhower, İkinci Dünya Savaşı esnasında Batı Avrupa Müttefik Ordularına, savaşın ardından Kuzey Atlantik Paktı (NATO) tarafından kurulan askeri kuvvetlere komuta etmiştir. Eisenhower'ın başkanlık dönemi soğuk savaşın en çetin dönemine tekabül etmektedir. Eisenhower eski bir savaş generali olmasına rağmen Kore'deki çatışmaları sona erdiren ateşkesi korumuş ancak soğuk savaş yıllarında SSCB'ye yönelik küresel düzlemde yürürlüğe konan bir dizi askeri, ekonomik ve kültürel baskı politikalarını devam ettirmiştir. Başkanlık döneminde savunma öncelikleri gerekçesiyle nükleer silah üretimi olanca hızıyla sürmüştür. Diğer yandan İran'ın ulusalcı politikalarıyla tanınan başbakanı Muhammed Musaddık'a karşı 1953 yılında yapılan darbeye destek vererek, yerine Şah Muhammed Rıza Pehlevi'nin getirilmesinde etkin rol oynamıştır.

24 Judith S. Trent ve Robert V. Friedenberg, *Political Campaign Communication: Principles and Practices*, London: Penguin Books, 2000, s.140.

rilerde bulunulmuştur. Böylece siyasal alanda gösteri dünyası ile politik dünyanın birbirine yaklaştığı hatta zamanla benzeştiği yeni bir evreye geçilmiştir.

Kampanya için hazırlanan “*Eisenhower Answers America-Eisenhower Amerika’ya Yanıtlıyor*” başlıklı metinlerin yazarı Rosser Reeves, dönemin etkili araştırma şirketlerinden Gallup tarafından düzenlenen anketler aracılığıyla toplanan bilgileri kullanarak üç önemli konuda -Kore savaşı, ekonomik sorunlar ve siyasi yolsuzluk iddiaları- Eisenhower’ın yaklaşımlarını içeren 30’ar saniyelik televizyon spotları hazırlamıştır. Televizyon spotları, seçmenden gelen sorular ile Eisenhower tarafından verilen samimi yanıtların stüdyo çekimleriyle birleştirilmesinden oluşmaktadır. Eisenhower’ın gelen yazılı soruları yanıtlayarak seçmenlerine hitap ettiği reklamlar devrim niteliğindedir. Zira bir adayının alışıldığı üzere gereksiz pek çok konuyu içeren uzun ve sıkıcı konuşmalarla seçmene hitap etmesi yerine önemli olduğu önceden tespit edilen belirli konularda basit içerikler ve kısa tekrarlardan oluşan spotlarla bilgilendirme yapması çok daha yenilikçidir.²⁵ Siyasal reklam stratejisinin motivasyonu kısa ancak sık tekrarlanan mesajlar kullanılarak seçmen zihninde çok daha kolay yer edinileceği yönündeki kabule dayanmaktadır. Eski bir savaş generali olarak Eisenhower’ı böylesine yenilikçi bir yaklaşımı kabul etmeye bizzat Reeves’in ikna ettiği iddia edilmektedir.²⁶ Eisenhower kampanyası “*I like IKE-Eisenhower’ı seviyorum*” şeklinde başkan adayının kısa adını içeren oldukça samimi bir slogan eşliğinde yayınlanmıştır. Diğer yandan demokrat aday Stevenson adeta bir ürün reklamı yapar gibi başkan adaylarının televizyonlardan pazarlanmaması gerektiğine ilişkin ifadeleriyle oldukça katı bir tavır içerisinde kalmıştır. Kampanya sürecinde ülkenin en güçlü televizyon kuruluşlarından gelen ve her iki adayı ekranda tartışmaya çağıran davetler kabul görmemiştir. Eisenhower’ın de daveti kabul etmemesine rağmen Stevenson’un siyasal reklamlara olan mesafesi nedeniyle ekranda başarısız olmaktan korktuğu şeklinde yorumlara neden olmuştur. Diğer yandan kampanya sürecinde yalnız olarak katıldığı televizyon programlarında Stevenson, çoğu kez zamanını iyi ayarlayamamış, kendisine tanınan süreyi aşmış ve yapımcılar tarafından sözleri yarıda kesilmiştir.

Eski bir asker olarak başkan aday Eisenhower’a gösterilen ilgi büyük oranda İkinci Dünya Savaşı’nda yaptığı hizmetlerden kaynaklanmaktadır ancak Eisenhower’ın kampanya boyunca televizyon aracılığıyla verdiği mesajlar da seçimde karşılık bulmuştur. Eisenhower, gerek eski bir savaş kahramanı olması gerekse televizyon spotlarında gösterdiği başarılı performans nedeniyle seçmen nezdinde içten, dürüst ve açık sözlü bir başkan aday izlenimi inşa edebilmiştir. Stevenson ise parlak zekâlı, ince, sevimli, açık sözlü ve dürüst bir politikacı olarak bilinmesine rağmen seçmene kendini ifade etmekte başarısız olmuştur.

25 John E. Hollitz, “Eisenhower and the Admen: The Television “Spot” Campaign of 1952”, *The Wisconsin Magazine of History*, 66/1 (1982), s.31.

26 AdAge, “Reeves, Rosser (1910-1984)”, erişim 16 Nisan, 2020, <https://adage.com/article/adage-encyclopedia/reeves-rosser-1910-1984/98848>.

Tablo 1. Televizyon Spotlarında Kullanılan Seçili Soru, Cevap ve Göndermeler²⁷

Soru	Cevap	Gönderme
Demokratlar hata yapmış olsalar da iyi niyetli değiller miydi?	Evet ama öğrencileri taşıyan bir otobüs, kamyonu ya da elektrik direğine çarpar ve şoför otobüsü çukura düşürürse iyi niyetli olup olmadığını sormadan değiştirirsiniz.	1. Hayat Pahalılığı 2. Yolsuzluklar 3. Kore Savaşı
Bakkaldan birkaç şey alabilmek için 22 dolar ödedim.	Doğrudur, birkaç yıl önce aynı öteberiyi 10 dolara alabilirdiniz. Böyle giderse gelecek yıl 30 dolar ödeyeceksiniz.	1. Hayat Pahalılığı 2. Yolsuzluklar
Yeni bir savaşa mı gireceğiz?	Hayır, barışa iyi hazırlanırsak savaş olmaz. Kore'ye tank ve uçak yollamak için yüzlerce milyar dolar harcamayabiliriz.	1. Kore Savaşı 2. Hayat Pahalılığı 3. Yolsuzluklar

Sonuç olarak 1952 başkanlık seçimleriyle birlikte televizyon, Amerikan siyasal hayatını geriye dönülemez denli derinden değiştirmiştir. 1952 seçimlerine kadar adaylar, önceden planlanan programlar dâhilinde büyük kentlerde katıldıkları açık hava mitingleri ya da salon toplantılarında seçmene hitap ederken; 1952 seçimleriyle birlikte sayılan faaliyetlere ek olarak televizyonlarından başkan adaylarını izleyen milyonlarca seçmene siyasal reklamlar aracılığıyla kendilerini ifade edebilmişlerdir. Diğer yandan Eisenhower'ın seçimi kazanmasında tek etmen televizyon olmasa da kampanyanın başarısına olan katkısı büyük olmuştur.

ABD-2008 Seçim Kampanyasında Yeni Bir İletişim Mecrası Olarak Facebook'un Kullanılması

2008 yılı ABD başkanlık seçimlerinde Demokrat aday Barack H. Obama kampanya stratejisini genç seçmenleri dışarıda bırakmayacak şekilde kurgulamıştır. Genç seçmenlerin televizyon izlemek, radyo dinlemek ya da gazete okumak yerine dijital iletişim araçlarını kullanarak iletişim içinde olduğu yeni çağda siyasal kampanya stratejilerinin de yenilenmesi önemli bir gerekliliktir. Bu maksatla "Facebook" adlı sosyal paylaşım ağının kurucularından Chris Hughes, kampanyanın "online-çevrimiçi" direktörü olarak atanmıştır. Kampanya direktörü olarak atanmasının ardından Hughes'un ilk işi, Obama'nın "barackobama.com" adlı web sitesini yeniden düzenlemek ve "mybarackobama.com" adıyla yenilenen web sitesini, kullanıcıların içerik üretebildiği ve ürettikleri içerikleri paylaşabildiği yeni bir mecraya çevirmek olmuştur. Bu sayede çoğunluğu genç seçmenlerden oluşan kullanıcılar, çeşitli etkinlikler organize edebilmiş ve bu etkinliklere katılım sağlayabilmek için ihtiyaç duyulan sosyal etkileşim ve paylaşım ortamı yaratılmıştır.

Barrack H. Obama'nın çevrimiçi kampanya stratejisinin merkezinde genç seçmenlerin siyasal alana dikkatlerinin çekilmesi yanı sıra izleyici olmak yerine kampanyanın öznesi olabilme imkânı veren paylaşım ve etkileşime dayalı medya ortamının yaratılması bulunmaktadır. Böylece geleneksel olarak apolitik oluşlarıyla tanımlanan genç seçmen kitlesinin kampanya iletişiminde aktif rol almasının önünü açan yeni bir

²⁷ Hıfzı Topuz, *Siyasal Reklamcılık*, İstanbul: Cem Yayınevi, 1991, s.56-60.

evreye geçilmiştir. Genç seçmenler artık sadece bir izleyici ya da dinleyici değil aynı zamanda kampanya sürecinin bir parçası haline gelerek “Facebook, Twitter, Friendfeed ve YouTube” gibi sosyal medya kanallarını da içine alacak şekilde kampanya iletişimini pek çok mecraaya yaymışlardır.

2008 ABD başkanlık seçim kampanyasında çevrimiçi kanalların yanı sıra çevrimdışı olarak tanımlanan geleneksel kitle iletişim araçları da -gazeteler, dergiler, radyo, televizyon- kullanılmaya devam etmiştir. Ancak kampanya sürecinde iletişim, üniversiteler ya da üniversitelerin bulunduğu büyük kentler üzerinde yoğunlaştığı için kentlerdeki tüm platformlarda kampanya için kurulan web sitelerinin reklamları bulunmaktadır. Genç seçmenlerin ilgisini çekecek tüm yolların denendiği kampanya sürecinde gençler arasında oldukça popüler bir oyun konsolu olan “X-Box” esas alınarak “Beyaz Saray Yarışı” isimli bir oyun bile tasarlanmıştır. Kampanyanın ekonomik kaynaklarını çeşitlendirecek şekilde web siteleri üzerinden güncellenen bir bağış sistemi geliştirilmiş ve genç seçmenlerin fiilen içinde yer aldıkları kampanyaya aynı zamanda bağışçı olabilmelerinin yolu açılmıştır. Ekonomik kaynakların arttırılması ihtiyacından ortaya çıkan ve geleneksel bağış kampanyasına paralel olacak şekilde çevrimiçi bağış kampanyası düzenlenmesi sayesinde kaynakların çeşitlenmesi sağlanmıştır. Kampanya boyunca “viral pazarlama” olarak adlandırılan ve kaynak tarafından iletilmesi arzu edilen mesajların hedef kitleye kulaktan kulağa yayılmasına dayalı yöntem, sosyal medya kanalları kullanılarak etkili bir şekilde uygulanmıştır. Bu maksatla “Super Obama Girls” adıyla bir video dizisi oluşturularak “YouTube” üzerinden yayınlanmış ve bu videolar, toplamda on beş milyon gibi çok yüksek tekil izlenme sayılarına ulaşmıştır.²⁸

Barrack H. Obama'nın çevrimiçi kampanya stratejisini belirleyen Chris Hughes; “Facebook, Twitter, Friendfeed, YouTube” gibi mecraların yanı sıra “MySpace, Digg, Blackplanet, LinkedIn, AsianAve, MiGente ve Glee” gibi görece daha az tanınan dijital mecraları da kampanya maksatları için kullanmıştır.²⁹

ABD merkezli araştırma şirketi “Pew Research Center” tarafından yapılan inceleme; Amerikan seçmenlerinin yaklaşık %46'sının 2008 kampanyasıyla ilgili haberlere katkıda bulunmak ya da başkalarını harekete geçirmek için en az bir kere internet sitesini kullandığı, elektronik posta ya da kısa mesaj gönderdiğini göstermektedir. Diğer yandan; seçmenlerin %35'i bir önceki seçime göre üç kat daha fazla kampanya videoları izlemek için çevrimiçi olduğu bir ortamda” gerçekleştirilmiştir. Kampanya boyunca internet kullanıcılarının %74'ü seçim kampanyasına katılmak ya da kampanya hakkında haber alabilmek için çevrimiçi olmuştur. Bu oran ABD'de yaşayan tüm yetişkin nüfusun yaklaşık %55'ine tekabül etmekte ve Amerikan tarihinde ilk kez oy kullanma yaşına erişmiş toplam nüfusun yarısından fazlasının seçim kampanyası süreci boyunca yoğun bir şekilde internet kullandığını göstermektedir. Tablo 2, 3 ve 4'te 2008 yılı ABD Başkanlık seçim kampanyalarında seçmenlerin çevrimi-

28 Brian Braiker, “Obama Girl's Latest Viral Vid”, erişim 21 Nisan, 2020. <https://www.newsweek.com/obama-girls-latest-viral-vid-86593>.

29 Scott John Hammond, Robert North Roberts ve Valerie A. Sulfaro, *Campaigning for President in America 1788-2016*, California: Greenwood, 2016, s.158.

çi kullanıcı göstergeleriyle birlikte seçmenlerin son dört seçim döneminde (1996-2000-2004-2008), siyasal haber alma maksadıyla çevrimiçi olma oranları ve nihayet 2008 Başkanlık seçim kampanya döneminde başkanlık için yarışan iki adayın sosyal medya etkinliklerine ait nicel veriler bulunmaktadır.³⁰

Tablo 2. ABD 2008 Başkanlık Seçimleri Çevrimiçi Kullanıcı Göstergeleri

İnternet Kullanıcılarının Çevrimiçi Olma Nedeni	Yüzdeler Oran
Kampanya ve politik gelişmeler hakkında bilgi ya da haber almak	%60
Siyasal gelişmelerle ilgili başkalarıyla internet aracılığıyla etkileşime geçmek	%38
E-posta ya da kısa mesaj kullanarak kampanya bilgilerini yaymak	%59

Tablo 3. Siyasal Haber Alma Maksadıyla Yıllara Göre Artan Çevrimiçi Olma Oranları

Göstergeler	Yıllar			
	1996	2000	2004	2008
Tüm nüfusa göre	%4	%18	%29	%44
İnternet kullanıcı sayısına göre	%22	%33	%52	%60

Tablo 4. Barack Obama ve John McCain'e Ait Sosyal Medya Etkinlik Göstergeleri

Başkan Adayı	Facebook	Twitter	YouTube	Paylaşılan Video Sayısı
Barrack H. Obama	2.000.000	112.000	115.000	1.800
John McCain	600.000	4.600	12.000	300

2008 başkanlık seçimleri, %44 oranıyla her on internet kullanıcılarından altısına tekabül edecek şekilde seçmenlerin politik haber alabilmek maksadıyla çevrimiçi olduğunu göstermiştir. İnternet kullanıcılarının %12'si siyasal haber alabilmek için günde en az bir kez, %7'si ise gün boyu bir kereden fazla çevrimiçi olacak şekilde ve ülkedeki toplam nüfusun yaklaşık beşte birine tekabül eden oranda çevrimiçi olmuştur. Böylece siyasal haber alma ihtiyacının giderilmesi maksadıyla internete bağlanma oranları 2000 yılı başkanlık seçimlerine göre iki katına çıkmıştır.

Sonuç

İletişim alanında etkisini gösteren teknolojik yenilenmelere rağmen toplumun büyük bir çoğunluğu tarafından kitle iletişim araçları bilgiye ulaşmanın yanı sıra eğlence aracı olarak kullanılmaya devam edilmektedir.³¹ Gazete, radyo ve televizyondan oluşan geleneksel kitle iletişim araçlarının sahip olduğu güçlü etki, günümüzde

30 Aaron Smith, "The Internet's Role in Campaign 2008", erişim 1 Nisan, 2020. <https://www.pewresearch.org/internet/2009/04/15/the-internets-role-in-campaign-2008/>.

31 Kitle iletişim araçları ve buradaki uygulamaların fazla sayıda kullanıcıya ulaşma süreleri de giderek kısalmaktadır. Teknolojinin hızlı gelişimi, internetin 50 milyon kişiye 4 yılda ulaşmasını sağlamış, Facebook uygulamasının 3,5 yılda ve Angry Birds oyununun sadece 35 günde 50 milyon kişinin kullanmasını sağlamıştır. Instagram uygulaması ise 4 yılda 300 milyon kullanıcı sayısına ulaşmıştır; Ayrıntı için bkz. Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu, "Bakan Yardımcısı Sayan: Ar-Ge ve İnovasyon Rekabetin İki Önemli Aracı", erişim 16 Mayıs, 2019, <https://www.btk.gov.tr/haberler/bakan-yardimcisi-sayan-ar-ge-ve-inovasyon-rekabetin-iki-onemli-araci>.

yerini dijital iletişim platformları olarak adlandırılan internete ve sosyal paylaşım ağlarına bırakmaktadır. Dahası pek çok geleneksel kitle iletişim araçları dijital iletişim platformlarında kurumsal hesaplar oluşturarak, haber, bilgi ya da içerik paylaşımlarını artan oranda dijital iletişim mecralarına kaydırmaktadır. Dijital iletişim araçları, geleneksel kitle iletişim mecralarına nispeten çeşitli avantaj ve dezavantajlara sahiptir. Ancak günümüzde gazetelerin tiraj sayıları ya da televizyon izlenme oranlarına bakıldığında dikkat çekici düşüş olduğu gözlenmektedir.³²

Diğer yandan kitle iletişim teknolojilerinde kaydedilen gelişmeler ve yeni iletişim ortamlarının yaygınlaşması, siyasal iletişim faaliyetlerinde gözle görülür değişime neden olmaktadır. Sözelimi siyasal aktör ile seçmen arasında kurulması arzu edilen etkileşimi güçlendirmek üzere kurgulanan ikna edici iletişim faaliyeti olarak seçim kampanyaları ve siyasal aktörler arasındaki rekabetin yönü üzerinde belirleyici olmaktadır. Çalışmanın örnekleme olarak incelenen 1952 yılı başkanlık seçimlerinde Dwight Eisenhower'ın seçmen nezdinde elde ettiği itibar, ilk bakışta bir savaş kahramanı olarak ordu hizmetlerine bağlanabilir ancak seçim kampanyasında benimsenen strateji dâhilinde televizyonu kullanması nedeniyle siyasal reklamcılık bağlamında öncü olarak nitelendirilmesine neden olmuştur. Kampanya direktörü Rosser Reeves tarafından kurgulanan televizyon spotları sayesinde seçmen nezdinde kazanılan dürüst ve açık sözlü başkan adayını inşa edilmiştir. Demokrat aday Adlai Stevenson, televizyona olan mesafesi ve pek de başarılı sayılamayacak ekran performansı seçmen nezdinde başarısız olmuştur. Sonuç olarak gerek başkanlık kampanya süreci gerekse seçim sonuçları bakımından 1952 seçimleri, siyasal aktör ile seçmen arasında kurulan etkileşim bakımından televizyonun katkısını büyük oranda teslim etmektedir.

21. yüzyılın başından itibaren internet kullanım olanakları ve internet kullanıcı sayılarında görülen büyük sıçramalar nedeniyle geleneksel kitle iletişim araçlarının okunma, dinlenme ya da izlenme oranlarında giderek azalan etkiye neden olmuş ancak seçim kampanyaları ve siyasal aktörler arasındaki rekabetin yönü üzerinde belirleyici rolünü giderek arttırmıştır. Çalışmanın ikinci örnekleme olarak ele alınan Barack H. Obama'nın 2008 yılı seçim kampanya stratejisi dikkate alındığında, adayın kampanya stratejisini büyük oranda değişimden yana tavır gösteren genç seçmenler üzerine planladığı ve bu maksatla kampanyanın dijital iletişim platformlarını yoğun olarak kullandığı gözlenmiştir. ABD 2008 Başkanlık Seçim sonuçlarına bakıldığında Barack H. Obama'nın 18-29 yaş genç seçmenlerin %66'sının oyunu aldığı, rakibi Joseph McCain'in ise aynı seçmen kitlesinin ancak %31'inin oyunu alabildiği görülmektedir.³³ Böylece 2008 seçimleri, genç seçmen kitlesine hitap eden ve onlara

32 Sözelimi 03 Eylül 2012 - 09 Eylül 2012 haftası arasında Türkiye'de toplam satılan gazete sayısı 4.568.383 iken, 03 Eylül 2018 - 09 Eylül 2018 haftası arasında satılan gazete sayısı 2.797.567 olmuştur. Ayrıntı için bkz. MedyaTava, "Tiraj", erişim 16 Mayıs, 2020, <https://www.medyatava.com/tiraj>. Aynı tarihler arasında artan internet kullanımı, insanların eskisi kadar gazete satın almamalarının nedeni olarak gösterilmektedir. Diğer yandan televizyon izleme süreleri üzerine yapılan araştırma sonuçlarına göre; televizyon izleme sürelerinin 2006 yılında günlük ortalama 5 saat 8 dakika, 2009 yılında 4 saat 23 dakika, 2012 yılında 3 saat 54 dakika, 2018 yılındaysa 3 saat 34 dakika olarak kaydederek istikrarlı bir düşüş olduğunu göstermektedir. Radyo ve Televizyon Üst Kurulu, "Televizyon İzleme Eğilimleri Araştırması 2018", erişim 19 Mayıs, 2019.

33 Tom Rosentiel, "Young Voters in the 2008 Election", erişim 15 Mayıs, 2019, <https://www.pewresearch>.

yönelik kampanya düzenleyen adayların seçimlerde öne çıktığı kadar dijital iletişim platformlarını etkili bir şekilde kullanan aday ve kampanyaların avantajlarına dikkat çekmiştir. Zira dijital iletişim platformlarının kullanıcı sayılarındaki artışa bakıldığında, bu platformların siyasa aktör ile seçmen arasındaki iletişimi tamamlayacak şekilde yaygınlık kazandığı görülmektedir.³⁴

Kaynakça

- AdAge. "Reeves, Rosser (1910-1984)". Erişim 16 Nisan, 2020. <https://adage.com/article/adage-encyclopedia/reeves-rosser-1910-1984/98848>.
- Aristoteles. *Retorik*. Çev., Mehmet H. Doğan. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları, 1995.
- Atiker, Erhan. *Modernizm ve Kitle Toplumunu*. Ankara: Vadi Yayınları, 1998.
- Aydoğan, Filiz. "Tüketim Kültürünün Gölgesinde Kentler". *Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*. 27/2 (2009): 203-215.
- Bayrak, Halil. "2019 Türkiye İnternet Kullanım ve Sosyal Medya İstatistikleri". Erişim 15 Mayıs, 2019. <https://dijilopedi.com/2019-turkiye-internet-kullanim-ve-sosyal-medya-istatistikleri/>.
- Berman, Marshall. *Katı Olan Her Şey Buharlaşıyor*. Çev., Ümit Altuğ ve Bülent Peker. İstanbul: İletişim Yayınları, 2017.
- Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu. "Bakan Yardımcısı Sayan: Ar-Ge ve İnovasyon Rekabetin İki Önemli Aracı". Erişim 16 Mayıs, 2019. <https://www.btk.gov.tr/haberler/bakan-yardimcisi-sayan-ar-ge-ve-inovasyon-rekabetin-iki-onemli-araci>.
- Bongrand, Michel. *Politikada Pazarlama*. Çev., Fatoş Ersoy. İstanbul: İletişim Yayınları, 1992.
- Braiker, Brian. "Obama Girl's Latest Viral Vid". Erişim 21 Nisan, 2020. <https://www.newsweek.com/obama-girls-latest-viral-vid-86593>.
- Dillard, James Price ve Lijiang Shen. *The Sage Handbook of Persuasion*. California: Sage Publications, 2012.
- Erdoğan, İrfan ve Korkmaz Alemdar. *Öteki Kuram*. Ankara: Erk Yayıncılık, 2005.
- Giddens, Anthony. *Modernliğin Sonuçları*. Çev., Erol Kuşdil. İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 2018.
- Hall, Richard. H. *Sociology Of Work*. California: A Sage Publications Company, 1994.
- Hammond, Scott John, Robert North Roberts ve Valerie A. Sulfaro. *Campaigning for President in America 1788-2016*, California: Greenwood, 2016.

org/2008/11/13/young-voters-in-the-2008-election/.

34 2018-2019 yıllarında yapılan araştırma sonuçlarına göre; 2018 yılında Türkiye'de 51 milyon aktif sosyal medya kullanıcı bulunmaktayken, bu sayı 2019 yılında ülke nüfusunun %63'ünü oluşturacak hacimde toplam 52 milyona ulaşmıştır; Ayrıntı için bkz. Cengizhan Salih, "2018 Türkiye İnternet Kullanım ve Sosyal Medya İstatistikleri", erişim 15 Mayıs, 2019, <https://dijilopedi.com/2018-turkiye-internet-kullanim-ve-sosyal-medya-istatistikleri/>; Halil Bayrak, "2019 Türkiye İnternet Kullanım ve Sosyal Medya İstatistikleri", erişim 15 Mayıs, 2019, <https://dijilopedi.com/2019-turkiye-internet-kullanim-ve-sosyal-medya-istatistikleri/>. Günümüzde sosyal medya mecralarını seçmenleriyle iletişim kurmak için kullanan siyasal aktörlerin sayısı azımsanmayacak oranlara ulaşmıştır. Bu minvalde sözgelimi gündemdeki bir olay, bir anma ya da bilgi paylaşımı için siyasal aktörler sosyal medya mecralarını kullanmaktadır.

- Heyer, Paul. *The Medium and the Magician*. Maryland: Rowman& Littlefield Publishers, 2005.
- Hollitz, John E. "Eisenhower and the Admen: The Television "Spot" Campaign of 1952". *The Wisconsin Magazine of History*. 66/1 (1982): 25-39.
- Jones, Jean. G. ve Herbert W. Simons. *Persuasion in Society*. New York: Routledge, 2017.
- Kongar, Emre. *Toplumsal Değişme Kuramları ve Türkiye Gerçeği*. İstanbul: Remzi Kitabevi, 1981.
- Lilleker, Darren. G. *Siyasal İletişim*. Çev., Könül Mammadlı. İstanbul: Kaknüs Yayınları, 2013.
- Marx, Karl ve Friedrich Engels. *Komünist Manifesto*. Çev., Levent Kavas. İstanbul: İthaki Yayınları, 2011.
- MedyaTava. "Tiraj". Erişim 16 Mayıs, 2020. <https://www.medyatava.com/tiraj>.
- O'Keefe, Daniel. J. *Persuasion: Theory and Research*. California: Sage Publications, 2002.
- Öztürk, Gülcennet. "Bir Propaganda Aracı Olarak Radyo". *Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi*. 2/3 (2017): 157-174.
- Perloff, Richard. M. *The Dynamics of Persuasion*. New Jersey: Lawrence Erlbaum, 2010.
- Platon. *Gorgias*. Çev., Reyan Erben. İstanbul: M.E.B. Yayınları, 1997.
- Radyo ve Televizyon Üst Kurulu. "Televizyon İzleme Eğilimleri Araştırması 2018". Erişim 19 Mayıs, 2019. <https://www.rtuk.gov.tr/assets/Icerik/AltSitelер/televizyonizlemeegilimleriarastirmasi2018.pdf>.
- Rosentiel, Tom. "Young Voters in the 2008 Election". Erişim 15 Mayıs, 2019. <https://www.pewresearch.org/2008/11/13/young-voters-in-the-2008-election/>.
- Sadakaoglu, Mustafa C. "Yeni Türk Sinemasında Modern Melodram Geleneksel Söylem". *Motif Akademi Halkbilimi Dergisi*. 12/28 (2019): 1183-1200.
- Salih, Cengizhan. "2018 Türkiye İnternet Kullanım ve Sosyal Medya İstatistikleri". Erişim 15 Mayıs, 2019. <https://dijilopedi.com/2018-turkiye-internet-kullanim-ve-sosyal-medya-istatistikleri>.
- Sander, Oral. *Siyasi Tarih*. İstanbul: İmge Yayınevi, 2001.
- Smith, Aaron. "The Internet's Role in Campaign 2008". Erişim 1 Nisan, 2020. <https://www.pewresearch.org/internet/2009/04/15/the-internets-role-in-campaign-2008/>.
- Thoreau, Henry David. *Walden and Other Writings*. New York: Bantham Books, 1962.
- Topuz, Hıfzı. *Siyasal Reklamcılık*. İstanbul: Cem Yayınevi, 1991.
- Trent, Judith. S. ve Robert V. Friedenberg. *Political Campaign Communication: Principles and Practices*. London: Penguin Books, 2000.
- Uztuğ, Ferruh. *Siyasal Marka Seçim Kampanyaları ve Aday İmajı*. Ankara: Mediacat Yayınları, 1999.

- Uzun, Ruhdan. *İletişim Kuramları*. Haz., Erkan Yüksel. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları, 2013.
- Ülgener, Sabri Fehmi. *Zihniyet ve Din*. İstanbul: Der Yayınları, 1981.
- Yaylagül, Levent. *Kitle İletişim Kuramları*. Ankara: Dipnot Yayınları, 2018.
- Yüksel, Ahmet Haluk. *İkna Edici İletişim*. Haz., Mine Oyman. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları, 2014.
- Zeybek, Burcu. *Siyasal Reklam İkna ve Retorik*. İstanbul: Beta Yayıncılık, 2016.
- Weber, Max. *Protestan Ahlakı ve Kapitalizmin Ruhu*. Çev., Mehmet Ökten. Ankara: Tutku Yayınevi, 2014.

The 1952 and 2008 US Presidential Election Campaigns in terms of Traditional and Digital Mass Communication

MUSTAFA C. SADAKAOĞLU

ÖZGÜR EMEK KORKMAZ

Abstract: *The modern individual was defined as voter after the emergence of consent-based regimes and was exposed to persuasive political communication messages from the mass media. Mass media is very important for the voter to take an attitude towards the messages he/she is exposed to. Although media habits have changed over the years, from traditional mass media to digital mass media, the strong interaction between media and democracy. Nowadays, political actors use various digital communication tools extensively as well as traditional mass media such as newspaper, radio and television. Television was used for the first time in the US presidential elections of 1952 and the US presidential elections of 2008 which used the digital communication tool for the first time. In this reason, this study based on the interaction between the concepts of media and democracy, the data obtained from the election campaigns determined as the sample of the study are examined.*

Keywords: *Democracy, Political communication, Political advertising, Television, Social media.*



The Role of Mass Media in Terrorism and Its Effect on Individuals

AHMET YİĞİTALP TULGA*
ahmettulga@hotmail.com
ORCID ID: 0000-0001-7596-1269

Abstract: *Nowadays terrorism is one of the biggest problems in the world. In particular, afterward the twin towers attack in the United States on September 11, 2001, this has become a bigger problem for most of the countries in the world. Following in time the 9/11 terrorist attack, many governments launched a war against global terrorism in different parts of the world. Even the community psychology, which is not threatened by global terrorism, is negatively affected by extremist groups' coverage in media. Asian countries like Japan, Taiwan, and the Republic of Korea are the best examples of that. For this cause, in this research two linear regression are analyzed and Taiwanese newspaper text analyses are made. The main purpose and motivation of this research is to analyze the importance of media on terrorism and terrorist acts and how the media affects people's thoughts and psychology.*

Keywords: *Terrorism, Psychology, Opinion, Media, Mass media.*

Introduction

Nowadays, the world is haunted by a ghost, the ghost of terrorism. In particular, the ghost of the terrorism that frightened most of the world after the twin towers attack in the United States on September 11, 2001. After this terrorist attack, a war against terrorism was launched by many governments around the World.¹ This war against terrorism still continues today, becoming itself more severe and deep.² Although some governments have been suffering from terrorism for a long time, 9/11 has shown that terrorism is one of the biggest problems in the world. This problem has grown in scope and severity over time.

It is very useful to start with the definition of terrorism first. In this study, the definitions of terrorism of McCormick, and the Central Intelligence Agency (CIA) are used. According to the CIA³, "terrorism means premeditated, politically motivated

* PhD Student, National Sun Yat Sen University, Institute of Political Science.

1 Cemal Güzel, *Silinen Yüzler Karşısında Terör*, Ankara: Ayraç Yayınevi, 2002, p.5.

2 I.e. Syria, Philippines, Iraq and Somalia.

3 "Terrorism", 2007, Accessed 21 June 2020, <https://www.cia.gov/news-information/cia-the-war-on-terrorism/>

violence perpetrated against non-combatant targets by subnational groups or clandestine agents, usually intended to influence an audience”. In addition, McCormick describes global and domestic terrorism as planned use or threat of utilization of violence or aggression to accomplish a political goal by coercion or apprehension of a targeted audience. However, despite all these definitions, terrorism is a complicated phenomenon; therefore, it cannot be explained by just one case or event. Terrorism needs to be explained more fully and in-depth.⁴

Some scholars stated that modern terrorism began with the French Revolution in 1789.⁵ Other scholars such as Kaplan⁶ and Rapoport think that modern terrorism started in Russia at the end of 1880.⁷ Rapoport considers that terrorism consists of 4 main waves⁸: Anarchist wave, anti-colonial wave, new left wave, and religious wave, all considered to be the forms of modern terrorism.⁹ I think that current terrorism is different than the four waves of terrorism. This current terrorism could be considered as the fifth wave of terrorism and I call this new wave as *technological terrorism*. Current terrorism varies from past acts of terrorism. Terrorism is a mobile, global threat in the modern era. Terrorist organizations or terrorists could easily create and increase fear through sophisticated communication technologies such as social media and mass media. Terrorist organizations are now better positioned to profit from current technological developments than any other suspect. The propensity to use software from governments makes it difficult for terrorist organizations to beat modern counter-terrorism tactics.¹⁰ Nevertheless, contemporary terrorist organizations vary because they do not see their organizations strong enough to fight a real war with their own or other countries. However, global terror and terrorist organizations that we face today are quite different from previous terrorist organizations. Alternatively, they prefer violence as the best way to fight for themselves.

Nowadays, it has been seen that terrorist organizations have also changed in the evolving world. Contemporary terrorism cannot be explained due to the lack of a common definition of terrorism. However, this new form of terrorism can be explained by the new wave of terrorism. With this new wave, it is seen that terrorist organizations have reached their target not only with guns, lone wolf attacks, or suicide attacks but also with propaganda on social media and mass media.

In recent years, numerous articles in the literature related to terrorism have been published, discussing its relation with social media- mass media such as Wilkinson's

terrorism-faqs.html?tab=list-3.

4 Gordon H. McCormick, "Terrorist Decision Making", *Annual Review of Political Science*, 6/1 (2003).

5 Güzel, *Silinen Yüzler*, p.7.

6 Jeffrey Kaplan, "Terrorism's Fifth Wave: A Theory, a Conundrum and a Dilemma", *Perspectives on Terrorism*, 2/2 (2008).

7 David C. Rapoport, *The Four Waves of Modern Terrorism, Attacking Terrorism: Elements of a Grand Strategy*, Washington, DC: Georgetown University Press, 2004, p.54.

8 Rapoport, *The Four Waves*, p.54.

9 Rapoport, *The Four Waves*, p.54.

10 Samih Teymur, "A Conceptual Map for Understanding the Terrorist Recruitment Process: Observation and Analysis of DHKP/C, PKK, and Turkish Hezbollah Terrorist Organizations", PhD. Thesis, University of North Texas, 2007, p.105.

research, and its effects on people's psychology such as Wessely's study. These articles contain various opinions. Despite numerous articles and opinions, still, there is no common idea written about all aspects of terrorism and how to strategically fight against these aspects of terror. Unfortunately, there is a gap in the literature. The most important reason for this gap is the lack of understanding the relationship between physical terrorism, media, and psychology.

This study examines the connection between physical and media terrorism and the effect of terrorism on civilians. This paper continues to assess the related research that helps to explain how the combination of physical terrorism and terrorism on mass media affect people. The effect of this combination on people's opinions would be explained with the traditional fear of crime theory.

This study has three main research questions. The first research question is "could new type of terrorist organizations achieve their goal¹¹ without guns or weapons?" followed by the second one "How does the physical terrorism affect mass media?", and "how do the combination of these two elements influence people's psychology and daily life?". The main purpose and motivation of this research is to analyze the importance of media on terrorism and terrorist acts and how the media affects people's thoughts and psychology.

Literature Review

The literature review assesses research evidence in three areas. These are physical terrorism, media terrorism, and public opinion. These three areas are directly related to each other, and the understanding of this relationship helps us to comprehend to some extent the complex phenomenon of terrorism. Many studies in the literature such as Wilkinson and Dorothee have divided terrorism into two as domestic and global. Keeping in mind that today, the effects of domestic terrorist organizations and their actions are at the same time global, the distinction between domestic and global terrorism has disappeared, especially when contending with globalization. Therefore, this study did not differentiate between global and domestic terrorism and included all types of terrorism.

I think that physical terrorism, the media, and human psychology are directly related. Therefore, the study examines the aspect in three sub-sections. The first part points to the relationship between terrorism and social-mass media; the second part explores physical terrorism such as suicide bombs, lone wolf attacks, and coordinated attacks; and in the last part, the effects of the combination of media and physical terrorism on the psychology of people are investigated.

Media Terrorism

The first part of the literature review examines the relationship between terrorism

¹¹Each terrorist organization has different goals, but the common main purpose of terrorist organizations is to demoralize the people and law enforcement agencies.

and media in two sub-elements. First is the terrorism-mass media relationship¹² and the second is the social media-terrorism relationship.¹³

The mass media-terrorism relationship has been going on for many years. The media enables individuals to interpret and evaluate events quickly. In this way, individuals simplify and structure the narrative of terrorist attacks and activities.¹⁴ The news frameworks in the media help the public to formulate their predictions and thoughts about terrorist events. Gerbner, Gross, Morgan, Signorielli, and Shanahan emphasize the role of the media in creating people's perceptions of social reality and setting the public agenda.¹⁵ At the same time, these scholars argue that the media plays a greater role in shaping public opinion. Similarly, Dorothee thinks that since September 11, London, Madrid, and Oklahoma terror attacks, the media has been playing a role in shaping the perception of terrorism by most people.¹⁶ Clearly, most of the academic studies have shown that television broadcasts, especially after the September 11 and Oklahoma terror attacks, cause post-traumatic stress disorder and depression on civilians.¹⁷

Wilkinson thinks that the relationship between media and terror is symbiotic. In addition to mass media and social media, videos, fake news, suicide attacks, and hit-and-run tactics play important roles for contemporary terrorism.¹⁸ Like Wilkinson, Burke also thinks that the relation between media and terrorism is clear. Terrorist organizations gain popularity because of mass media.¹⁹ These scholars see the popularity of terrorist organizations as a consequence of increasing media attention on terrorist organizations.

On the other hand, some scholars see an increasing number of terrorist attacks as a consequence of the attention of media on terrorist organizations. Michael Jetter's research found that suicide missions receive significant media attention, which he believes could explain their increased popularity among terrorist groups.²⁰ Jetter supports that media has to stop providing a free platform for terrorist's propaganda.²¹ Also, Yonah Alexander thinks that the media provides a useful tool for terrorist organizations' propaganda and psychological warfare.²²

12 Paul Wilkinson, "The Media and Terrorism: A Reassessment", *Terrorism and Political Violence*, 9/2 (1997).

13 Cori E Dauber, et al., "Call of Duty: Jihad -How the Video Game Motif Has Migrated Downstream from Islamic State Propaganda Videos", *Perspectives on Terrorism*, 13/3 (2019), p.27.

14 Pippa Norris, Montague Kern, and Marion R. Just, *Framing Terrorism: Understanding Terrorist Threats and Mass Media*, London: Routledge, 2003, p.54.

15 George Gerbner, et al., "Growing up with Television: Cultivation Processes", *Media Effects: Advances in Theory and Research*, 1/2 (2002).

16 Dorothee C. Bruhn, "News Coverage on Terrorism: The Influence of Affect-Laden Images on Information Processing", Undergraduate Thesis, University of Twente, 2009, p.16.

17 Jennifer Ahern, et al., "Television Images and Psychological Symptoms after the September 11 Terrorist Attacks", *Psychiatry: Interpersonal and Biological Processes*, 65/4 (2002), p. 289-300.

18 Wilkinson, "The Media and Terrorism".

19 Jason Burke, "'There Is No Silver Bullet': Isis, Al-Qaida and the Myths of Terrorism", *The Guardian*, August 2015.

20 Michael Jetter, "Terrorism and the Media", *IZA Discussion Paper*, 2014, p.3.

21 Jetter, "Terrorism and the Media", p.4.

22 Yonah Alexander, "Terrorism, the Media and the Police", *Journal of International Affairs*, 48 (1978).

The second pillar of the relationship between media and terrorism is the relationship between social media and terrorism. Many terrorist organizations actively use social media to achieve their goals. For example, Al-Shabaab broadcasted live on twitter its armed attack to a shopping mall.²³ Similarly, ISIS broadcasted live on the internet the killing of Turkish and Jordanian soldiers.²⁴ Terrorist organizations aim to expand their wars with these strategies. At the same time, social media is used to create fear in the public. More than 100,000 tweets were posted during the ISIS invasion of Iraq and photographs were posted on the internet from the captured cities.²⁵ Tweets created a fear over many city residents in Iraq and Syria and people began to flee from their cities.²⁶ The same way, Perisin, Weinburg and Eubank think that modern forms of communication, social media, promote the spread of terrorism from one place to another.²⁷

Most scholars seem to agree that social media and mass media continue to play an important role in the purposes of terrorism nowadays. Research has shown that social media, propaganda, fake news, and video can be successful without the use of a physical force, e.g., a fighting army.²⁸ Secara states that new forms of social media like Youtube, Facebook, and Twitter play a very important role for terrorist organizations because they use these new forms of media to spread propaganda, training, recruitment, mobilization, coordination, and communication.²⁹ According to Secara (2015), ISIS uses the internet and social media differently than Al-Qaeda. She states that ISIS uses more social media and mass media but, Al-Qaeda mostly uses Internet forums.³⁰

Physical Terrorism

One of the most important components of terrorism is physical terrorism. In this study, physical terrorism is divided into three groups which are suicide attack, lone wolf attack, and coordinated attack based on their effects, in addition to right-wing terrorism, a fourth group that has been on the rise in recent years.

Most scholars of terrorism studies argue that suicide attacks are the deadliest form of current terrorism. The costs of suicide are low, and these attacks attract more attention. Mroszczyk also believes that suicide bombings are more deadly and have a negative impact on civilians.³¹ Today, however, terrorist organizations are trying to

23 James P. Farwell, and Darby J. Arakelian, "Using Information in Contemporary War", *Parameters*, 46/3 (2016), p.71.

24 Farwell and Arakelian, "Using Information", p.71.

25 Heather Marie Vitale, and James M. Keagle, "A Time to Tweet, as Well as a Time to Kill: Isis's Projection of Power in Iraq and Syria", *Defense Horizons*, 77 (2014), p.1.

26 Anita Perešin, "Fatal Attraction: Western Muslimas and ISIS", *Perspectives on Terrorism*, 9/3 (2015).

27 Leonard Weinberg and William L. Eubank, "Chapter 4", *Countering Terrorism and Insurgency in the 21st Century: Strategic and tactical considerations*, ed., James J. Forest, Westport: Greenwood Publishing Group, 2007, p.150.

28 Weinberg and Eubank, "Chapter 4", p.160.

29 Diana Secara, "The Role of Social Networks in the Work of Terrorist Groups. The Case of Isis and Al-Qaeda", *Research and Science Today*, 3 (2015), p.77.

30 Secara, "The Role of Social", p.77.

31 Joseph Mroszczyk, *Chasing Ghosts: The Policing of Terrorism*, New York: Oxford University Press, 2016, p.76.

increase the lethality of suicide bombings and to reduce their costs in order to attract more attention.³²

Burcu Alakoç agrees with Mrosczyk and in addition to suicide bombings, she focuses on the lone wolf attacks. Alakoç argues that the “lone wolf” attacks occur when individuals affected by the ideology or mission of any terrorist organization choose to perform the action on their own.³³ One of the most important concerns in many countries such as Israel is the rise of such independent terrorist acts. With the technological developments in recent years, it facilitates the realization of the aspiration of people who aim to become “lone wolves” and suicide bombers but cannot participate in terrorist organizations.³⁴

Some scholars focus on the coordinated terrorist attacks more than other physical types of terrorism.³⁵ Avdan and Webb think that coordinated terrorist attacks affect people psychologically more than any other type of terrorist attack.³⁶ They think that coordinated terrorist attacks have made them appear more threatening.³⁷ Based on their research, terrorist attacks involving coordinated strikes on multiple targets are perceived to be more threatening than single-target attacks. According to Avdan and Webb (2018), fear is one of terrorism’s fundamental characteristics and it is essential to understand how terrorism causes fear in order to acknowledge the political consequences of terrorism. Some of the actions of ISIS could be shown as examples of coordinated attacks. In 2015, there were terrorist attacks in three different countries on the same day. Three of them were organized by ISIS.³⁸ Gilsinan thinks that this kind of terrorist attacks affects civilian’s psychology and daily life negatively, because any individual could be a potential terrorist.³⁹

Public Opinion

Physical terrorism and terrorism in the media have a great impact on people. After the physical acts of terror, people follow the events from the media sources, because they think that they could find the most detailed information from the media sources.⁴⁰ These news are the most important element that affects public opinion. For example, since the terrorist attacks of September 11, the media has played an im-

32 Mrosczyk, *Chasing Ghosts*, p.76.

33 Burcu Pinar Alakoc, “When Suicide Kills: An Empirical Analysis of the Lethality of Suicide Terrorism”, *International Journal of Conflict and Violence*, 11 (2017), p.a493-a93.

34 Alakoç, “When Suicide Kills”, p.a493-a93.

35 Nazli Avdan and Clayton Webb, “The Big, the Bad, and the Dangerous: Public Perceptions and Terrorism”, *Dynamics of Asymmetric Conflict*, 11/1 (2018); Jean-Paul Azam, “Suicide-Bombing as Inter-Generational Investment”, *Public Choice*, 122/1-2 (2005); Jordan Galehan, “Instruments of Violence: Female Suicide Bombers of Boko Haram”, *International Journal of Law, Crime and Justice*, 58 (2019).

36 Avdan and Webb, “The Big, the Bad”.

37 Avdan and Webb, “The Big, the Bad”.

38Kathy Gilsinan, “Terrorist Attacks on Schools Have Soared in the Past 10 Years”, *The Atlantic*, December 17, 2014, p.3.

39Gilsinan, “Terrorist Attacks”, p.4.

40Mamdoh Suleiman Al-Ameri, “Media and USF Students’ Perception of Terrorism”, Graduate Theses, University of South Florida, 2013, p.76-84.

portant role in shaping most people's perception of terrorism.⁴¹ Some scholars have emphasized the impact of physical terrorism on people.⁴² Rubin, Brewin, Greenberg, Hughes, Simpson, and Wessely argue that terrorist attacks could have a psychological effect on civilians.⁴³ According to Rubin, Brewin, Greenberg, Hughes, Simpson, and Wessely (2007), the increased level of stress after terrorist acts causes a decrease in the sense of security and behavioral changes. On the other hand, some scholars such as Huff and Kertzer have focused on the effects of physical acts of terrorism and media on people. Huff and Kertzer think that political scientists have struggled to investigate the perception of violence among ordinary citizens.⁴⁴ The authors' findings show how the language used describes incidents of violence, for which the mass media have considerable latitude, affecting people's ability to classify incidents as terrorism.⁴⁵ Spencer supports Huff and Kertzer's idea about language. Spencer thinks that the media should be careful about word choices and language. Spencer suggests that the simple, seemingly trivial linguistic instruments, such as metaphors, can be used to pass at least certain understandings cognitively to the public.⁴⁶ This specific type of wording can help to decrease the worry caused by the constitution of terrorism in the media.⁴⁷

In recent years, terrorist attacks by similar terrorist organizations have caused different public reactions and most of the scholars seem to generally agree to that.⁴⁸ The current literature shows that it is more traumatic for people living near where the terrorist attacks happened. Avdan and Webb argue that the threat perception is shaped by physical and personal proximity to terrorist attacks.⁴⁹ They point out that the position of terrorist attacks and the race and nationality of the victims shape people's perception of threat. People are feeling more and more vulnerable when terrorist acts happen close to their country. When terrorism acts move away from their countries, the interest in terrorist acts decreases. Canada is an example of this. The September 11 attacks adversely affected the beliefs and behavior of people in Canada.⁵⁰

41 Christoph P. Pfeiffer, "Causalities and Casualties: Media Attention and Terrorism, 1970-2010", *Diskussionspapier*, 127 (2012), p.12.

42 Shira Fishman, et al., "The Role of Individualistic and Collectivistic Goals in Support for Terrorist Attacks", *Manuscript Submitted for Publication*, 2007, p.22; Hazel K. Kwon, Monica Chadha, and Kirstin Pellizzaro, "Proximity and Terrorism News in Social Media: A Construal-level Theoretical Approach to Networked Framing of Terrorism in Twitter", *Mass Communication and Society*, 20/6 (2017).

43 James G. Rubin, et al. "Enduring Consequences of Terrorism: 7-month Follow-up Survey of Reactions to the Bombings in London on 7 July 2005", *The British Journal of Psychiatry*, 190/4 (2007).

44 Connor Huff, and Joshua D. Kertzer, "How the Public Defines Terrorism", *American Journal of Political Science*, 62/1 (2018).

45 Huff, and Kertzer, "How the Public"; Logan Macnair, "Linguistic and Narrative Trends Among Islamic State Videos and Magazines", *Canadian Network for Research on Terrorism, Security, and Society*, 2018, p.29.

46 Alexander Spencer, "The Social Construction of Terrorism: Media, Metaphors and Policy Implications", *Journal of International Relations and Development*, 15/3 (2012).

47 Edgar O'Ballance, *Language of Violence: The Blood Politics of Terrorism*, San Rafael, CA: Presidio Press, 1979, p.85; Bowman H. Miller, "Terrorism and Language: A Text-Based Analysis of the German Case", *Studies in Conflict & Terrorism*, 9/4 (1987).

48 Poveda Criado and Miguel Ángel, "Journalism As A Terrorism Captation Weapon", *Revista de Comunicación de la SEECI*, 49 (2019); Alan B. Krueger, and David D. Laitin, "Kto Kogo?: A Cross-Country Study of the Origins and Targets of Terrorism", *Terrorism, Economic Development, and Political Openness*, 5 (2008).

49 Avdan and Webb, "The Big, the Bad".

50 Avdan and Webb, "The Big, the Bad".

Yeniçeri and Dönmez try to explain terrorism with “lay theories”. In order to see public opinion, they conducted a poll in Turkish Universities about terrorism.⁵¹ According to this survey, most of the students (69.5%) think that terrorists are young people and 22.9% of the participants think that terrorists are illiterate and they couldn’t graduate from any school. According to participants, religious terrorism is more dangerous than ideological and ethnic terrorism.⁵² Similarly, Demirçivi conducted a survey about terrorism and its effect on civilians. Based on the result of this survey, women are more concerned about terrorism than men because after terrorist attacks women try to follow news about these terrorist attacks. Terrorist attacks have affected badly the psychological situation of the participants of the survey, using words like fear, violence, and threat to explain terrorism.⁵³ Similar surveys have been conducted in other countries to understand people’s thoughts obtaining related results.⁵⁴ The research conducted by Brouard, Vasilopoulos, and Foucault shows great changes in the opinions of French people after the terrorist attacks in France in 2015 in Paris and 2016 in Nice.⁵⁵ The most important of these idea changes are political. After the terrorist attacks, some of the left-wing sympathizers shifted towards the right-wing parties.⁵⁶ After the terrorist attacks in 2015 and 2016, there has been an increase in the fear of terror in France. However, these attacks only had an impact on people’s attitudes to security.⁵⁷

Research Design

In the first stage of the research, the 6th wave survey of the world value survey is analyzed to examine the relationship between worry about terrorism and the media. The World Values Survey is a global network of social scientists researching and showing the changing values and their affect them on the world’s sociopolitical life.⁵⁸ In this study, the world value survey’s questions on worry about terrorism (V184), social media-media, internet, and personal computer usage (V225) are examined. The unit of analysis’ first step of this study is the individual level. The first analysis covers 22594 observations, 9 variables, in a period between 2010 and 2014.

After the first analysis, the subject becomes more specific and a second analysis is conducted. This analysis includes the terrorism index, worry about terrorism, and internet usage rates. This analysis tries to find the association between terrorism and

51 Zuhale Yeniçeri, and Ali Dönmez, “Perception of Terrorism and Terrorist: How Important Who Holds the Gun?”, *Türk Psikoloji Dergisi*, 23/62 (2008).

52 Yeniçeri and Dönmez, “Perception of Terrorism”, p.100.

53 Gonca Aksoy and Fatma Nisan, “Türkiyedeki Terör Olayları Çerçevesinde Ankara Patlamaları Üzerine Bir İçerik Analizi Çalışması”, *TRT Akademi*, 2/3 (2001).

54 Randall K. Van Schepchen, “Gerhard Richter’s Critical Artistic Strategies: Politics, Terrorism and War”, *Messages, Sages, and Ages*, 4/1 (2017).

55 Sylvain Brouard, Pavlos Vasilopoulos, and Martial Foucault, “How Terrorism Affects Political Attitudes: France in the Aftermath of the 2015–2016 Attacks”, *West European Politics*, 41/5 (2018).

56 Brouard, Vasilopoulos and Foucault, “How Terrorism Affects”.

57 Özlem Çapan Özeren, “Chapter 3”, *Crisis File: Terror at Atatürk Airport*, ed., Ömer Akgül, Cambridge: Cambridge Scholars Publishing, 2018, p.45.

58 “World Values Survey: Round Six”, Inglehart, et al., Accessed 20 June 2019, <http://www.worldvaluessurvey.org/WVSDocumentationWV6.jsp>.

worry about terrorism-internet usage rate. The worry about the terrorism variable of this analysis is taken from the world value survey. The variable regarding internet use is taken from the world bank. Internet users variable shows individuals who have spent the last 3 months using the Internet (from any location). The Internet could be used through a screen, mobile phone, digital personal assistant, gaming console, digital TV.⁵⁹ The terrorism index variable is taken from the Vision of Humanity and the Institute of Economics and Peace. The terrorism index measurements recognize security threats to the government, such as explosions, assaults or battle-related deaths, resistance groups, protests, coups, and violence or domestic/global terrorism. The rise of this variable indicates that there are security problems in the country.⁶⁰

The unit of analysis of the second analysis is the country level. This analysis covers 52 countries and there are 4 variables. As a result, a cluster analysis involving 52 countries is conducted. The result is quite interesting and therefore Taiwan, which is included in both analysis, is chosen as the case analysis.

Within the scope of the case analysis, the news of Taiwan's "Taipei Times" and "Taiwan News" newspapers related to terrorism between 2014-2019 are examined, with a total of 40 news related to terrorism. The text analysis of these newspapers is made with the R program, a statistical software that is used for text analysis and sentiment analysis. As a popular open-source platform, R statistical software has a vast user community that develops and maintains a wide array of packages for text analysis.⁶¹ Finally, sentiment analysis of the news about terrorism in these newspapers during this period is made. "Sentimentr" package in R software is benefited for sentiment analysis.⁶²

Results

As a result of the first analysis, there is a highly significant and negative association between worry about terrorism and obtaining information from radio news. Secondly, there is a negative and highly significant association between obtaining information from daily newspapers and worry about terrorism. Thirdly, there is a positive and highly significant association between obtaining information from TV news and worry about terrorism.

Table 1. Summary Statistics

<i>Variables</i>	<i>n</i>	<i>Mean</i>	<i>Std. Deviation</i>
Worry about terrorism (V184)	22786	2.16	1.08
Obtaining information from printed magazine (V218)	22786	2.70	0.98

59 "Internet", Max Roser, Accessed 21 June 2020, <https://ourworldindata.org/internet>.

60 Emanuele Marotta, and Alfredo Nunzi, "Chapter 19", *International Encyclopedia of Political Science*, ed., Bertrand Badie Dirk, Berg-Schlosser and Leonardo Morlino, Thousand Oaks, CA: SAGE Publications, Inc., 2011, p.2380.

61 Kasper Welbers, Wouter Van Atteveldt and Kenneth Benoit, "Text Analysis in R, Communication Methods and Measures", 11/4 (2017).

62 "Calculate Text Polarity Sentiment", Tyler Rinker, Accessed 21 June 2020, retrieve from <https://cran.rproject.org/web/packages/sentimentr/sentimentr.pdf>

Importance of religion (V9)	22786	2.01	1.08
Obtaining information from Radio news (V220)	22786	1.82	1.07
Obtaining information from Daily newspaper (V217)	22786	1.91	1.04
Obtaining information from TV news (V219)	22786	1.34	0.72
Obtaining information from mobile phone (V221)	22786	1.59	1.00
Obtaining information from e-mail (V222)	22786	1.98	1.13
Obtaining information from Internet (V223)	22786	1.75	1.05
Personal computer usage (V225)	22786	2.52	0.65

Fourth, there is a positive and highly significant association between obtaining information from mobile phones and worry about terrorism. Fifth, there is also a negative and highly significant association between obtaining information from the internet and worry about terrorism. Sixth, there is a positive and highly significant association between personal computer use and worry about terrorism. Finally, there is a positive and highly significant association between the importance of religion, chosen as a control variable, and worry about terrorism. On the other hand, no statistical relationship was found between obtaining information from a printed magazine and worry about terrorism.

Table 2. Regression Analysis

<i>Dependent variable: Worry about terrorism (V184)</i>	
Obtaining information from printed magazine (V218)	0.004 (0.008)
Obtaining information from Radio news (V220)	-0.027*** (0.007)
Obtaining information from Daily newspaper (V217)	-0.040*** (0.007)
Obtaining information from TV news (V219)	0.108*** (0.010)
Obtaining information from mobile phone (V221)	0.065*** (0.008)
Obtaining information from e-mail (V222)	-0.019** (0.009)
Obtaining information from Internet (V223)	-0.037*** (0.011)
Personal computer usage (V225)	0.054*** (0.013)
Importance of religion (V9)	0.249*** (0.007)
Constant	1.490*** (0.049)
Observations	22,594

Log Likelihood	-32,829.150
Akaike Inf. Crit.	65,678.300

Note: *p<0.1; **p<0.05; ***p<0.01

As a result of the first analysis, the study is further specified by the application of a second analysis that studies the country level. The dependent variable of the second analysis is the terrorism index. The independent variables are worried about terrorism and the population of internet users by country. As in the first analysis, the importance of religion is chosen as the control variable.

Table 3. Summary Statistics

	<i>n</i>	<i>Mean</i>	<i>Std. Deviation</i>
Worry about terrorism	52	62.12	21.91
Internet User	52	58.23	22.73
terrorism	52	5.58	2.59
A religious person	52	67.15	22.01

Table 4. Second Regression Analysis

<i>Dependent variable: Terrorism</i>	
Worry about terrorism	0.041*** (0.012)
Internet User	-0.078*** (0.012)
A religious person	-0.019 (0.012)
Constant	8.838*** (1.480)
Observations	52
R2	0.686
Adjusted R2	0.666
Residual Std. Error	1.493 (df = 48)
F Statistic	34.965*** (df = 3; 48)

Note: *p<0.1; **p<0.05; ***p<0.01

As expected, after the second analysis, there is a positive and highly significant association between terrorism and worry about terrorism. Secondly, a negative and highly significant association was found between the population of internet users and terrorism. Finally, no statistical relationship was found between the control variable and terrorism. With the scope of these analysis results, a cluster analysis was prepared.

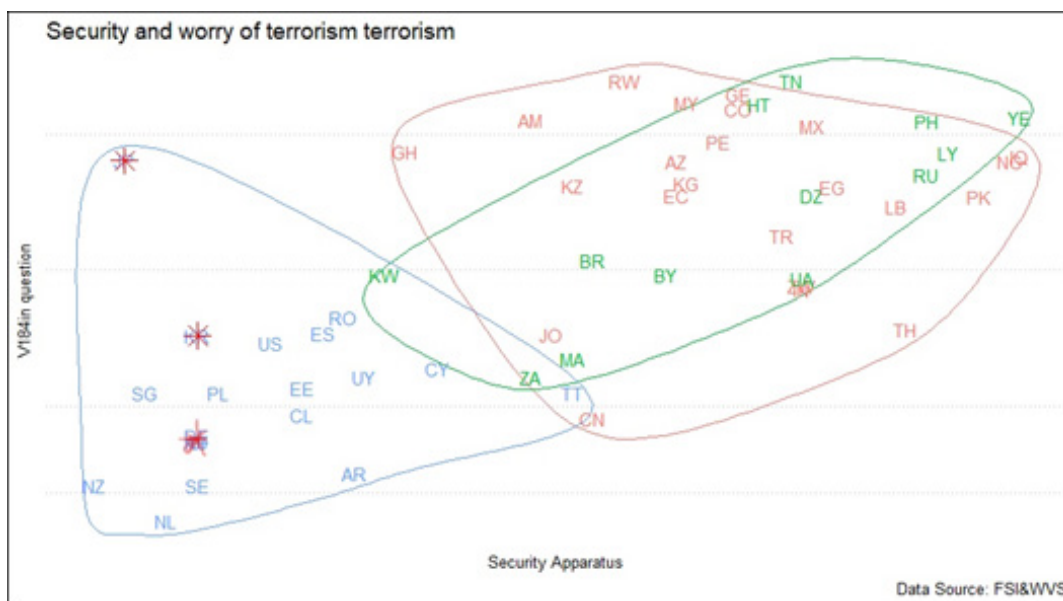


Figure 1. Cluster Analysis

As a result of cluster analysis, worry about terrorism results of countries with low terrorism index are quite high, which is the case of Taiwan. For this reason, the news about the terrorism of the two Taiwanese newspapers in a certain period of time is examined.

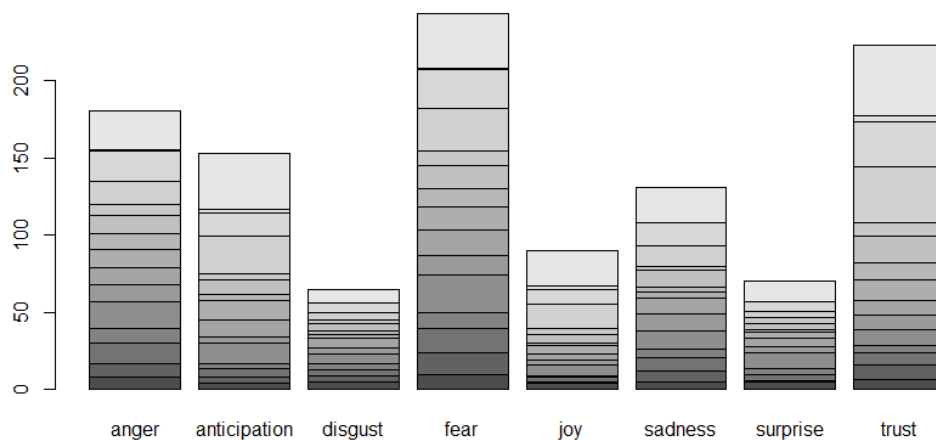


Figure 2. Sentiment Analysis

As a result of sentiment analysis of these two newspapers, it is revealed that the highest sentiment is fear. Finally, the most used words are found in these news.



Figure 3. Most Common Words in These News

Conclusion

Although many studies have been done on different aspects⁶³ of terrorism, currently no investigations have been conducted to ascertain how these different aspects of terrorism can be categorized into two distinct types: physical and mass media terrorism in countries that fight against terrorism. There are different views in the literature about different aspects of terrorism, but still, there is no common idea written about all aspects of terrorism, therefore a gap in the literature. The main purpose of this research is to fill these gaps in the literature. The other aim and purpose of this work is to examine the importance of media to extremism and terrorist acts, and how the interaction between physical terrorism and mainstream media influences people's thinking and psychology.

Four main findings are reached in this study. First, there is a direct relationship between media-terrorism and people's psychology, feelings, and behavior. The second finding is that news about terrorism are as effective as physical terrorism in influencing people positively or negatively. The third finding is that modern terrorist organizations use the media very effectively. The last finding is that terrorist organizations affect the psychology and thoughts of people through mass media.

Although countries such as Taiwan, Japan, and Korea face very few terrorist acts, their worry about terrorism is quite high. Likewise, the population of internet users of these three countries is quite high. Therefore, in order to understand the reason behind this worry, the news of the newspapers about terrorism is analyzed with the text analysis method. In this analysis, Taiwan is chosen as a case study.

In this context, the news related to the terrorism published by the "Taipei Times" and "Taiwan news" newspapers in English between 2014-2019 are analyzed. As a result of

63 E.g, religious, ideological, individual.

the text analysis made with the R computer program, the most dominant sentiment in the news of these newspapers is fear. Then the causes of this fear are investigated. Armed, conspiracy, suicide, tactics, threat, attack, chaos, deadly, explosion, bomb, and bomber words used in this news, and these words have the highest fear score inside these news. This study understands that these words create fear in the media.

Another finding reaches as a result of the text analysis, which is that ISIS is one of the most used words in these news (Figure 3). However, it is surprising that Taiwan, a country away from the ISIS threat, seems to be affected by the ISIS effect. As a result of the analysis, it is revealed that the media plays an important role in the spread of this threat.

Traditional fear of crime theory is used in this study making the findings of this literature review more meaningful. Based on this theory, crime is frequently the fundamental premise of many countries' highest-grossing films, top-rated television shows, bestselling novels, and most popular video games. Typically, stories of criminal events take the lead among television and internet news sources and are often considered to be the most widely viewed. Many people become really obsessed with violence. Although violence has the potential to fascinate, it also can frighten. The same shows and news stories that keep the public glued to their TV, also make a lot of people too scared of leaving their properties. Citizens frequently alter their habits, attitudes, and even places of residence due to fear of crime.⁶⁴ This theory is very useful to demonstrate the effects of the combination of terrorism on the media and physical terrorism on people's opinions, behavior, and psychology.

The results of this study may reveal important information that can be used by government leaders to fine-tune their existing organizational policies and strategies in their fight against terrorism. However, there is still a big limitation in the literature. The biggest difficulty and limitation faced is the lack of a common definition of terrorism.

The biggest limitation of the study is the relatively little use of the qualitative research method in this research. Deeper information can be obtained if more qualitative research is used in future studies such as face-to-face interviews. It is quite possible to get more and effective information about the subject with the mixed-method approach.

Another limitation is the low number of news. Only 40 news were analyzed in this study due to the low number of English news. However, in future studies, English news of Japanese and Korean newspapers can also be analyzed to increase the number of news.

The overall conclusion regarding the terrorism literature is that there is no general consensus on the future of terrorism studies and that there is a lot of room for improvement in the research in the field of terrorism.

64 Robert W. Taylor, Eric J. Fritsch, and John Liederbach, *Digital Crime and Digital Terrorism*, New Jersey: Prentice Hall Press, 2014, p.97.

References

- Ahern, Jennifer, Sandro Galea, Heidi Resnick, Dean Kilpatrick, Michael Bucuvalas, Joel Gold, and David Vlahov. "Television Images and Psychological Symptoms After the September 11 Terrorist Attacks". *Psychiatry: Interpersonal and Biological Processes*. 65/4 (2002): 289-300.
- Aksoy, Gonca Pervin, and Fatma Nisan. "Türkiye'deki Terör Olayları Çerçevesinde Ankara Patlamaları Üzerine Bir İçerik Analizi Çalışması". *TRT Akademi*. 2/3 (2001): 134-158.
- Alakoc, Burcu Pınar. "When Suicide Kills: An Empirical Analysis of the Lethality of Suicide Terrorism". *International Journal of Conflict and Violence (IJCV)*. 11 (2017): a493-a93.
- Al-Ameri, Mamdoh Suleiman. "Media and USF Students' Perception of Terrorism". Graduate Theses and Dissertations, University of South Florida, 2013, <http://scholarcommons.usf.edu/etd/4429>.
- Alexander, Yonah. "Terrorism, the Media and the Police". *Journal of International Affairs*. 48 (1978): 101-13.
- Andersen, Robert, and Robert Brym. "How Terrorism Affects Attitudes Toward Democracy: Tunisia in 2015". *Canadian Review of Sociology/Revue Canadienne de Sociologie*. 54/4 (2017): 519-529.
- Avdan, Nazli, and Clayton Webb. "The Big, the Bad, and the Dangerous: Public Perceptions and Terrorism". *Dynamics of Asymmetric Conflict*. 11/1 (2018): 3-25.
- Azam, Jean-Paul. "Suicide-Bombing as Inter-Generational Investment". *Public Choice*. 122/1-2 (2005): 177-98.
- Brouard, Sylvain, Pavlos Vasilopoulos, and Martial Foucault. "How Terrorism Affects Political Attitudes: France in the Aftermath of the 2015–2016 Attacks". *West European Politics*. 41/5 (2018): 1073-1099.
- Bruhn, Dorothee C. "News Coverage on Terrorism: The Influence of Affect-Laden Images on Information Processing". Undergraduate Thesis, University of Twente, 2009.
- Burke, Jason. "There is No Silver Bullet: Isis, Al-Qaida and the Myths of Terrorism". *The Guardian*, 19th of August 2015. Retrieved from <https://www.theguardian.com/world/2015/aug/19/isis-al-qaida-myths-terrorism-war-mistakes-9-11>
- Central Intelligence Agency. "Terrorism". 2007. Accessed 21 June 2020, Retrieved from, <https://www.cia.gov/news-information/cia-the-war-on-terrorism/terrorism-faqs.html?tab=list-3>.
- Criado, Poveda, and Miguel Ángel. "Journalism as a Terrorism Captation Weapon". *Revista de Comunicación de la SEECI*. 49(2019): 59-80.
- Dauber, Cori E., Mark D. Robinson, Jovan J. Baslios, and Austin G. Blair. "Call of Duty: Jihad-How the Video Game Motif Has Migrated Downstream from Islamic State Propaganda Videos". *Perspectives on Terrorism*. 13/3 (2019).
- Farwell, James P., and Darby J. Arakelian. "Using Information in Contemporary War". *Parameters*. 46/3 (2016).

- Fishman, S., et al. "The Role of Individualistic and Collectivistic Goals in Support for Terrorist Attacks". *Manuscript Submitted for Publication*. 2007.
- Galehan, Jordan. "Instruments of Violence: Female Suicide Bombers of Boko Haram". *International Journal of Law, Crime and Justice*. 58 (2019): 113-23.
- Gerbner, George, Larry Gross, Michael Morgan, Nancy Signorielli, and James Shanahan. "Growing up with Television: Cultivation Processes". *Media Effects: Advances in Theory and Research*. 1/2 (2002): 43-67.
- Gilsinan, Kathy. "Terrorist Attacks on Schools Have Soared in the Past 10 Years". *The Atlantic*, December 17, 2014.
- Güzel, Cemal. *Silinen Yüzler Karşısında Terör*. Ankara: Ayraç Yayınevi, 2002.
- Huff, Connor, and Joshua D. Kertzer. "How the Public Defines Terrorism". *American Journal of Political Science*. 62/1 (2018): 55-71.
- Inglehart, R., C. Haerpfer, A. Moreno, C. Welzel, K. Kizilova, J. Diez-Medrano, M. Lagos, P. Norris, E. Ponarin and B. Puranen. "World Values Survey: Round Six". Access 20 June 2019. Retrieved from <http://www.worldvaluessurvey.org/WVSDocumentationWV6.jsp>.
- Jetter, Michael. "Terrorism and the Media". *IZA Discussion Paper*, 8497 (2014): 3-20.
- Kaplan, Jeffrey. "Terrorism's Fifth Wave: A Theory, a Conundrum and a Dilemma". *Perspectives on Terrorism*. 2/2 (2008): 12-24.
- Krueger, Alan B., and David D. Laitin. "Kto kogo?: A Cross-Country Study of the Origins and Targets of Terrorism". *Terrorism, Economic Development, and Political Openness*. 5 (2008): 148-173.
- Kwon, K. Hazel, Monica Chadha, and Kirstin Pellizzaro. "Proximity and Terrorism News in Social Media: A Construal-Level Theoretical Approach to Networked Framing of Terrorism in Twitter". *Mass Communication and Society*. 20/6 (2017): 869-894.
- Macnair, Logan. "Linguistic and Narrative Trends Among Islamic State Videos and Magazines". *Canadian Network for Research on Terrorism, Security, and Society*. (2018): 80-120.
- Madhumitha, Dharmapuri Selvakumar. "Terrorism in Media Land". *Mass Communication and Society*. (2017): 32-67.
- Marotta, Emanuele and Alfredo Nunzi. "Chapter 19". In *International Encyclopedia of Political Science*. Ed., Bertrand Badie Dirk, Berg-Schlosser and Leonardo Morlino. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications, Inc., 2011.
- McCormick, Gordon H. "Terrorist Decision Making". *Annual Review of Political Science*. 6/1 (2003): 473-507.
- Miller, Bowman H. "Terrorism and Language: A Text-Based Analysis of the German Case". *Studies in Conflict & Terrorism*. 9/4 (1987): 373-407.
- Mroszczyk, Joseph. *Chasing Ghosts: The Policing of Terrorism*. New York: Oxford University Press, 2016.
- Norris, Pippa, Montague Kern, and Marion R Just. *Framing Terrorism: Understanding Terrorist Threats and Mass Media*. London: Routledge, 2003.

- O'Ballance, Edgar. *Language of Violence: The Blood Politics of Terrorism*. San Rafael, CA: Presidio Press, 1979.
- Özeren, Özlem Çapan. "Chapter 3". *Crisis File: Terror at Atatürk Airport*. Ed., Ömer Akgül. Cambridge: Cambridge Scholars Publishing, 2018.
- Perešin, Anita. "Fatal Attraction: Western Muslimas and ISIS". *Perspectives on Terrorism*. 9/3 (2015): 21-38.
- Pfeiffer, Christoph P. "Causalities and Casualties: Media Attention and Terrorism, 1970-2010". *Diskussionspapier*. 127(2012).
- Rapoport, David C. *The Four Waves of Modern Terrorism. Attacking Terrorism: Elements of a Grand Strategy*. Washington, DC: Georgetown University Press, 2004.
- Rinker, Tyler. "Calculate Text Polarity Sentiment". Accessed 21 June 2020, retrieved from <https://cran.rproject.org/web/packages/sentimentr/sentimentr.pdf>.
- Roser, Max, Hannah Ritchie and Esteban Ortiz-Ospina. "Internet". Accessed 21 June 2020, Retrieved from: '<https://ourworldindata.org/internet>'.
- Rubin, G. James, et al. "Enduring consequences of terrorism: 7-month follow-up survey of reactions to the bombings in London on 7 July 2005". *The British Journal of Psychiatry*. 190/4 (2007): 350-356.
- Secara, Diana. "The Role of Social Networks in the Work of Terrorist Groups. The Case of Isis and Al-Qaeda". *Research and Science Today*. 3 (2015): 77.
- Spencer, Alexander. "The Social Construction of Terrorism: Media, Metaphors and Policy Implications". *Journal of International Relations and Development*. 15/3 (2012): 393-419.
- Taylor, Robert W., Eric J. Fritsch, and John Liederbach. *Digital Crime and Digital Terrorism*. New Jersey: Prentice Hall Press, 2014.
- Teymur, Samih. "A Conceptual Map for Understanding the Terrorist Recruitment Process: Observation and Analysis of DHKP/C, PKK, and Turkish Hezbollah Terrorist Organizations". PhD. Thesis, University of North Texas, 2007.
- Van Schepen, Randall K. "Gerhard Richter's Critical Artistic Strategies: Politics, Terrorism and War". *Messages, Sages, and Ages*. 4/1 (2017): 7-23.
- Vitale, Heather Marie, and James M Keagle. "A Time to Tweet, as Well as a Time to Kill: Isis's Projection of Power in Iraq and Syria". *Defense Horizons*. 77 (2014): 1.
- Weinberg, Leonard, and William L. Eubank. "Chapter 4". *Countering Terrorism and Insurgency in the 21st Century: Strategic and Tactical Considerations*. Ed., James J. Forest. Westport: Greenwood Publishing Group, 2007.
- Welbers, Kasper, Wouter Van Atteveldt and Kenneth Benoit. "Text Analysis in R., Communication Methods and Measures". 11/4 (2017): 245-265.
- Wilkinson, Paul. "The Media and Terrorism: A Reassessment". *Terrorism and Political Violence*. 9/2 (1997): 51-64.
- Yeniçeri, Zuhul, and Ali Donmez. "Perception of Terrorism and Terrorist: How Important Who Holds the Gun?". *Türk Psikoloji Dergisi*. 23/62 (2008): 93-107.

Kitle İletişim Araçlarının Terörizmdeki Rolü ve Bireyler Üzerindeki Etkisi

AHMET YİĞİTALP TULGA

Öz: Günümüzde terörizm dünyanın en büyük sorunlarından bir tanesidir. Özellikle, 11 Eylül 2001 yılında Amerika'da ikiz kulelere gerçekleştirilen terör saldırısı sonrasında, bu sorun dünyadaki çoğu ülke için çok daha büyük bir sorun haline geldi. 11 Eylül terör saldırılarının ardından dünyanın birçok ülkesi küresel terörizme karşı bir savaş başlattı. Küresel terörizm tarafından tehdit edilmeyen ülkelerin vatandaşları bile aşırılık yanlısı grupların medyada yer alan propagandalarından ve haberlerinden olumsuz etkilenmektedir. Japonya, Tayvan ve Kore Cumhuriyeti gibi Asya ülkeleri bu durumun en güzel örneklerindedir. Bu kapsamda hazırlanan bu çalışmada iki analiz ve metin analizi yapılmıştır. Bütün bu analizler R programlama dili ile gerçekleştirilmiştir. Bu çalışmanın iki temel amacı ve motivasyonu vardır. Birincisi, medyanın terörizm ve terörist eylemler üzerindeki önemini göstermek ve çalışmanın ikinci temel amacı ise medyanın insanların düşüncelerini ve psikolojisini nasıl etkilediğini analiz etmektir.

Anahtar kelimeler: Terörizm, Medya, Psikoloji, Kitle iletişim araçları.



Sosyal Medya ve Şiddet: Ekşi Sözlük'te Çinli Algısı

ÇAĞLA PINAR TUNÇER
caglapinartuncer@hakkari.edu.tr
ORCID ID: 0000-0001-6114-6909

Öz: Teknolojik gelişmelerle hızı, etkisi ve yayılımı artan medya, kurduğu “gerçeklik”te şiddeti ve egemen değerleri öğretmekte, meşrulaştırmakta, yeniden üreterek normalleştirmektedir. Medyada nefret söylemiyle ifadesini bulan sembolik bir şiddet kullanılmaktadır. Bu çalışmada, yeni medyanın popüler platformu Ekşi Sözlük'te pandemiyle birlikte Çin/Çinliler hakkında üretilen söylemler incelenmiştir. Ekşi Sözlük yazarlarının girdileri, içerik ve eleştirel söylem analiziyle incelenerek, Çin/Çinlilerle ilgili hangi temaların kullanıldığı, nasıl ötekileştirildikleri ve tanımlandıkları ortaya konulmuştur. Yapılan değerlendirmede nefret söylemi kullanıldığı, olumsuz stereotipler ve ön yargıların dolaşımında olduğu, komplo teorileri ve milliyetçi-dini referanslarla beslenen bir ikna retorikine başvurulduğu görülmüş, dehumanizasyon ve intra-hümanizasyona rastlanmıştır. Şiddete dönüşme potansiyeli taşıdığından kolayca üretilen yeni medya içeriklerinin nefret söyleminden arındırılması gerekmektedir.

Anahtar kelimeler: Yeni medya, Şiddet, Nefret söylemi, Pandemi, Çinliler.

Giriş

Dar anlamıyla fiziksel zor olarak düşünülen şiddet olgusu ekonomik, cinsel, sembolik, siyasal, psikolojik şiddet gibi çok farklı biçimleriyle karşımıza çıkmaktadır. Medya söz konusu olduğundaysa şiddetin görünmeyen biçimleriyle; sembolik şiddet ve psikolojik şiddet unsurlarıyla karşılaşmaktadır.

İletişim teknolojilerindeki gelişmeler mesafeleri ortadan kaldırarak dünyanın her noktasından anlık haberdar olma imkânı verirken, şiddet içerikli yayın ve söylemlerin yayılmasını da sağlayarak şiddeti olağanlaştırmıştır. Yeni medya olarak nitelendirilen, özellikle sosyal medya haliyle gündemimizde olan Web 2.0, geleneksel medyanın aksine kullanıcıları baz alması ve sunduğu özgür ortamla yaygınlaşmıştır. Öte yandan denetimsiz bir alan olması nefret söylemlerine zemin yaratmaktadır. Dilsel bir şiddet türü olarak nefret söylemi, her an nefret suçuna dönüşme potansiyeli taşımakta, toplumsal belleği yansıtmakta ve ideolojik söylemin yeniden üretimine geleneksel medyadan çok daha güçlü bir biçimde katkı sunmaktadır.

* Öğr. Gör., Hakkari Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi.

Türkiye’de oldukça popüler bir uygulama olan Ekşi Sözlük, maalesef nefret söyleminin üretildiği platformlardan biri haline gelebilmektedir. Katılımcıların fikirlerini özgürce dile getirdiği sözlük ortamı, denetimsizlik ve ifade özgürlüğüyle karıştırılması dolayısıyla nefret söylemini normalleştirmektedir.

Bu çalışmada etkileri hala süren Corona/Covid-19 pandemisiyle Çin/Çinliler hakkında yaygınlaşan nefret söyleminin Ekşi Sözlük’teki yansıması değerlendirilecektir. Dünyada ve Türkiye’de Çin/Çinlilere tepkilerin yükseldiği, geleneksel ve sosyal medyada nefret söyleminin arttığı görülmektedir. Karantina uygulamaları kaldırılıp hayat normale döndüğünde nefret suçu olarak karşımıza çıkma potansiyeli bulunması, nefret söylemi ve nefret suçlarına dair gerekli yasal düzenlemelerin yapılması ve toplumun bilinçlendirilmesinin gerekliliğini ortaya koymaktadır.

Medya ve Şiddet

Günümüzde televizyonun yanı sıra bilgisayar oyunları, internet ve sosyal medya kanalıyla da şiddet yaygınlaştırılmaktadır. Özellikle geniş kitlelere hitap eden televizyon söz konusu olduğunda görsel şiddet içeren yayınlarla şiddetin “öğretilmesi” söz konusudur.¹ Geleneksel medya olarak adlandırılan televizyon ve yazılı basının her gün milyonlarca kişi tarafından takip edilen gazeteler, dergiler, diziler, filmler, haber görselleri, spor programları, çizgi filmler hatta mizah programlarıyla şiddetin öğrenilmesine, içselleştirilmesine ve şiddete karşı duyarsızlaşmaya neden olduğu dile getirilmektedir. Uysal, sadece televizyon izleyerek bile gerçek hayatta karşılaşılabileceğimizden çok daha fazla şiddete tanık olduğumuza dikkat çekmektedir.² Birey, günlük hayat akışının beraberinde medya içerikleriyle de yoğun bir şiddete maruz kalmaktadır.

Medya bilgi verirken sunduğu imgelerle dünyaya dair algımızı, dolayısıyla davranışlarımızı belirleme gücü taşımaktadır. Çocuklar başta olmak üzere yetişkin bireyler de şiddet içeriklerinden olumsuz etkilenmekte, söz konusu yayınların şiddeti öğretici ve saldırganlığı teşvik edici etkisinden kaçamamaktadır.³ Bu bakımdan medyanın etki gücü toplumsal şiddetin artmasında önemli rol oynamaktadır. Milyonlarca kişiye ulaşabilen medya toplumsal zihniyeti dönüştürmektedir. Medya aracılığıyla şiddetin her yerdeliğinin sağlanması; şiddeti fark edilemez bir hale gelerek olağanlaştırmakta, daha önemlisi bir “çözüm” olarak sunarak normalleştirmektedir.⁴ Herkesin kendi adaletini kendince sağladığı ve güçlünün kazandığı bir dünya tipolojisi çizilmektedir. Toplumsal yapının dayandığı diyalog ve hukuksal süreçleri etkisiz ya da yok sayan bu söylemin sonuçlarıysa aşikârdır. Bu bağlamda çağımızın “belirsizlik ve korku” kültürünü yaygınlaştıran içerikleriyle medya, “güvenli” bir yaşam için gerekli araç olarak şiddeti meşrulaştırmaktadır.⁵ Sürekli şiddete tanık olmanın bilinçaltında

1 Yaşar Zorlu, “Medyadaki Şiddet ve Etkileri”, *Humanities Sciences (NWSAHS)*, 11/1 (2016): 13-32.

2 Meral Uysal, “Medya ve Şiddet”, *Bir Toplumsal Sorun Olarak Şiddet*, Ankara: Eğitim-Sen Yayınları, 2006.

3 Refia Palabiyikoğlu, “Medya ve Şiddet”, *AÜ. Kriz Dergisi*, 5/2 (1997), s.124.

4 Zorlu, “Medyadaki Şiddet”.

5 David Trend, *Medyada Şiddet Efsanesi-Eleştirel Bir Giriş*, çev., Gül Bostancı, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları, 2008, s.80-84.

yarattığı olumsuz etkiye dikkat çeken Uysal,⁶ sanal gerçekliğin içinde kaybolan bireylerin toplumsal sorunlara ilgisini kaybederek duyarsızlaştığını vurgulamaktadır. Çizilen karamsar tablonun yarattığı çaresizliğin⁷ bireylerin dünyayı değiştirme iradesini de köreltebileceği söylenebilir; zira “güçlü olan kazanır”.

Medya iletilerinde şiddetin tamamlayıcı unsur olarak kullanılması, şiddetin araç haline geldiğinin göstergesidir.⁸ Özellikle gazetelerde ve haber programlarında şiddet görüntülerine sıkça yer verilerek izleyicinin dikkati çekilmeye çalışılmakta, “gerçeklik etkisi” arttırılmak istenmektedir. Bu ise medyadaki şiddetin iktisadi boyutuna işaret eder: kapitalist piyasadaki liderlik mücadelesinde medya şirketlerinin kâr marjlarını arttırma eğilimi şiddetin araçsallaştırılmasının nedenlerindedir.⁹ Her yaşta izleyici üzerinde etkili bir araç olarak şiddetin yaratacağı getirinin medya patronlarının gözünden kaçması imkânsızdır. Medya, etik ve toplumsal kaygılardan ziyade ticari kaygılarına öncelik vermektedir. Dijital efektler, ses efektleri, müzik gibi araçlarla şiddetin “estetize” sunumu reytingleri, tirajları arttırmakta, şiddeti cazip-eğlenceli hale getirmekte, böylelikle olağanlaştırmaktadır.¹⁰ Postman¹¹ televizyonda şiddet görüntüleri dâhil her şeyin eğlence çerçevesinde sunulduğunu, eğlencenin bir üst-ideoloji olarak işlev gördüğünü vurgular. Benzer bir nitelik mizahi sunumda da izlenebilir; mizah şiddetin öğrenilmesini kolaylaştırmakta, şiddet karşısında duyarsızlaşmayı arttırmaktadır.¹² Bu bağlamda bir şiddet pornografisinden söz edilebilir, zira şiddet yarattığı şokla artık zevk vermektedir. İzleyicinin gözünde normalleşen şiddetin bir süre sonra medyanın arz-talep dengesine de etki etmesi kaçınılmazdır, zira şiddet bir döngü yaratmaktadır.

Bu çerçevede medyanın belirli bir dünya görüşünü, egemen değerleri aşılıyarak gerçeklik algısını dönüştürdüğü ve bambaşka bir dünya tasviri sunduğu “Ekme” kuramıyla ortaya konulmuştur.¹³ Medya böylelikle var olan düzeni, tutum ve davranışları güçlendirmekte, statükoya olan inancı pekiştirmektedir. Şiddet bağlamında değerlendirildiğindeyse, medyanın şiddeti toplumsal bir denetim aracı olarak kullandığını öne süren yaklaşımlardan “yetiştirme kuramı” televizyondaki şiddet içerikleriyle verilen mesajların anlamına ve yaratılan korku-güvensizlik havasının iktidar otoritesi lehine nasıl işlediğine odaklanmıştır.¹⁴ Bu noktada medyanın ideolojik etkisini dile getiren Marksist yaklaşımlara değinmek gerekir. Frankfurt Okulu kitle kültürü bağlamında medyanın kapitalizmin tüketim kültürünü yaygınlaştırırken kitleleri pasif tüketicilere dönüştürdüğünü vurgulamıştır. Gramsci hegemonya teorisiyle rızanın oluşumunda kültürel alanın egemenliğinin önemine ve bu noktada medyanın rolüne

6 Uysal, “Medya ve Şiddet”, s.124-125.

7 Palabıyıköğlü, “Medya ve Şiddet”, s.124.

8 Palabıyıköğlü, “Medya ve Şiddet”, s.123.

9 Ömer Özer, “Medyada Şiddet Kullanımı: Şiddet Ekonomisi, Medyanın İdeolojik Şiddeti ve Yetiştirme Kuramı Açısından Bir Değerlendirme”, *Marmara İletişim Dergisi*, 27 (2017), s.5-7.

10 Trend, *Medyada Şiddet*, s.15-16, 78, 157; Uysal, “Medya ve Şiddet”, s.121.

11 Neil Postman, *Televizyon: Öldüren Eğlence*, çev., Osman Akinhay, İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 2016, s.102.

12 Zorlu, “Medyadaki Şiddet”, s.6.

13 Levent Yaylagül, *Kitle İletişim Kuramları-Egemen ve Eleştirel Yaklaşımlar*, Ankara: Dipnot Yayınları, 2017, s.73-76.

14 Özer, “Medyada Şiddet”, s.15.

dikkat çekmiştir. Althusser de medyanın devletin ideolojik aygıtları içinde başat bir konumda olduğunu dile getirerek rıza üretiminin önemini vurgulamıştır. Kültürel Çalışmalardan Hall, toplumsal denetimin kurulması ve sürdürülmesindeki rolüne işaret ederek, medyanın dilsel pratiklerle üretilen belirli gerçeklik tanımlarını temsil ettiğini, gerçekliği yansıtmaktan ziyade belirli bir gerçeklik kurduğunu vurgulamaktadır. Medya, belirli anlam alanları oluşturarak toplumsal yaşamı yönlendirir; rıza ve meşruluğu inşa eder. Seçilmiş anlamları meşrulaştırırken farklı anlamları marjinalleştirir. Dolayısıyla ideolojik bir iktidar biçiminin aygıtı olarak medyanın işlevi, her sınıf ve grubu tanımlayan, toplumun bir bütün olarak tasavvurunu mümkün kılan toplumsal bilgi/imgeleri inşa etmektir.¹⁵

Van Dijk'a göre günümüzde bilgi ve kanaatleri belirleyerek söylemle “zihinsel denetim” sağlayan bir iktidar mevcuttur. Dolayısıyla simgesel seçkinlerle söylemlerin denetlenerek yeniden üretilmesi şarttır. Kitle medyasının denetimi bu yüzden çok önemlidir. Simgesel seçkinler gündemi, tutumları, kanaatleri belirleyerek toplumsal bilışı şekillendirir, güçlü gruplar lehine işleyen böylesi bir iktidar, ideolojiktir.¹⁶

Daha da önemlisi medya, toplumsal düzeni şiddet bağlamında tasvir etmektedir.¹⁷ Medya temsilleri ideolojik güç ilişkilerinden ayrı düşünülemez, dolayısıyla toplumsal hiyerarşiyi yansıtırken yeniden de üretir. Toplumsal bilinci belirleme gücüyle medya, toplumsal denetimin uygulanmasını sağlayan ideolojik araç olarak farklı kimlikleri ötekileştiren söylemsel bir şiddet üretmekte, şiddeti beslemektedir. Cinsiyetçi ve ırkçı temsilleriyle, cinsel şiddet içeren, azınlıkları ve farklı kimliğe sahip bireyleri kötü ötekiler olarak sunan klişeler de kullanan medya, yapısal olarak biz/öteki ayırımına dayanan ulusal kimliklerin yeniden üretilmesinde hayati rol oynar. Biz/Ötekilere dair stereotipleri yeniden üreten ve pekişmesini sağlayan medya, toplumsal belleği ve bilinci düzenleyerek ötekilere karşı şiddeti meşrulaştırır.¹⁸ Van Dijk da aile, okul-eğitim, kültür-sanat gibi araçlarla birlikte etnik farkların olumsuz temsiliyle ırkçılığın yeniden üretiminde medyanın rolüne dikkat çekmektedir. Tıpkı dinsel kurumlar ve eğitim kurumları gibi ideolojik olan medyanın bireyleri yönlendirme etkisi büyüktür. Toplumsal yapıyı şekillendirirken, toplumsal bilışı üreten bu ideolojik iktidar mekanizması ötekiler hakkındaki bilgiyi yayarak temsilleri denetler.¹⁹ Irksal eşitsizliğin yeniden üretilmesinde söylemsel-bilişsel hegemonyaya sahip medyanın rolü aşikârdır. Kültürel farkları olumsuz, niteliksiz, eksik olarak tanımlayarak kendini gösteren yeni ırkçı söylemlere yer veren medya, gücünü kötüye kullanmaktadır. Çünkü ırkçılığı sosyal ve bilişsel olarak; özellikle konuşma ve metinler yoluyla

15 Stuart Hall, “İdeolojinin Yeniden Keşfi: Medya Çalışmalarında Toplumsal Denetimin Kurulması ve Baskı Altında Tutulanın Geri Dönüşü”, *Medya, İktidar, İdeoloji*, der. ve çev., Mehmet Küçük, Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları, 2005a, s.83-89; Stuart Hall, “Kültür, Medya ve İdeolojik Etki”, *Medya, İktidar, İdeoloji*, der. ve çev., Mehmet Küçük, Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları, 2005, 207-232.

16 Teun Van Dijk, “Söylemin Yapıları ve İktidarın Yapıları”, *Medya, İktidar, İdeoloji*, der. ve çev., Mehmet Küçük, Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları, 2005, s.321.

17 İrfan Erdoğan ve Korkmaz Alemdar, *Öteki Kuram*, Ankara: Erk Yayınları, 2005, s.172-177.

18 Barış Çoban, “Medyanın Milliyetçi Söylemi: Medya, Öteki ve Şiddet” (Uluslararası Medya ve Siyaset Sempozyumunda Sunulan Bildiri, Ege Üniversitesi, İzmir, 15-17 Kasım, 2007, s.551-562).

19 Teun Van Dijk, “Söylem ve İdeoloji: Çok Alanlı Bir Yaklaşım”, *Söylem ve İdeoloji*, çev., Nurcan Ateş, haz., Barış Çoban ve Zeynep Özarslan, İstanbul: Su Yayınevi, 2015, s.44-45; Teun Van Dijk, “Söylemin Yapıları ve İktidarın Yapıları”, *Medya, İktidar, İdeoloji*, der. ve çev., Mehmet Küçük, Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları, 2005, s.324.

“öğreniriz”. Bu bağlamda medya söylemi bilgi, tutum ve ideolojilerin kaynağı olarak işlev görmektedir. Medya sembolik gücüyle; önyargıları, kutuplaştırıcı söylemleri, tehdit/sorun retorikleri, muhalif ve azınlıklara yer vermeyişi, ötekiler söz konusu olduğunda gösterdiği fikir birliğiyle belirleyicidir.²⁰

Çeğin ve Meder²¹ sembolik şiddet mekanizmalarının işlediği ilişkiler ağının parçası olarak medyanın, iktidara eklenmiş yapısıyla sembolik şiddet uygulayarak söylemsel gerçeklik/doxa'nın belirlediği sınırlar kapsamında manipülatif “bilgi” sunduğunu vurgulamaktadır. Bu açıdan medya aracılığıyla uygulanan simgesel şiddetle sosyo-kültürel yapı şekillendirilmek istenmektedir. Özellikle televizyon yayınlarıyla kitlelerin manipülasyonu, iktidar söylemlerinin meşrulaştırılması, entelektüeller de dâhil olmak üzere medya aktörlerinin suç ortaklığıyla gerçekleştirilmektedir. Ötekiler hakkında yaygın inançlar olarak adlandırabileceğimiz stereotiplerin “öğrenildiğine”, medya gibi kurumsal kaynakların iletmediği bilgilerin gerçek-miş gibi kabul edilebileceğine dikkat çeken Bar-Tal, bazı durumlarda tek bilgi kaynağı medya olduğundan, iletinin tartışmasız biçimde kabul göreceğini vurgular.²² Bu açıdan toplumsal bilinçdışını şekillendiren kitle iletişim araçları, ötekiler hakkındaki “etnik bilgi”yi yani-stereotipleri dolaşıma sokarak öğretmekle kalmaz, normalleştirir.²³ Ötekinin bizden farklı olarak “acımasız”, “hırsız”, “cimri” veya “gamsız” olduğuna dair bilgi medyayla da öğrenilir, pekiştirilir ve bizim dünyamızın sınırları bu tip bilgilerle güvenli kılınır. Medya, tarafsızlık ve gerçekliği yansıtmaya iddialarıyla önyargıları ve stereotipleri gerçekmiş gibi sunarak²⁴ benimsenmesini kolaylaştırır.

Yeni Medyada Şiddet ve Nefret Söylemi

Nefret söylemini dilsel pratikler olarak tanımlarsak²⁵ yoğun kullanılarak yaygınlaştığı yeni medya platformları önemlidir.²⁶ Yeni medya, kullanıcıların özgürce içerik üreterek dolaşıma girdiği, gerçek hayattaki sınırların/sınırlamaların var olmadığı bir yapı sergilemektedir. Gelişen teknolojiyle sürekli yenilenen uygulamalar içermekte, orijinallik, etkileşimsellik, hipermetinsellik, yayılım, sanallık, multimedya biçimselliği gibi nitelikleriyle kullanıcıya içerik üretme imkânı sağlamaktadır.²⁷ Öte yandan, yeni medyanın sınırsızlığı ve dinamikliği üretilen içeriklerin denetimini zorlaştırmaktadır. Dolayısıyla yeni medya şiddet içeriklerinin serbestçe dolaşıma girmesine olanak sağlamaktadır.

20 Teun Van Dijk, “New(s) Racism: A Discourse Analytical Approach”, 2000, s.36-37, 48.

21 Güney Çeğin ve Mehmet Meder, “Sembolik Şiddet Arenası: Televizyon ve Medyatik Söylemin Özerkliği Sorunu”, *Pamukkale Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 15/15 (2004), s.102-107.

22 Daniel Bar-Tal, “Formation and Change of Ethnic and National Stereotypes: An Integrative Model”, *International Journal of Intercultural Relations*, 21/4 (1997), s.505.

23 Teun Van Dijk, *Racism and the Press*. London, New York: Routledge, 1991, s.21-26, 244.

24 Ülkü Doğanay, Ayrımcılık, Söylem ve Medya, *Ayrımcılığın Yüzleri*, der. Ülkü Doğanay, Ankara: İHOP, 2018, s.24.

25 Nefret söyleminin belirli bir tanımı olmasa da Avrupa Konseyi Bakanlar Komitesi tarafından 1997 yılında alınan tavsiye kararı, siyasal, kadına yönelik, yabancı ve göçmenlere yönelik, cinsel kimliğe, inanç ve mezhebe, engelli ve hastalara yönelik nefret söylemlerini tasnif etmiştir.

26 Mutlu Binark, “Nefret Söyleminin İnternet Ortamında Dolaşıma Girmesi ve Türetilmesi”, *Yeni Medyada Nefret Söylemi*, haz., Tuğrul Çomu, İstanbul: Kalkedon Yayınları, 2010, s.25.

27 Tuğrul Çomu ve Mutlu Binark, “Yeni Medya Ortamlarında Nefret Söylemi”, *Medya ve Nefret Söylemi*, ed., Mahmut Çınar, İstanbul: Hrant Dink Vakfı Yayınları, 2013: 199-200.

Nefret söylemi dilsel bir şiddettir; Ağaş,²⁸ ancak dil dolayımıyla tanımlanabilen bireyin “ötekinin hitabına bağlı” bir varlık olmasından ötürü nefret söyleminin baskıcı, tehditkâr, imalı dil kullanımıyla yarattığı yıkıcılığa işaret eder. Dil belirli bir anlama hapsedebilir, bazı anlamları kapatabilir, dil bizi/ötekini “gösterir”. Dolayısıyla dil psikolojik şiddet aracı olarak da karşımıza çıkar. Psikolojik ve sözel şiddet güç ilişkileri bağlamında, aşağılama, baskı ve kontrol, sınırlama, hakaret gibi biçimlerde kendini gösterdiğinden, ayrımcılık da psikolojik şiddet olarak değerlendirilmektedir. Nefret söylemi, psikolojik şiddetin söylemsel biçimidir.²⁹

Yeni medyada farklı şiddet türleri izlenebilmekte, nefret söylemi kolaylıkla dolaşıma girebilmektedir. Geleneksel medyada örtük ve dolaylı yoldan işleyen nefret söylemi yeni medyada kullanıcı içerikleriyle doğrudan yer alabilmektedir.³⁰ Nefret söyleminin yeni medyada hızla yaygınlaşmasının farklı nedenleri de bulunmaktadır. Sanal dünyaya sunulan sanal kimlikler, daha keskin ayrımlara dayanarak bu ayrımları vurgulamaktadır. Sosyal medyada benlik sunumlarını onaylatma ihtiyacındaki birey, baskıcı bir dille dini- politik simgeleri dolaşıma sokarak yoğun simgesel şiddet kullanabilmektedir.³¹ Bu eğilimin beraberinde getirdiği kutuplaşma ve farkın olumsuzlanması kolaylıkla sosyal medya linçlerine dönüşebilmektedir. İnternet kullanımının ve mobil cihazların yaygınlaşmasıyla sosyal paylaşım ağlarının günlük hayata, dolayısıyla kimlik oluşumuna etkisine dikkat çeken Bakıroğlu³² ideolojik aygıtlarla şekillendirilen kimliğin artık sosyal medyayla daha hızlı dönüştüğünü, bireylerin beğenilme arzusuyla/bir güç olarak kimliğini inşa edip sunması bağlamında sosyal medyanın biz/öteki ayrımında etkili olduğunu belirtmektedir. Bu açıdan söz konusu ayrıma dayanan milli kimliklerin güçlenerek yeniden üretiminde internetin ve çeşitli platformlarla sosyal medyanın katkısı ortadadır.³³ Nitekim internetin aşırı sağ söylemler tarafından etkili bir biçimde kullanıldığı, internet teknolojileriyle ırkçılığın ve yabancı düşmanlığının desteklendiği görülmektedir. Propaganda imkanıyla daha çok taraftar buldukları gibi şiddeti destekleyen içeriklerini kolay ve hızlı bir şekilde yaygınlaştırabilmektedir.³⁴ Böylece ırkçılık ve nefret suçu normal ve meşru hale getirilmektedir.

Esasen yeni medya nefret söyleminin çıkış kaynağı değil, toplumda egemen olan söylemin yansıdığı alan olarak değerlendirilmelidir. Toplumsal olgular, medya ve

28 Özge Ağaş, “Nefret Söylemi, Dilsel Yaralama ve Siyasal Faillik”, *Ayrımcılığın Yüzleri*, der., Ülkü Doğanay, Ankara: İHOP, 2018, s.77.

29 Teun Van Dijk, “Söylem ve İktidar”, çev., Pınar Uygun, *Nefret Suçları ve Nefret Söylemi*, der., Özlem Dalkıran, İstanbul: Hrant Dink Vakfı Yayınları, 2010, s.33-34.

30 Hülya Öztekin, “Yeni Medyada Nefret Söylemi: Ekşi Sözlük Örneği”, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8/38 (2015), s.926.

31 Hamit Ölçer, “Pierre Bourdieu Sosyolojisinde Simgesel Şiddet Sorunsalı ve Biçimleri”, *Nosyon: International Journal Of Society And Culture Studies*, 2 (2019), s.43-45.

32 Cemile Toksöz Bakıroğlu, “Sosyalleşme ve Kimlik İnşası Ekseninde Sosyal Paylaşım Ağları” (XV. Akademik Bilişim Konferansında Sunulan Bildiri, Akdeniz Üniversitesi, Antalya, 23-25 Ocak, 2013, s.1050-1051).

33 Sercan Gidişoğlu ve Kerem Rızvanoğlu, “İnternette Türk Milliyetçiliği: Türk Milliyetçisi Siteler ve Ağ Yapısı Üzerine Bir Analiz”, *Nefret Suçları ve Nefret Söylemi*, der., Yasemin İnceoğlu, İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 2012, s.223-225.

34 Yaman Akdeniz, “İnternette İrkçılık”, *Nefret Suçları ve Nefret Söylemi*, der., Özlem Dalkıran, İstanbul: Hrant Dink Vakfı Yayınları, 2010, s.177-192.

egemen ideolojinin etkisi yeni medyada ifadesini bulmaktadır.³⁵ Yeni medyanın denetimsiz ortamının sunduğu ayrıcalık, niyet ve düşüncenin gizlenmeden ortaya dökülmesine, yaygın bilginin ifşasına neden olmaktadır. Bilinmeyen öteki hakkında özellikle olumsuz önyargılar bu tip bilgilere dayanır. Bu açıdan günlük hayatta karşılaşma imkânı olmayan bireylerin, yeni medyayla bu imkânı bulması, ötekiyle her gün karşılaşması söz konusudur. Böylece yeni medya ifade özgürlüğü ve etkileşim fırsatıyla ötekine dair merak duygusunun giderilmesini sağlayarak ötekini tanıma fırsatı verebilmektedir.³⁶ Elbette biz/öteki geriliminin ve önyargıların ortadan kalktığı karşılaşmalar mümkün olmakla birlikte, sosyal medyanın olumsuz yargıları pekiştirme ihtimalinin daha yüksek olduğu görülmektedir. İdeolojik aygıt medyanın ötekileştirici diliyle farklı hedef gösterdiği, zihinsel olarak yönlendirdiği toplumda önyargı, zenofobi, ırkçılık gibi nefret unsurlarını yeniden ürettiği, biz/öteki ayrımı temelinde şiddeti meşrulaştırdığı görülmektedir.³⁷ Yeni medyada bu üretim ve ötekileştirme hızla gerçekleşirken, kullanıcı içeriklerinin dokunulmazlığı nefret söyleminin dolaşımında uzun süre kalmasına ve sosyal medyanın paylaşımcı niteliği dolayısıyla etkisini güçlendirmesine neden olmaktadır.

Ekşi Sözlük'te Nefret Dili

Çeşitli araştırmalara göre Ekşi Sözlük, gündem yaratan ve haber sitesi gibi gündemin takip edildiği popüler sosyal medya platformlarından. Prensip olarak sansür yerine kullanıcıların öz denetimine bırakılan içeriklerinde hemen her konuda duygu ve görüşlerin dile getirildiği Sözlük'ün, bir anlamda kamuoyunu yansıttığı da düşünülmektedir. Öte yandan nefret söyleminin Sözlük'te sık kullanıldığı görülmektedir. Gürel ve Yakın³⁸ yeni medyada eğlencenin ötesinde algı üretip yönlendirme işlevinin geleneksel medyaya göre çok hızlı biçimde gerçekleştiğini ifade etmektedir: Dolayısıyla ötekileştirme pratikleri anında çok geniş bir kitleye ulaşabilmektedir. Özellikle Sözlük gibi kullanıcıların eğlenmek, vakit geçirmek ya da bilgi edinmek amacıyla kullandığı popüler uygulamalar, nefret söyleminin yayılımını hızlandırarak onu doğallaştırmaktadır.

Corona virüs/Covid-19'la tüm dünyada ve Türkiye'de ölümlerin gerçekleştiği, karantina uygulamalarının yürürlüğe konduğu süreçte Ekşi Sözlük'te Çinlilere yönelik nefret söyleminin arttığını varsayan bu çalışmada, Çin'in Wuhan şehrindeki ilk vakayı DSÖ'ye bildirdiği 31 Aralık 2019, yeni vakanın olmadığını duyurduğu 19 Mart 2020 tarihleri arasında Çin/Çinlilere yönelik içerikler incelenerek, / nasıl tanımlandıkları, ötekileştirici dilin kullanımı ve hangi temalarla ötekileştirme yapıldığı belirlenmiştir. Çalışma kapsamında site içi arama motorunda Çin/ Çinli anahtar kavramlarıyla tarama yapılarak bağlam kapsamında başlıklar seçilmiştir. Söz konusu kavramların

35 Tülay Yazıcı, "Yeni Medyanın Nefret Dili: Suriyeli Mültecilerle İlgili Ekşi Sözlük Örneği", *Global Media Journal TR Edition*, 7/13 (2016), s.123.

36 Torun, Ayla, "'Öteki' ile 'Biz' İlişisinde Yeni Medya, Sosyal ve Beşeri Bilimlere ve Küresel Yaklaşımlar: Kuram ve Uygulamalar" (Uluslararası Sempozyumu, Varşova Polonya, 16-18 Eylül 2015: s.17).

37 Yasemin İnceoğlu, "Önsöz", *Nefret Suçları ve Nefret Söylemi*, der., Yasemin İnceoğlu. İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 2012, s.17.

38 Emet Gürel ve Mehmet Yakın, "Ekşi Sözlük: Postmodern Elektronik Kültür", *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, 4/4 (2007), s.203-219.

yer aldığı 9 başlıkla,³⁹ başlıklarda yer alan 1.100 girdi (entry), içerik analizi ve eleştirel söylem analiziyle incelenmiştir. İçerik analiziyle başlıklar ve girdilerdeki kodlar belirlenerek sınıflandırılmış, oluşturulan temalarsa eleştirel söylem analiziyle değerlendirilmiştir.

Bell'e göre⁴⁰ içerik analizi metin-görsellerle gerçekleştirilen temsilleri açıklama amacıyla olduğundan, olayın nesnel özellikleriyle hangi temalarla ele alındığı ve tekrarlanma oranı önemlidir. Söylem tasnif edilerek tekrarlanan içerik özelliklerinin anlamları değerlendirilir. Eleştirel söylem analiziye "daha çok söylem, dil ve iletişim alanlarında etkin olan; otorite, ideoloji, sömürü, manipülasyonla hakimiyetin kötüye kullanılması gibi spesifik konulara yoğunlaşır". Tahakkümün yeniden üretilmesine odaklanan bu analiz, günlük hayattaki konuşmalar dahil olmak üzere, söylemle yeniden üretilen olguları inceler.⁴¹ Eleştirel söylem analizinin makro boyutu konunun temalar kapsamında bağlamla değerlendirilmesini içerirken, mikro boyutuysa kelime seçimlerine, retorikçe odaklanarak makro boyutla birlikte değerlendirilerek ideolojik boyutu ortaya çıkarır.⁴²

Uluslararası Hrant Dink Vakfı'nın raporlarında Türkiye'de nefret söylemi kategorileri, abartma/yükleme/çarpıtma; küfür/hakaret/aşağılama; düşmanlık/savaş söylemi ve doğal kimlik ögesini nefret ve aşağılama unsuru olarak kullanma/Simgeleştirme şeklinde dört grupta değerlendirilebilir. Ekşi Sözlük başlık/girdilerinde bu kategorilerin kullanıldığı saptanmıştır. Çoğunlukla olumsuz yargıların (778) küfür/hakaret/aşağılama (246), olumsuz yönde ikna (306), abartma-çarpıtmalarla sunulduğu, nefret söylemi kategorileri bağlamında seçilen başlık/girdiler değerlendirildiğindeyse, şu çerçevede bir söylem görülmektedir:

1) *Düşmanlık/savaş söylemi* hâkim temalardandır. Çin/Çinlilerin tehdit unsuru olarak değerlendirildiği altı tema saptanmıştır:

- a. Yaşam Tarzı/Kültürel Tehdit
- b. Nüfus Tehditi
- c. Virüs/Salgın Tehditi
- d. Küresel/Ekolojik Tehdit
- e. Ekonomik Tehdit
- f. Siyasal Tehdit

a. "Tehlike" vurgusunun 81'inde kullanıldığı, Wuhan'ın yemek kültürünün⁴³ Çin'in tamamına mal edilerek "tehlike" olarak görüldüğü anlaşılmaktadır. Yazarların ifa-

39 Başlıklar: Çin/ Çinli/ Çin Halk Cumhuriyeti/ Çinlilere Karşı Irkçılık/ Chinese Virus/ Şu An Tüm Dünyanın Çinlilerden Nefret Ediyor Oluşu/ Çinlileri Ülkemizde İstemiyoruz Kampanyası/ Çin Virüsü/ Düşün ki Bir Çinli Bunu Okuyor.

40 Philip Bell, "Content Analysis of Visual Images", *The Handbook of Visual Analysis*, ed., Theo Van Leeuwen, Carey Jewitt, London: Sage Publications, 2001, s.13-17.

41 Van Dijk, "Söylem ve İktidar", s.10-11.

42 Van Dijk, *Racism and*, s.x, 45-47,178.

43 Wuhan yemek kültüründe tüketilen egzotik hayvanların Çin geleneksel tıbbında kullanıldığı bilinmektedir. Geleneksel Çin mutfağının küçük bir bölümünde yaygın olan bu eğilimin imparatorluk zamanından kalma bir sunum kültürü olduğu, ülkede yaşanan büyük kıtlıklar neticesinde halkın yaşama mücadelesiyle geliştiği bilinmektedir.

deleriyle “her şeyi yiyen”, “pislik yayan”, “tehlike saçan” Çin’in “akıllara zarar, rezil, saçma sapan inanışları” ve “gelenekleri tehdittir”. “Yaşam tarzları”yla “insanlığa savaş açan” Çinliler, “insanlığın sonunu getirebilir”. Sergilenen tutum kültürel fark nedeniyle ötekileştirme örneğidir. Van Dijk’a göre⁴⁴ kültürel farkların “sapkınlık”la ilişkilendirilmesi yeni ırkçılıktır: dil, gelenek, giyim-kuşam, din gibi kültürel özelliklerle fiziksel görünümünün “olumsuz” tasnif edilmesi etnik konumlandırmadır.⁴⁵ Kültür hiyerarşisiyle alt-grupları kültürel yoksunluk/gerilikle ilişkilendiren veya hiyerarşiyi reddederek farklılıklardan ötürü birlikte yaşamayı imkansız gören yeni ırkçılıkta kültürel fark tehdittir.⁴⁶

İrkçi söylem etnik/farklı ötekine yönelik ve etnik/farklı öteki hakkında yansır. Birincisi doğrudan ayrımcı pratiklerle görünürken, ikincisi “hafifletilmiş” dozda ırkçılık içerir. Zira ırkçılığın yanlış bir davranış olduğu aşikardır. Bu nedenle saygısız tutumlar, tonlamalar, mimikler, kelime seçimleri, çeşitli retoriklerle açığa çıkar. Ötekilerin farklı/biz’den ne kadar uzak olduğuna dair niteliklerini, sapkınlığını, bizim değerlerimizi ihlal ettiğini vurgulayarak veya tehdit olarak nitelendirip, suçla ilişkilendirerek işleyen yeni ırkçı-tehdit söylem bireysel değil, sosyal grubun/biz’in beyanıdır.⁴⁷ Sue ve arkadaşlarına göre⁴⁸ ırksal temelli mikro fiili saldırı, ötekini değersizleştirme, küçük düşürmeye yönelik bilinçli söz/eylem biçimi, modern/ yeni ırkçılık olarak tabir edilir, genellikle kültürel farklılıklar üzerinden işleyerek tarihsel-kültürel olarak değişken anlamlar taşıyabilir. Çinlilerin yaşam tarzları, yemek kültürleri, gelenekleri tehlike olarak böylelikle kodlanabilmektedir.

b. Çin, nüfus yoğunluğuyla dünyanın en büyük ülkelerinden olduğundan tehdittir: nüfusunu avantaj olarak kullandığı, büyük nüfusuyla “baş edilemez” olduğu sıklıkla vurgulanmıştır. “İt gibi üremişler”, “çoğalmışlar da çoğalmışlar” nitelendirmeleriye dehumanizasyona işaretler. Çin’in nüfusunu ekonomik kalkınma ve ordu gücü olarak “avantaj”a çevirdiği düşünülmektedir. Bu nitelikleriyle Türkiye için bir tehlike arz etmektedir:

“o kadar hızlı büyüdüler ki geldikleri zaman kaçacak yerimiz olmayacak” (Yazar-1).

c. Bu bağlamda Çin’in sadece bugün değil, tarih boyunca salgın yaydığı düşünülmektedir. Sars, kuş gribi, İspanyol gribi, Rus gribinin Çin kaynaklı olduğuna, Orta çağa

44 Van Dijk, *Racism and*, s.26.

45 Ötekinin fiziksel özellikleriyle kolayca tespit edildiği klasik ırkçılığın aksine, etnomerkezcilik ve kültüralizmin yabancı düşmanlığıyla birleşmesine dayanan yeni ırkçılığın kültüre odaklanması tespitini güçleştirmektedir. İrkla kültürün özdeş görülmesi dolayısıyla, değişmez niteliklere sahip olduğuna dayanan yeni ırkçılık, farklı kültüre saygı söylemiyle kendini gösterse de herkesin kendi sınırlarında kalması gerektiğine dair eşitsizlik inancından temellenir. Bkz. Ahu Sumbas, “Batı Avrupada Yükselen İrkçilik Üzerine Bir Deneme”. *Alternatif Politika*, 1/2 (2009):267-270.

46 Hatice Çoban Keneş, “Yeni İrkçi Söylemlerin Eklemliliği ve Medyanın İşlevi”, *Ankara Üniversitesi, SBF Dergisi*, 69/2, (2014):411-423.

47 Teun Van Dijk, “Discourse and Denial of Racism”, *Discourse&Society*, (1992): s.115-116. “Racist Discourse”, *Routledge Encyclopedia of Race and Ethnic Studies*, ed., Ellis Cashmore, London: Routledge, 2004, s.351-352.

48 Derald Wing Sue, C. M. Capodilupo, G. C. Torino, J. M. Bucceri, A. M. B. Holder, K. L. Nadal ve M. Esquelin, “Racial Microaggressions in Everyday Life: Implications for Clinical Practice”. *American Psychologist*, 62/4 (2007), s. 271-286, aktaran Serdar Ünal, “İrksal Temelli Ayrımcılığın Yeni Görünmez Yüzü: Kültürel Karşılaşmalar ve Mikro Saldırganlıklar”, *Journal of Social and Humanities Sciences Research*, 5/28 (2018).

damgasını vuran vebanın Çin'den yayıldığına inanılmaktadır.

“Vebalı hastaları İpek Yolu’ndan zorla göçe zorlarmış” (Yazar-2).

Ötekinin sıra dışı olaylarda günah keçisi olarak nitelendirilmesine sıkça rastlanır. Bu bağlamda Çin “dünyayı enfekte eden”, “dünya için tehdit ve felaket” olan, “dünyanın başına yeni tip bir virüs saran”, “virüsü bela eden” ülke olarak tasvir edilmekte, “nükleerden beter” virüsü silah gibi kullandığı düşünülmektedir.

d. Çin’in sanayi-teknoloji açısından gelişmişliği ve nüfusuyla küresel eko-sisteme tehdit oluşturduğu söylemler arasındadır. Çin, doğal kaynakları “aşırı” tüketerek, “talan” ederek doğaya zarar vermektedir. Pandemide uyguladığı sert politikalar, başta kendi halkı olmak üzere insanlara, yemek kültürüyle hayvanlara değer vermediği örneklendirilerek, “dünyanın çivisini çıkararak”, “insan-hayvan haklarını tanımayan” Çin, bir yazarın ifadesiyle “dünyanın beka sorunu”dur. Bu söylem, ötekinin günah keçisi olarak görülmesinin ve olumsuz nitelendirilen gücünün abartılmasına örnektir, zira diğer ülkelerin ekolojik sisteme verdiği zarar göz ardı edilerek, sadece Çin “aşırı” sanayileşmesi- tüketimiyle sorumlu tutulmaktadır.

e. Dünya ekonomisinin güç unsurlarından Çin’in bilişim sektöründe gerçekleştirdiği atılımlar, “süper güç” olarak görülmesinde etkilidir. Yazarlar durumu oldukça tehlikeli görmektedir, zira Çin, nüfusundan kaynaklanan üretim ve askeri gücü, “yayılmacı” yönetimiyle dünya için tehdittir, daha fazla “güçlenmemeli”dir.

“...o kadar güçlüler ki, o kadar sağlam adımlarla geliyorlar ki çok değil 50 sene sonra gelmiş geçmiş en büyük küresel güç olacaklar” (Yazar-3).

“Çinlilerse tam aksine 10.000 yıldır yerleşik kültürde yaşayan ve asimile olmayan bir toplum. Dolayısıyla yayılmacı politikaları dünyamız için çok daha tehlikeli olacaktır.” (Yazar-4).

“...sıkıştığı zaman tehlikeli oyunlar oynamaktan kaçınmayan bu ülkeyi dünya tamamen izole etmeli” (Yazar-5).

f. Çin siyasal bakımdan da tehdittir: “aşırı silahlandığı”, halkına karşı “acımasız politikalar” yürüttüğü, “yayılmacı/istilacı” olduğu vurgulanmaktadır. Çin rejimi tehdittir: “komünizm virüsü” nitelendirmesiyle, komünizmle gelen “tehlike” olarak ateizmin görülmesi ideolojik söylemin yansımasıdır.

2) Düşmanlık-savaş söylemine paralel, tarihi-dini referanslarla ikna retoriği oluşturulmaktadır. Van Dijk, bir strateji olarak söylemlere, sözcük seçimlerine ve vurgulara yansıyan retoriğin ideolojik söylemle alakalı olduğunu belirtir.⁴⁹ İncelenen 1100 girdinin 306’sı ikna çabasıdır. Tarihi referanslarla Çin “eski-ezeli düşman” olarak nitelendirilmektedir: eski Türk kaynaklarında “Hitaylar” olarak geçen Çinlilerin Türklere tepeden baktıkları, Göktürk Kitabelerinde Bilge Kağan’ın öğütlerine referansla Türklerin en büyük düşmanı oldukları hatırlatılmaktadır. Bir yazar “Cengiz Han yarım bıraktı bu işi” demektedir. Bazı yazarlara göre “Atalarımız zamanında

49 Van Dijk, *Racism and*, s.216-217.

bunların hakkından tam gelememiş”tir ve “3000 sene boşuna savaşmamış”tır. Başka biri “keşke Metehan vergiye bağlamak yerine soyunuzu kurutsaydı” ifadesini kullanmaktadır.⁵⁰

Türlere varsayılan düşmanlık, Uygur Türkleriyle Çin arasındaki gerilimle de ilişkilendirilmekte; Doğu Türkistan’daki sert politikalar, Türklere ve İslam’a karşı varsayılan tarihi nefretle açıklanmaktadır. Girdilerde Uygurlara işkence, asimilasyon/soykırım yapıldığı, “patolojik düzeyde” Türk- İslam düşmanlığı sıkça dile getirilmektedir. Bar-Tal, gruplararası ilişkilerin dinamiğine bağlı olarak, sosyo-ekonomik ve tarihi bağlamın; savaşlar, düşmanlıklar ve dostlukların stereotip oluşumundaki önemine dikkat çeker. Bazen dost/düşman ayrımı farklı şekilde işler: dostumun dostu/düşmanı biz’im dost/düşmanımızı belirler.⁵¹ Bu bağlamda Çin-Uygur ilişkisi yazarların Çin’e bakışında belirleyicidir. Tarihi ilişkiler stereotipleri etkiler; ötekiyle karşılaşmalar unutulmaz, nesilden nesile aktarılarak kolektif belleğe yerleşir. Karşılaşma anlarında seçici biçimde hatırlanan bilgiler ilişkilerin çerçevesini belirler.⁵² Türklerin tarihi/ezeli düşmanını anımsatan girdiler, nefret söyleminin ideolojik olduğunu göstermektedir. Türkiye geçen binlerce yıla ve coğrafi uzaklığa rağmen hala Çin’in tehdidi, dolaylı yollarla işgali altındadır.

İkna metodu olarak dini referanslardan en sık kullanılanı, İslam ve Yahudi mitolojisindeki kıyamet alameti yaratıklar “Yecüc-Mecüc”/“Gog-Magog”tur. Kutsal kitapların referansıya Çinliler, nüfus yoğunluğu, ima edilen gücü ve fiziksel özellikleri ileri sürülerek insanlığın ve dünyanın sonunu getirecek mitolojik yaratıklar olarak tanımlanmaktadır. Mitolojik yaratıklarla fiziki benzerlikleri çeşitli ayet-hadislerle, “alametlerin” Tevrat’ta da geçtiği hatırlatılarak kanıtlanmaya çalışılmaktadır. Bu retorikle Çin’in İslam düşmanı olduğu yine “kanıtlanmış” olmaktadır. Canavarlarla/insandışı yaratıklarla ilişkilendirilerek dehumanizasyonun da örneğidir.

3) Komplo teorileri ikna retorikidir. Günah keçisi Ötekinin hain planlarına odaklanan komplo teorileri, ötekinin gücünün abartılmasına da dayanır. Teoriler sınıflandırıldığında aşağıdaki temalar görülmektedir:

a. Çinliler hastalığı bilerek yaymıştır: Nüfus maliyetini ortadan kaldıracak; ekonomisindeki “yaşlı yükü”nü hafifletecektir. Pandeminin dünya ekonomisinde yarattığı krizi öne sürenlere göre, salgını atlatarak nüfus/işgücüyle kısa sürede ekonomisini toparlayacak olan, pandemiden “karlı” çıkan Çin, ABD’yle rekabeti ve ticari kaygıları dolayısıyla virüsü “biyolojik silah” olarak kullanmaktadır. Aşırı bulmuştur, “dünya kırılınsın” diye sessiz bir bekleyiştir.

“biyolojik silah niteliğindeki vahşi hayvan pazarlarını kapatmıyor” (Yazar-6).

“biyolojik silah olarak vatandaşlarını kullanma ihtimali olan ülke” (Yazar-7).

50 “Çin virüsü” çıkışıyla gündem yaratan ABD Başkanı Trump’ı “21. yy. Kürşad’ı” olarak nitelendiren girdi dikkat çekicidir: Mitolojide Kürşad, Çin Seddi’ni yıkmıştır.

51 Bar-Tal, “Formation and”, s.504.

52 Bar-Tal, “Formation and”, s.500-501.

“o zaman başka bir oyun var diye düşünüyor insan... tamamen bir Çin satrancı” (Yazar-8).

Stratejisiyle dünya ekonomisini ele geçirecek,”bağımlı” kılacak, “sömürgeci” bir devlettir; artık “tabutta bile Made in China yazıyor”dur. Çin’in dijital dünya modeliyle pandemiye fırsata çevirdiği bir “Yeni İpek Yolu Projesi” olduğu iddiası, 5G iletişim kontrolü olarak tanımlanmaktadır. Bu varsayım pandemi sürecindeki dijital denetimi örnek gösterilerek meşrulaştırılmaktadır.

“..ödüllü-denetimli vatandaşlık sosuna bulandırılmış yeni dünya düzeninde başat oyuncu yeni Çin’e hazırlanın!” (Yazar-9).

Ötekinin gücünün abartılması diyebileceğimiz bu bakış açısı, Çin’in Türkiye üzerindeki emellerine işaret etmektedir: Kanal İstanbul, III. Hava Limanı ihalelerine giren Çin, Türkiye’yi sömürgeleştirmeyi hedeflemektedir. Nitekim Çinli turist “isitilisi” metaforuna rastlanmıştır. Diğer iddia, bölgesel denetim niyetiyle virüse göz yumduğudur. Böylelikle Çin, Hong-Kong gibi özel bölgeleri denetleyebilecektir, zaten Wuhan da bölgeye yakındır.

b. Çin’in vurdumduymazlığı, beceriksizliği nedeniyle pandeminin yayıldığına dair inanca göre Çin komünist parti politikaları yüzünden salgını yenemediği gibi DSÖ’yü yanıltarak örtbas etmektedir. Diğer iddia DSÖ’nun tarafgirlikle Çin lehine verileri örtbas ettiğidir. Yazarlar Çin’i sinsilikle tanımlamaktadır.

“Wuhan propagandasını çok güzel uyguluyorlar. Hiç güven vermiyorlar.” (Yazar-10).

c. Bazı güçlerin biyolojik silah olarak virüs kullandığına dair inanç: salgının kasten, ABD, İsrail, küresel güçler, “global çete”, “illuminati” tarafından çıkarıldığı iddia edilmektedir. ABD tazminat planıyla Çin’i savaştan ortadan kaldırma çabasıdır. Öteki yelpazesini göstermesi bakımından önemli olan yorumlar bir beklentiye; ötekilerin iş birliği yaparak sinsî planlarını eyleme geçirebileceğine dairdir: tetikte olunmalıdır.

4) Doğal kimlik ögesini nefret-aşağılama unsuru olarak kullanma /Simgeleştirme bağlamında fiziksel özelliklerin aşağılandığı görülmektedir. “Asık yüzlü”, “yerden bitme”, “yarım yamalak”, “pigme”, “çekik gözlü/çekik” ifadeleri oldukça sıktır. Fiziksel aşağılamalar ırkçı söylemlerin unsurlarından olup dehumanizasyon ve intra-hümanizasyon öğeleri içermektedir. Dehümanizasyon, ötekinin insanlıktan çıkartılma biçimlerini kapsar. Haslam’a⁵³ göre insanlıkdışı kategorilerle çoğunlukla şeytan, canavar gibi kötücül yaratıklara atıf yapılır. Yaygın bir dehumanizasyon türü de hayvan olarak tasvirdir. İnsanlığının tamamen reddedildiği bu tarz söylemlerle ötekine hayvani özellikler yüklenir.⁵⁴ Kitlesele “imhası” böylelikle meşrulaştırılabilir.

Sözlük’te beslenme kültürünün farklılığıyla ötekileştiren Çinliler “hayvan” olarak nitelendirilmektedir: yemek yerken “lama gibi tüküren” Çinli, “leşçi”, “leş yiyici”dir.

53 Nick Haslam, “Dehumanization: An Integrative Review”, *Personality and Social Psychology Review*, 10/3 (2006), s.254.

54 Haslam, “Dehumanization”, s.252-254.

Sıkça rastlanan hayvani özelliklerden “üreyen”, “yiyip yiyip çiftleşen guruh” ifadelerine göre tehdit “nüfusları”dır. “Guruh” kelimesi başka bir kategoriye göstermektedir: “korkunç yaratıklar”, “canlı her şeyi yiyen” canavarımsı bir tür olarak nitelendirilen Çinliler “hanibal ırk”tır. Yazarların bazıları “nasıl bir türsünüz” diye sorarken, bazıları cevaplamaktadır: Çinliler “farklı bir tür gibi”dir, “alt insan formu”dur, açıkça “insan değil”dir; “insanımsı topluluk”tur. Bazı yazarlar Çinlilere “insan olun”, “daha insani olsalar”, “insan gibi beslenin” diye seslenmekteyken,⁵⁵ bazılarında Çinliler “garip”, “tuhaf”, “uzaylı gibi”dir. Bir yazarın açıkça ifadesiyle “Çinli virüstür”.

Dış grubun insani özünün reddi olarak intra-hümanizasyonda temel alınan iki insani duygudan birincisi insanı benzersiz kılan özellikleri kapsayan Human Uniqueness/HU, diğeri insan doğasını kapsayan Human Nature/HN'dir. HU özellikler medeni olma, nezaket, ahlaki hassasiyet, rasyonel olma, olgunluk olarak sıralanabilir. Ötekilere hayvani özellikler yüklenirken HU nitelikleri reddedilir: öteki kültürel olarak geri-ilkel, kaba, ahlaksız, irrasyonel ve çoğunlukla içgüdüsel davranış sergileyen, çocuksu- özdenetimden yoksun bir türdür.⁵⁶ Sözlük'teki sıfatlara bakıldığında, stereotiplerin büyük kısmı intra-hümanizasyon içermektedir. Çinliler “hilekar”, “sahtekar”, “üç kağıtçı”, “kopyacı” hırsız” ahlaksız”, “yalancı” açgözlü”, “sinsi”, “fırsatçı”, “çıkarcı”, “entrikacı”, “materyalist” olarak çeşitli ahlaki stereotiplerle adlandırılmakta, bazı girdilerde “onursuz”, “kültürsüz”, “ilkel”, “faydasız medeniyet”, “cahil”, “yaşam tarzı leş”, “medeniyetsiz” tabirleri kullanılmaktadır. Çinlilerin nüfusu için kullanılan “üreme” tabiri hayvani içgüdüsel davranış sergileme bakımından görülebilir. Intra-humanizasyonun diğer biçimi insani doğasının/HN reddidir. Duyarlı, sosyal ilişkileri güçlü-sıcak, açık fikirli, bireyselliği gelişmiş-özgün, derinlik taşıyan bir canlı olma özelliğini taşımayan öteki tam tersine durgun-tepkisiz, soğuk, sert, pasif ve kişiliksiz, yüzeysel olarak resmedilir. Ötekinin HN değerler taşıdığıının inkarı mekanikleştirme, onu bir otomat gibi varsayma olarak karşımıza çıkar.⁵⁷ Nitekim Sözlük'e girilen girdilere bakıldığında Çinlilerin “canlı robot”, “robotlaşmış” olarak tabir edildikleri görülmektedir.

Kullanılan stereotipler ahlaki/ kültürel/ fiziksel/zihinseldir, ahlaki olarak olumsuz nitelikler yüklendiği; ayrıca insani duygulardan arındırılarak tanımlandıkları görülmüştür.

Tablo 1. Çinlilere Yüklenen Ahlaki Stereotipler

Zalim	Egoist/bencil
Merhametsiz	Empati yoksunu
Acımasız	Sorumsuz
Duygusuz	Vicdansız
Riyakar /iki yüzlü	Gaddar

⁵⁵ Bir yazara göre Çinliler “insan değil...bunun kültürle kıtlıkla açlıkla bir ilgisi yok. Bunlar homo sapiens değil bunlar başka bir tür...bütün insanlık birleşmeden bu ne olduğu belirsiz türün hakkından gelmek de imkansızdır... Wuhan pazarında kafasına sopayla vurulup kaynar kazana atılan bir kedi değil siz olabilirsiniz.”

⁵⁶ Haslam, “Dehumanization”, s.255-257.

⁵⁷ Haslam, “Dehumanization”, s.257.

Utanmaz/arlanmaz	Yezit
Umursamaz	İnsafsız

Bu nitelendirmeler yine infra-humanizasyondur. Kültürel stereotiplere⁵⁸ bakıldığında, ağırlıklı Çin yemek kültürü/yeme alışkanlıklarına yönelik olduğu görülmektedir. Bu doğrultuda Çinliler “pis” (38), “pislik” (16), “midesiz” (21) olarak tanımlanmaktadır. Ayrıca “iğrenç”, “pisboğaz”, her şeyi yiyebilen, “yamyam/yamyam sürüsü/modern zaman yamyamları/yamyamdan beter” “vahşi”, “Asya oburu” ve “tikinti veren/tiksinilen bir millet” tabirleri kullanılmıştır. Stereotiplerin yansıtma mekanizması düşünülürse, kötü/olumsuz nitelikler ötekilere, iyi/olumlu nitelikler biz’e aittir: entrikacı/ahlaklı, pis/temiz, zalim/merhametli gibi karşıtlıklar çerçevesinde Çinli neyse biz tam tersiyizdir.

Ötekinin zihinsel yetersizliğini vurgulayan ırkçı söylemlere de rastlanmaktadır. Çinliler “aptal”, “idrak edemeyen” “yarım akıllı/akılsız”, geri zekalı”, “sapkın”, “ruh hastası”, “psikopat/manyak” olarak etiketlenmiştir. Yazarın ifadesiyle, “rahatsız ve (fakat) güçlü” bir toplum olarak “tehlikeli” kodlanan Çinlilere karşı dikkatli olunmalıdır. Sözlükte kullanılan bu dil, Sue ve arkadaşlarının⁵⁹ ifade ettiği yeni ırksal temelli mikro saldırganlık/mikro aşağılamaya örnek gösterilebilir. Ötekinin kültürel değerlerinin “hastalıklaştırılması” olarak karşımıza çıkan bu ırkçılık, “suçlu” ve “sapkın” kodlanmasını, zeka düzeyinin “aşağı” varsayılmasını da içerir. Böylelikle kültürel kimliği değersizleştirilerek ırksal hiyerarşide alt sıralara itilmiştir.

5) İyi/kötü Çinli ayrımı görülmektedir. Çinli kültürel farka dayalı tanımlanmıştır: iyi/kötü “Yarasa yiyen/ yemeyen” ya da “ot çöp böcek yiyenler bazı kesimler” üzerinden, siyasi ideoloji üzerinden “komünistler/ komünist olmayanlar” şeklindedir, Çin’in planlarından “habersiz olanlar”, doktorlar, sağlıkçılar da Kötü Çinlilerin dışındadır.

Bir başka unsur, Van Dijk’in vurguladığı, etnik fark karşısında hoşgörülü, empatik, adil bir yaklaşım sergilendiğine dair kullanılan stratejilerdir: öteki örtük-muğlak biçimde imalarla olumsuzlanmaktadır.⁶⁰

“Pisler ama (iyileri de var)” (Yazar-11).

“Haklılık var, ama (iyileri de var)” (Yazar-12).

“Vahşiler ama (iyileri de var)” (Yazar-13).

58 Bar-Tal özellikle etnosentrik-olumsuz sterotiplerin dış grubun farkları ile korku uyandırdığında zaman oluştuğuna dikkat çekmektedir. Bar-Tal, “Formation and”, s.499.

59 Sue vd., “Racial Microaggressions in Everyday Life”, aktaran Serdar Ünal, “İrksal Temelli”. s.3295.

60 Van Dijk, “Discourse and Denial”, s.115-116; Van Dijk, *Racism and*, s.187.

6) Çin tehdidine karşı önerilen çözümler nefret söylemi ve ırkçı öğeler içermektedir.

Tablo 2. Çözümler

İntikam/Savaş/İşgal söylemi	<ul style="list-style-type: none"> *Devlete değil halka müdahale şart *Sessiz kalan Çin halkı da suçlu *Halkı denek olmalı *Bütün dillerde Çinli en aşağı küfür-hakaret anlamına gelmeli. *Bütün insanlık birleşmeden bu ne idüğü belirsiz türün hakkından gelmek de imkansızdır. *Her daim hastalık taşıyor muamelesi görmeleri gerek. *Müdahale edilmeli *İlhak edilmeli *Askeri olarak tehdit edilmeli *Birlik olup savaşılmalı *Acilen vurulması gereken ülke *ABD işgal etmeli; ABD savaşmalı *Parçalanmalı *Özgür dünyaya katılmalı * Haritadan silinmeli *Birleşerek yok edilmeli *ABD Atom bombası atmalı *Nükleere boğmalı
Ekonomik/siyasal/sosyal yaptırım söylemi	<ul style="list-style-type: none"> *Hesabı sorulacaktır: ABD/ Rusya / AB *Tecrit edilmeli/ izole *Bedel ödemeli *Yaptırım yapılmalı *İçişlerine müdahale edilmeli *Ambargo uygulanmalı *Virüs tazminatı vermeli *Birleşip baskı yapılmalı *ABD-AB medeni dünyanın gerekliliklerini dayatmalı. *AB standartlarına getirmeli *Mallarını almamalı *Tazminat ödemeli *Uluslararası hukuk devreye girmeli *BM'den çıkarılsın *Güçlenmemeli *Boykot edilsin *Tibet'ten çekilmeli *Vahşi hayvan ticareti yasaklansın *cezalandırılmalı *Özür dilemeli *Çinliler ülkelerine geri gönderilmeli *Yemekleri sınırlandırılmalı-yasaklanmalı, * Çinli turist kabul edilmesin *Vize yasağı koyulmalı *Çinliler sınır dışı edilmeli.

7) *Yeni ırkçı söylemin ayırt edici özelliklerinden biri mizah retoriğidir.* Girdilerin 48’inde aşığılayıcı söylemlerin bazen küfür-hakaretle birlikte “komik” şekilde sunulmaya çalışıldığı görülmüştür: yemek kültürünü yermek için ezogelin çorbası tarifi vermek gibi. Eğlenmek için kullanılan ve içerik üretilebilen sosyal medyada bir “iletişim biçimi”; mesaj veren, düşüncelerin iletilmesini sağlayan bir araç⁶¹ olarak mizah önemli yere sahiptir, fakat biz/öteki ayrımına bağlı olarak ötekinin dışlanmasında da kullanılabilir, bu bakımdan sosyal ilişkileri düzenleyici bir rolü bulunmaktadır. Bireylere “söylenemeyenleri söyleyebilme”; ötekiler hakkındaki düşüncelerini çekinmeden dile getirebilme olanağı da veren mizah “sevilmeyeni göstermenin bir yolu”dur.⁶² Mizahla işleyen yeni ırkçılığın, tespit edilmesi zordur.⁶³ Dolayısıyla mizahı her zaman masum olarak değerlendirmekten ziyade, güç ilişkilerini yansıtan bir mekanizma olarak görmek yerindedir.

Sonuç

Medyanın ticari kaygularıyla araçsallaştırılarak günlük hayatımızın parçası haline getirilen şiddet, öğrenilen bir olgudur. Egemen değerleri gerçeklik olarak sunan medya, toplumdaki bölünmüşlüğü yeniden üreterek, bir denetim mekanizması kullanmakta; ürettiği temsillerle toplumsal hayatın sınırlarını hatırlatmaktadır. Geleneksel medyanın yanı sıra yeni medyada da şiddet kullanılmakta, teknoloji sayesinde çok daha hızlı yayılarak normalleşmektedir. Dilsel şiddetin bir biçimi olarak nefret söylemi, doğrudan ırkçılıkla birlikte örtük işleyen yeni ırkçılığın da göstergesi olup, aynı oranda yıkıcı sonuçlar doğurabilir. Geleneksel medyanın örtük dilinin aksine, yeni medyada anonimliğin verdiği rahatlıkla sert biçimde⁶⁴ kullanılan nefret söylemi güçlü bir şekilde yeniden üretildiğinden, sosyal medya içerikleri önem taşımaktadır.

Bu çalışmada medyada şiddet olgusu bağlamında, yeni medyada yaygın şiddet türü olan nefret söylemi incelenerek Ekşi Sözlük’te Çinliler hakkındaki nefret söylemi belirlenmiştir. Çin’deki durum, insani destek, hangi önlemlerle salgının önüne geçilebileceğinden ziyade pandeminin “şeytani” bir güç atfedilen Çin’in merkezinde olduğu komplo teorileriyle ilişkilendirildiği, teorilerin milliyetçi-dini referanslarla desteklendiği, Çin kültürünün yerilerek Çinlilerin ötekileştirildiği görülmektedir. Çin/Çinlileri ötekileştirici söylemlerin çeşitli biçimlerde yeniden üretildiği Ekşi Sözlük’te yorumlar aşığılayıcı nitelikte olup hakaret-küfür içermekte, stereotiplerle önyargılara dayanmaktadır ve çoğunlukla günlük yaşamında bir Çinliyle karşılaşmamış bireylerin söylemleridir. Türkiye’de hakim ideolojik söylemden izler taşımakta, resmi tarih söyleminde Çinlilere dair sunulan “bilgi” devreye girmektedir.

Ekşi Sözlük, Türkiye’nin sosyo-politik koşulları göz önüne alındığında fikirlerin özgürce söylenebileceği ortamıyla, kullanıcıların gerçek yaşamda dile getiremedikleri

61 Duygu Ergün Takan ve Müjgan Yağmur İçelli, “Dijital Mizah”, *Medya ve Mizah*, der. Huriye Kuruoğlu ve Mikail Boz, Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık, 2016, s.501-510.

62 Meşe, Gülgün. “Mizah ve Sosyal Psikoloji”, *Medya ve Mizah*, Huriye Kuruoğlu ve Mikail Boz, Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık, 2016, s.85-87, 91.

63 Doğanay, “İrkçılığın İzini”, s.159-161.

64 Doğanay, “Ayrımcılık, Söylem”, s.36.

düşüncelerini ifade edebilecekleri bir platformdur.⁶⁵ Bu bağlamda Sözlük'te yer alan nefret söylemleri öteki hakkında dile getirilemeyeni göstermektedir. Çin/Çinlilerle ilgili denetimsiz ve sansüresüz ortamda sunulan söylemlerin Türkiye kamuoyunun genel algısını yansıttığı düşünülebilir.

Stereotiplerin davranışları yönlendirdiği bilinmektedir.⁶⁶ Dolayısıyla, medyada üretilen nefret söylemi ayrımcılığa ve yok edici bir şiddete yol açma potansiyeli barındırmaktadır. Ekşi Sözlük'te gördüğümüz yeni ırkçı/mikro-saldırgan tutumlar, uygun koşullarda şiddete dönüşebilir. Bu potansiyeli düşünülduğünde, bir arada yaşama kültürünün; demokrasinin ve toplumsal barışın önünde bir engel olarak nefret söylemi, öncelikle tanımlanmalı, ifade özgürlüğüyle farkı belirlenmeli ve bu doğrultuda denetim mekanizmaları oluşturulmalıdır. Medya okur yazarlığının geliştirilerek nefret söylemine karşı bilinçlenmek gerekliliği ortadadır. Böylelikle medyanın yönlendirme gücü konusunda farkındalık oluşturularak, medya tarafından inşa edilen anlamlara dikkat çekilebilir ve üretilen şiddetin, cinsiyetçi, ırkçı bakış açısının sorgulanabilir hale gelmesi⁶⁷ mümkün olabilir.

Kaynakça

- Agtaş, Özge. "Nefret Söylemi, Dilsel Yaralama ve Siyasal Faillik". *Ayrımcılığın Yüzleri*. Der., Ülkü Doğanay. Ankara: İHOP, (2018):63-78.
- Akdeniz, Yaman. "İnternette İrkçılık". *Nefret Suçları ve Nefret Söylemi*. Der., Özlem Dalkıran. İstanbul: Hrant Dink Vakfı Yayınları, 2010.
- Bakıroğlu, Cemile Toksöz. "Sosyalleşme ve Kimlik İnşası Ekseninde Sosyal Paylaşım Ağları" XV. Akademik Bilişim Konferansında Sunulan Bildirileri, Akdeniz Üniversitesi, Antalya, 23-25 Ocak, 2013.
- Bar-Tal, Daniel. "Formation and Change of Ethnic and National Sterotypes: An Integrative Model". *International Journal of Intercultural Relations*. 21/4 (1997): 491-523.
- Bell, Philip. "Content Analysis of Visual Images". *The Handbook of Visual Analysis*. Ed., Theo Van Leeuwen and Carey Jewitt. London: Sage Publications, (2001): 10-34.
- Binark, Mutlu. "Nefret Söyleminin İnternet Ortamında Dolaşıma Girmesi ve Türetilmesi". *Yeni Medyada Nefret Söylemi*. Haz., Tuğrul Çomu. İstanbul: Kalkedon Yayınları, 2010.
- Çeğin, Güney ve Mehmet Meder. "Sembolik Şiddet Arenası: Televizyon ve Medyatik Söylemin Özerkliği Sorunu", *Pamukkale Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*. 15/15, (2004): 102-107.
- Çoban, Barış. "Medyanın Milliyetçi Söylemi: Medya, Öteki ve Şiddet". Uluslararası Medya ve Siyaset Sempozyumunda Sunulan Bildiri, Ege Üniversitesi, İzmir, 15-17 Kasım, 2007.

65 Burak Dogu, Zehra Ziraman and D. Emrah Ziraman. "Web Based Authorship in the Context of User Generated Content, An Analysis of a Turkish Web Site: Ekşi Sözlük", *4th Global Conference on Cybercultures*, Austria (March 2009), s.123.

66 Bar-Tal, "Formation and", s.517.

67 Uysal, "Medya ve Şiddet", s.126.

- Çoban Keneş, Hatice. “Yeni İrkçi Söylemlerin Eklemliliği ve Medyanın İşlevi”. *Ankara Üniversitesi, Sbf Dergisi*, 69 (2014): 407-433.
- Çomu, Tuğrul ve Mutlu Binark. “Yeni Medya Ortamlarında Nefret Söylemi”. Medya ve Nefret Söylemi. Ed., Mahmut Çınar. İstanbul: Hrant Dink Vakfı Yayınları, 2013.
- Doğu, Burak, Zehra Ziraman ve D. Emrah Ziraman. “Web Based Authorship in the Context of User Generated Content, An Analysis of a Turkish Web Site: Eksi Sözlük.” 4th Global Conference on Cybercultures, Austria (March 2009).
- Doğanay, Ülkü. “İrkçiliğin İzini Satır Aralarında Sürmek: Popüler Kültür Ürünlerinde İrkçi Söylemlerin Yaygınlaşma Biçimleri”. Medya ve Nefret Söylemi. Ed., Mahmut Çınar. İstanbul: Hrant Dink Vakfı Yayınları, 2013.
- Doğanay, Ülkü. “Ayrımcılık, Söylem ve Medya”. *Ayrımcılığın Yüzleri*, Der., Ülkü Doğanay. Ankara: İHOP, (2018):16-39.
- Ergün Takan, Duygu ve Müjgan Yağmur İçelli. “Dijital Mizah”. *Medya ve Mizah*. Der., Huriye Kuruoğlu ve Mikail Boz. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık, 2016.
- Gidişoğlu, Sercan ve Kerem Rızvanoğlu. “İnternette Türk Milliyetçiliği: Türk Milliyetçisi Siteler ve Ağ Yapısı Üzerine Bir Analiz”. *Nefret Suçları ve Nefret Söylemi*. Der., Yasemin İnceoğlu. İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 2012.
- Gürel, Emet ve Mehmet Yakın. “Ekşi Sözlük: Postmodern Elektronik Kültür”. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*. 4/4, (2007): 203-219.
- Erdoğan, İrfan ve Korkmaz Alemdar. *Öteki Kuram*. Ankara: Erk Yayınları, 2005.
- Hall, Stuart. “İdeolojinin Yeniden Keşfi: Medya Çalışmalarında Toplumsal Denetimin Kurulması ve Baskı Altında Tutulmanın Geri Dönüşü”. *Medya, İktidar, İdeoloji*. Der. ve Çev., Mehmet Küçük. Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları, 2005.
- Hall, Stuart. “Kültür, Medya ve İdeolojik Etki”. *Medya, İktidar, İdeoloji*. Der. ve Çev., Mehmet Küçük. Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları, 2005.
- Haslam, Nick. “Dehumanization: An Integrative Review”. *Personality and Social Psychology Review*. 10/3, (2006): 252–264.
- İnceoğlu, Yasemin. “Önsöz”. *Nefret Suçları ve Nefret Söylemi*. Der., Yasemin İnceoğlu. İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 2012.
- Meşe, Gülgün. “Mizah ve Sosyal Psikoloji”. *Medya ve Mizah*. Huriye Kuruoğlu ve Mikail Boz. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık, 2016.
- Ölçer, Hamit. “Pierre Bourdieu Sosyolojisinde Simgesel Şiddet Sorunsalı ve Biçimleri”. *Nosyon: International Journal of Society and Culture Studies*. 2 (2019): 34-49.
- Özer, Ömer. “Medyada Şiddet Kullanımı: Şiddet Ekonomisi, Medyanın İdeolojik Şiddeti ve Yetiştirme Kuramı Açısından Bir Değerlendirme”. *Marmara İletişim Dergisi*. 27 (2017): 1-19.
- Öztekin, Hülya. “Yeni Medyada Nefret Söylemi: Ekşi Sözlük Örneği”. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8/38 (2015): 925-36.
- Palabıykoğlu, Refia. “Medya ve Şiddet”. *AÜ. Kriz Dergisi*. 5/2, (1997): 123-126.
- Postman, Neil. *Televizyon: Öldüren Eğlence*. Çev., Osman Akınhay, İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 2016.

- Sumbas, Ahu. “Batı Avrupada Yükselen Irkçılık Üzerine Bir Deneme”. *Alternatif Politika*. 1/2 (2009): 260-281.
- Torun, Ayla. “‘Öteki’ ile ‘Biz’ İlişkisinde Yeni Medya, Sosyal ve Beşeri Bilimlere ve Küresel Yaklaşımlar: Kuram ve Uygulamalar” Uluslararası Sempozyumu. Varşova, Polonya, 16-18 Eylül 2015.
- Trend, David. *Medyada Şiddet Efsanesi- Eleştirel Bir Giriş*. Çev., Gül Bostancı, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları, 2008.
- Uysal, Meral. “Medya ve Şiddet”. *Bir Toplumsal Sorun Olarak Şiddet*. Ankara: Eğitim Sen Yayınları, 2006.
- Ünal, Serdar. “İrksal Temelli Ayrımcılığın Yeni Görünmez Yüzü: Kültürel Karşılaşmalar ve Mikro Saldırganlıklar”. *Journal of Social And Humanities Sciences Research*. 5/28, (2018): 3288-3308.
- Van Dijk, Teun. *Racism and The Press*. London, New York: Routledge, 1991.
- Van Dijk, Teun. “Söylemin Yapıları ve İktidarın Yapıları”. *Medya, İktidar, İdeoloji*. Der. ve çev., Mehmet Küçük. Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları, 2005.
- Van Dijk, Teun. “Söylem ve İktidar”. *Nefret Suçları ve Nefret Söylemi*. Çev., Pınar Uygun. Der., Özlem Dalkıran. İstanbul: Hrant Dink Vakfı Yayınları, 2010.
- Van Dijk, Teun. “Söylem ve İdeoloji: Çok Alanlı Bir Yaklaşım”. *Söylem ve İdeoloji*. Çev., Nurcan Ateş. Haz., Barış Çoban ve Zeynep Özarslan. İstanbul: Su Yayınevi, 2015.
- Van Dijk, Teun. “Discourse and Denial of Racism”. *Discourse and Society*. (1992): 87-118.
- Van Dijk, Teun. “Racist Discourse”. *Routledge Encyclopedia of Race and Ethnic Studies*. Ed., Ellis Cashmore. London: Routledge, 2004.
- Van Dijk, Teun. “New(s) Racism: A Discourse Analytical Approach, 2000”.
- Yaylagül, Levent. *Kitle İletişim Kuramları-Egemen ve Eleştirel Yaklaşımlar*. Ankara: Dipnot Yayınları, 2017.
- Yazıcı, Tülay. “Yeni Medyanın Nefret Dili: Suriyeli Mültecilerle İlgili Ekşi Sözlük Örneği”. *Global Media Journal TR Edition*. 7/13 (2016): 136-115.
- Zorlu, Yaşar. “Medyadaki Şiddet ve Etkileri”. *Humanities Sciences (NWSAHS)*. 11/1 (2016): 13-32.

Social Media and Violence: Chinese Perception in Ekşi Sözlük

ÇAĞLA PINAR TUNÇER

Abstract: *The media, whose speed, influence and diffusion increase with technological developments, teaches, legitimizes, reproduces, normalizes the violence and the dominant values its “reality”. The media uses symbolic violence expressed by hate speech. In this study, the discourses produced about China and Chinese after the pandemic in Ekşi Sozluk, a popular platform of the new media, are examined. The entries were analyzed by content and critical discourse analysis, which themes were used about China and the Chinese, how they were marginalized and defined. As a result, hate speech about the Chinese, the negative stereotypes and prejudices were in circulation, conspiracy rhetoric was applied with the conspiracy theories and nationalist-religious references, dehumanization and intra-humanization were found. New media content, easily produced as its potential to turn into violence, has to be free from hate speech.*

Keywords: *New media, Violence, Hate speech, Pandemic, Chinese.*



Yayın Koşulları / Publication Rules

1. İnsan ve İnsan Bilim Kültür Sanat ve Düşünce Dergisi üç ayda bir elektronik olarak yayımlanan, erişime açık hakemli bir dergidir. Bahar, Yaz, Güz ve Kış sayıları Nisan, Temmuz, Ekim ve Ocak aylarında yayımlanır.
2. İnsan ve İnsan Bilim Kültür Sanat ve Düşünce Dergisi çok alanlı bir dergidir. Çevre, edebiyat, eğitim, etik, felsefe, hukuk, iktisat, iletişim, işletme, sanat, siyaset, şehir, tarih, toplum, uluslararası ilişkiler, yönetim ve yöntembilim alanlarında insana dair, özgün bakış açısına sahip akademik araştırma, inceleme ve çalışmalara yer verir.
3. Dergiye gönderilecek yazılar sayı konusuyla ilgili ve özgün olmalıdır, daha önce başka bir yerde yayımlanmış veya yayımlanmak üzere gönderilmiş olmamalıdır.
4. Dergiye gönderilen makalelerin yazım bakımından son denetimleri yapılmış; yayımlanmaya hazır olarak gönderilmiş olmalıdır. Bu kapsamda, yazım yanlışları bulunan veya yazım koşullarını sağlamayan makaleler değerlendirilmeye alınmaz.
5. Editörler tarafından ön/biçimsel incelemesi yapılan eserler, değerlendirilmek üzere Yayın Kurulu'na sunulur. Yayın Kurulunca incelenen eserler, anonim en az iki hakeme gönderilir; hakemlerin raporları doğrultusunda, makalenin yayımlanmasına; hakemden gelen rapor çerçevesinde düzeltme istenmesine ya da yayımlanmamasına karar verilir. Yazar, verilen karardan, en kısa zamanda ve e-posta yolu ile haberdar edilir. Tamamlanmış veya düzeltilmiş yazı, Yayın Kurulu'nca tekrar hakeme gönderilebilir. Yazıların yayımlanıp yayımlanmamasına dair nihai karar Yayın Kurulu'na aittir.
6. Yazılar Microsoft Word (Microsoft Office 98 ve üzeri sürümler) formatında olmalıdır. Yazı içinde resim, grafik, şekil veya tablolar kullanılmışsa, bu öğeler orijinal resim veya excel dosya olarak ayrı ayrı gönderilmelidir.
7. Dergiye gönderilecek yazılar başlık, ana metin, öz/abstract ve kaynakça dahil azami 7000 kelime olabilir. Makaleler Türkçe veya İngilizce olabilir.
8. Başlık yazısının altında yazar veya yazarların adları sıralı olarak yazılmalıdır. Yazar ad/adları yazılırken herhangi bir akademik unvan belirtilmez. Yazar veya yazarların unvanı ilk sayfanın altında (*) işareti ile gösterilir. Unvandan sonra, yazarın görev yaptığı kurum (Üniversite, fakülte, bölüm veya diğer) adı belirtilir. Akademik unvan dışında başka unvan kullanılmaz.
9. Makalelerde, 120-150 kelime arası Türkçe ve İngilizce öz / abstract, 3 ile 5 arası anahtar kelime yer almalıdır. Türkçe makalelerde, Türkçe öz ilk sayfada; İngilizce abstract ise başlığı ile birlikte yazının sonunda yer alır. İngilizce makalelerde ise İngilizce abstract ilk sayfada, Türkçe öz başlığı ile birlikte yazının sonunda yer alır.
10. Dergiye gönderilen yazılarda Chicago dipnot-kaynakça sistemi kullanılmalıdır.

(bkz. Atıf ve kaynakça yazım kılavuzu ve son sayısında çıkan makale örnekleri).

11. Yazıyla birlikte yazarın (veya yazarların) iletişim bilgileri (adı, unvanı, çalıştığı kurum, açık adresi, kolay ulaşım sağlanabilecek telefon numaraları, elektronik posta adresleri, ORCID ID vb.) editörlere ulaştırılmalıdır.

12. Yayına kabul edilen yazıların yazar(lar)ı tarafından “Etik Sorumluluk Beyanı Formu” doldurularak editörlere iletilmelidir.

Ayrıntılı bilgi için bkz., <http://insanveinsan.org/yayin-kosullari>

For “Publication Rules” in English, see, <http://insanveinsan.org/en/yayin-kosullari>

Yazım Kuralları

A4 Kağıt düzeni

Kenar boşlukları: Sol: 3,5 cm Sağ: 3,5 cm Üst: 2,5 cm Alt: 2,5 cm

Metin içi

Yazı tipi: Times New Roman

Punto büyüklüğü: 12 pt

Hizalama: İki yana yaslı

Paragraflarda girinti boşluğu: Sol: 0 pt Sağ: 0 pt Özel: Yok

Paragraf aralığı: Önce: 8 pt Sonra: 0 pt Satır aralığı: Tek

Alıntı paragraflarda girinti boşluğu: Sol: 30 pt Sağ: 0 pt Özel: Yok

Başlıklar

Yazı tipi biçimi: Koyu

Başlıklarda Yalnızca İlk Harfler Büyük olmalı (“ve”, “veya”, “ile” gibi bağlaçlar küçük harfle yazılmalıdır).

Yazı tipi: Times New Roman

Punto büyüklüğü: 12 pt

Paragraf girinti boşluğu: Sol: 0 pt Sağ: 0 pt Özel: Yok

Paragraf aralığı: Önce: 10 pt Sonra: 0 pt Satır aralığı: Tek

Başlık numaralandırma

Çalışmalar Öz, Giriş, Sonuç, Kaynakça dışında uygun sayıda (en az iki) alt başlık içermelidir. Öz, Abstract, Giriş, Başlık ve Alt Başlıklar, Sonuç ve Kaynakça için hiçbir numaralandırma kullanılmamalıdır. Başlık ve alt başlıklarda kelimelerin ilk harfleri büyük, bağlaçlar küçük olmalıdır ve tümü koyu olmalıdır.

Dipnotlar

Yazı tipi: Times New Roman

Punto büyüklüğü: 9 pt

Hizalama: İki yana yaslı

Paragraf girinti boşluğu: Sol: 0 pt Sağ: 0 pt Özel: Yok

Paragraf aralığı: Önce: 0 pt; Sonra: 0 pt; Satır aralığı: Tek

Kaynakça

Yazı tipi: Times New Roman

Punto büyüklüğü: 12 pt

Hizalama: İki yana yaslı

Paragraf girinti boşluğu: Sol: 0 pt Sağ: 0 pt Özel: Asılı (Değer: 0,7 cm)

Paragraf aralığı: Önce: 2 pt Sonra: 0 pt Satır aralığı: Tek

Tablo, Şekil, Grafik, Resim, Fotoğraf başlıkları

Yazı tipi biçimi: İtalik

Başlıklarda Yalnızca İlk Harfler Büyük olmalı (“ve”, “veya”, “ile” gibi bağlaçlar küçük harfle yazılmalıdır).

Yazı tipi: Times New Roman

Punto büyüklüğü: 12 pt

Paragraf girinti boşluğu: Sol: 0 pt Sağ: 0 pt Özel: Yok

Paragraf aralığı: Önce: 10 pt Sonra: 0 pt Satır aralığı: Tek

Tablo başlıkları tablonun üzerinde, Şekil, Grafik, Resim başlıkları ise şekil veya grafiklerin altında verilmelidir.

Tablo veya Grafikler aşağıdaki gibi numaralandırılmalıdır.

Tablo 1. Tablo Başlığı

Grafik 2. Grafik Başlığı

Tablo içerikleri

Tablolar (satır, sütun ve hücreler) düzenleme sırasında karışıklığa ve veri kaybına yol açmayacak şekilde hazırlanmış olmalıdır. Bu çerçevede, makalelerde kullanılan tablolar, Word belgenin dışında, ayrıca Excel dosya olarak gönderilmelidir. Tablolar resim formatında olmamalıdır.

Şekil veya grafikler

Şekil veya grafikler Word dosya dışında, ayrıca Excel dosya olarak gönderilmelidir.

Resimler

Resim formatında olan öğelerin çözünürlüğü yüksek olmalı; resim öğeleri Word dosyanın haricinde, ayrıca yüksek çözünürlüklü resim dosyası olarak gönderilmelidir (Çözünürlük en az 300 DPI olmalıdır).

Yazıma ve atıflara dair diğer hususlar

Kitap, Dergi, Ansiklopedi vb. eserlerin yazımında bu tür eserler tırnak içine alınmalı veya koyu yazılmamalıdır. Kitap gibi eserler genel yazım kurallarına göre italik yazılmalıdır.

Dipnot ve kaynakça için Chicago dipnot ve kaynakça sistemi kullanılmalıdır.

Atıf ve kaynakça yazım kılavuzu için bkz.

<http://insanveinsan.org/form/Dipnot-kaynakca-yontemi.pdf>

Ayrıca, atıf ve kaynakça örneği için son sayının makalelerini inceleyiniz.

