

Yakın Dönem Türkiye Araştırmaları Recent Period Turkish Studies

Araştırma Makalesi | Research Article

 Açık Erişim | Open Access

Batı Medyasının Türkiye Karşıtı Söylemi ve “Türkiye’de Yaşanmaz, Gidin Kendinizi Kurtarın!” Propagandası

The Anti-Türkiye Discourse in Western Media and the Propaganda of “Life in Türkiye is Unlivable - Save Yourself and Leave!”



Oğuzhan Bilgin¹  & Meryem Sarıköse² 

¹ Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Edebiyat Fakültesi/ Sosyoloji Bölümü, Ankara, Türkiye

² İstanbul Gelişim Üniversitesi, İktisadi, İdari ve Sosyal Bilimler Fakültesi, Sosyoloji Bölümü, İstanbul, Türkiye

Öz

Her metnin bir bağlamı, her söylemin bir özneliği, her iletişim biçiminin de bir stratejisi ve amacı bulunmaktadır. Bu amaç ve strateji, söylemin bağlamı ve içeriği söz konusu konvansiyonel medya ve bilhassa da devletlerin medya organları olduğu zaman hem daha somutlaşmakta hem de stratejik ve söylemsel analizi daha da önem kazanmaktadır. Propaganda sivil mecralarda görülebilirken, devlet medya organlarının yayınları bu kimliği daha belirgin taşıdığından propagandanın amacı ile stratejisinin analizi ayrı bir önem kazanır. Batı’nın birçok bakımdan en güçlü devletlerinin medya kurumlarının bir araya gelip Türkiye’ye dönük ve Türkçe yayın yapan DW Türkçe, +90 ve BBC News Türkçe kanallarını oluşturmaları kuşkusuz dikkate değerdir. Bu mecralarda Türkiye’de yaşamı umutsuz ve çaresiz gösteren anlatılar, Batı ile yaşanan dış politika gerilimleri bağlamında, meselenin yalnızca kültürel değil siyasi bir boyut taşıdığını göstermektedir. Bu çalışmada bahsi geçen mecralarda yapılan söz konusu videolar, içerik analizi tekniğiyle tartışılacaktır. Betimsel analizle mercek altına alınan bulgular tarihsel, politik bir bağlamda ele alınarak tartışılacak; konunun kültürel hegemonya tartışmalarına dair boyutu kapsam dâhiline alınacaktır.

Abstract

Every text has a context, every discourse carries subjectivity, and every form of communication embodies a strategy and a purpose. When it comes to conventional media - especially media outlets affiliated with states - these strategies and objectives become more concrete, making strategic and discursive analysis all the more essential. While propaganda can be observed in civilian platforms, the fact that state-affiliated media carry this identity more explicitly renders the analysis of their aims and strategies particularly significant. It is undoubtedly noteworthy that major media institutions from several of the most powerful Western countries have come together to produce Turkish-language content through platforms such as DW Türkçe, +90, and BBC News Türkçe, specifically targeting Türkiye. The narratives promoted through these platforms, which portray life in Türkiye as hopeless and desperate, indicate that the issue extends beyond the cultural domain and takes on a distinctly political dimension - especially in the context of foreign policy tensions between Türkiye and the West. This study analyzes the videos published on these platforms through content analysis. The findings, examined through descriptive analysis, will be discussed within a historical and political framework, and the study will also consider the implications of these narratives within the broader context of cultural hegemony debates.

Anahtar Kelimeler

Türk Karşıtı Propaganda • Türkiye Karşıtı Dezenformasyon • Beyaz Yakalı Göçü • Batı Kültürel Hegemonyası • Medya ve Dış Politika

Keywords

Anti-Turkish Propaganda • Disinformation Against Türkiye • white-collar Migration • Western Cultural Hegemony • Media and Foreign Policy



Atıf | Citation: Bilgin, Oğuzhan, Sarıköse, Meryem . "The Anti-Türkiye Discourse in Western Media and the Propaganda of “Life in Türkiye is Unlivable - Save Yourself and Leave!”" *Yakın Dönem Türkiye Araştırmaları–Recent Period Turkish Studies* 47 (2025): 29–49. <https://doi.org/10.26650/YTA2025-1657838>

 This work is licensed under Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License. 

 2025. Bilgin, O. & Sarıköse, M.

 Sorumlu Yazar | Corresponding author: Oğuzhan Bilgin oguzhan.bilgin@hbv.edu.tr



Extended Summary

Türkiye’s modernization experience has been predominantly shaped by the assumption that cultural Westernization is the primary path to progress. Elements within the cultural domain - including daily life practices, literature, music, and visual arts - illustrate that modernization has been closely associated with adopting Western norms. However, this alignment is not unidirectional; rather, it operates through a dynamic, reciprocal structure. On one side, the West asserts its cultural hegemony as an aspirational ideal, while on the other, local Westernist cultural elites internalize and propagate this ideal, thereby producing consent. This dual mechanism sustains a global hierarchy wherein the West occupies a superior position, relegating non-Western societies - including Türkiye - to subordinate roles, often reinforced through anti-Türkiye rhetoric.

The emergence of digital media, initially intended for information dissemination, has evolved into a potent instrument that shapes societal thought patterns, normalizes specific ideologies, and perpetuates Western cultural dominance. Through these platforms, anti-Türkiye discourse becomes institutionalized, serving to legitimize and sustain Western hegemony. These narratives, emanating both from within Türkiye and from international sources, contribute to the entrenchment of this ideological structure.

Notably, since 2015, Western media outlets have increasingly produced content targeting Turkish audiences. Among the most active platforms are Germany-based Deutsche Welle (DW) Türkçe, which launched on YouTube in 2011; +90, initiated under DW’s leadership in 2019; and BBC News Türkçe, operating from London since 2009. Selected through purposive sampling for this study, all three channels exhibit a consistent reliance on anti-Türkiye discourses. These narratives have transcended journalistic critique and function as instruments of propaganda. As such, representations of Türkiye are often distorted and detached from factual accuracy, reinforcing Western cultural hegemony through digital means.

The research employed content analysis, a qualitative research method. The most viewed and most liked videos from the selected channels were transcribed and coded using the MAQDA 2024 software. Based on the coding results, the themes of migration incentives, economic and cultural exclusion, and social stigma were identified. The analysis was subsequently conducted using a descriptive analysis approach aligned with these themes.

One of the key findings that emerged from this analysis is the emphasis on Türkiye’s economic conditions. The profiles featured in videos comparing the purchasing power of Turkish individuals living in Istanbul and those residing in Europe are particularly noteworthy. While participants based in Europe are typically white- or blue-collar workers, the Istanbul-based individuals are predominantly students or people not actively engaged in their professional fields. The portrayal appears to be strategically constructed to align with the intended target audience. For instance, conspicuous consumption practices are depicted to appeal to white-collar professionals considering migration, whereas such portrayals are absent in content directed at blue-collar workers.

The motivations for white-collar migration are framed around themes such as admiration for the West, economic hardship, uncertainty about the future, security concerns, feelings of loneliness, identity issues, and professional dissatisfaction. Western cities are depicted as offering high purchasing power, vibrant social life, and career fulfillment for white-collar professionals. In contrast, it is implied that these individuals cannot access such opportunities in Türkiye. While white-collar migrants are portrayed as becoming integrated with local populations in Western urban centers, blue-collar migrants are encouraged to move to the peripheries and maintain social ties primarily with other Turks. Property ownership is presented as a feasible goal for white-collar workers, whereas blue-collar workers are depicted as merely striving to sustain their basic livelihood.

Despite the distinct narratives tailored to each socio-economic group, both are shown to share a contradictory and emotionally charged sense of identity. Notably, members of both groups frequently report that being Turkish in the West is equated with foreignness and that exclusionary attitudes - rarely directed at other identities - are particularly directed toward Turkish identity. Simply being Turkish, regardless of one’s profession or circumstances, results in marginalization and alienation. Nevertheless, both groups express a preference for living in Europe over remaining in Türkiye, underscoring the pervasive influence of Western cultural hegemony.

In conclusion, this content analysis of the YouTube channels DW Türkçe, +90, and BBC News Türkçe reveals a consistent pattern of framing Türkiye in a negative light. These negative portrayals are often exaggerated or presented



as uniquely Turkish issues. As such, these channels contribute to the construction of a dichotomy that positions Türkiye in contrast to the perceived superiority of the West.



1. Batı Medyasının Türkiye Karşıtı Söylemi ve “Türkiye’de Yaşanmaz, Gidin Kendinizi Kurtarın!” Propagandası

“Fransa’yı yabancılar ya romanlarından ya film ve şarkılarından tanır ve yanlış tanır. Bu yanlışlık, hiç değilse bizim kuşağın aydınlarını Paris’lere gelip acı düş bozumları yaşamaya götürmüştür. Zira ne Paris Marcel Carne’nin filmleri sıra içimize çatılan puslu ve dargın şehirdir yalnız, ne de Quartier Latin kahvelerinde sabah akşam anarşistler ve ihtilalciler toplanıp tartışır. Galiba şöyle dersem, demek istediğimi daha kestirmeden anlatmış olacağım: Bizim gerçek İstanbul ile تنها Anadolu kasabalarının tozlu hanlarında destanlaşan İstanbul arasında ne ağır bir fark varsa, gerçek Paris’le dünyanın dört bir ucunda dolaşan rivayet Paris arasında o kadar ağır bir fark vardır”.¹

Türkiye’nin büyük bir imparatorluk kaybetmesi ve 19. Yüzyıldan itibaren yaşadığı modernleşme ve Batılılaşma süreçleri genel kanının aksine sadece tarih disiplininin konusu değildir. Türkler bir millet olarak kadim ve köklü bir medeniyet tarihine sahiptirler ancak son iki asırda yaşadığı deneyimler çeşitli siyasal ve kültürel travmalar yaratmıştır. Bu travmaların etkisi ise çeşitli biçimlerde taşınmakla birlikte aynı zamanda Türkiye’nin siyasal ve kültürel alanı için hem müdahale edilebilecek hem manipüle edilebilecek unsurlar olarak kullanılabilmektedir.

Türkiye’de imparatorluk kaybı yaşamanın yanı sıra imparatorluğun çöküşüne engel olma çabalarının bir neticesi olarak başlayan, akabinde rejim değiştirerek ayakta kalma uğraşının parçası biçiminde gündeme gelen modernleşme süreci kendine özgü bir seyir izlemiş ve tüm bu travmatik hadiseler kültürün ve kimliğin yeniden üretimi bakımından yaralı bir bilinç ortaya çıkarmıştır. Geleneksel toplumların, modernleşme süreciyle karşılaşmalarında açığa çıkan yaralı bilinç Shayegan tarafından bir çeşit kültürel şizofreni durumuyla açıklanmakta; Batı’nın modernleşme serüvenindeki izleklerle diğer toplumların bu serüvenle sonradan karşılaşması toplumsal çelişkiler meydana getirmektedir.² Türkiye’de ise bu sürecin en dikkat çekici yanı modernleşme deneyimine eklenen ve çoğu zaman da modernleşme süreçlerinin yerine geçen, doğrudan kültürel Batılılaşmanın hâkim paradigma olmasıdır. Modernleşmenin tek güzergâhının kültürel Batılılaşma olduğu varsayımı dahi temelde “çöküş” ve “mağlubiyet” travmasının bir sonucudur. Yaşanan travmanın en somut göstergesi pek çok alanda teknik, idari, bilimsel, ekonomi-politik bir modernleşmeden daha ziyade kültürel Batılılaşmanın hâkim olmasıyla Batı’nın kültürel hegemonyasına rıza gösterilmiş olmasıdır. Bu Batılılaşma süreci milleti millet yapan esas unsurlar arasında sayılabilecek bir kültür, değerler ve kimlik tartışmasına yol açmış ve belli tarihsel süreçler neticesinde hem bir kimlik hem özgüven bunalımına yol açmıştır. Keza tarih şuuru, dine bakış, toplumsal normlar, gelenekler, müzik, kıyafetler, alfabe, mimari, edebiyat, yaşam tarzı ve zihniyet gibi pek çok boyutuyla yaşanmış bu Batılılaşmanın olumsuz etki ettiği toplumsal alanların başında toplumsal özgüven gelmektedir.

Batı kültürel hegemonyası ve onu Türkiye’de yeniden üreten Batıcı kültürel elitlerin rıza üretimi Tanzimat Dönemi’nden günümüze değin edebiyat eserlerinden, politik tartışmalara ve entelektüel-akademik üretime kadar iz bırakmış, ele alınmış bir konudur. İmparatorluğun son yüzyılında yazılmış Araba Sevdası, Felatun Bey ve Rakım Efendi gibi birçok edebiyat eserinde anlatılan gündelik hayattan Türkiye’nin pek çok toplumsal, siyasal, kurumsal veya kültürel sorununu Türk milletinin kültürüne, dinine, millî tarihine, kimliğine ve geleneğine başka bir deyişle Türk milletinin varlığına bağlayarak açıklamaya çalışan oryantalist akademik ve entelektüel üretilere kadar travmatik özgüven sorununun etkileri görülebilmektedir.

¹ Attila İlhan, *Hangi Batı*, Bilgi Yayınevi, İstanbul, 1976, s.33.

² Daryush Shayegah, *Yaralı Bilinç: Geleneksel Toplumlarda Kültürel Şizofreni*, Metis Yayınları, İstanbul, 2002, s.97-98.

Türkiye karşıtı söylemin inşasında Türkiye içindeki söylemler ve göstergelerle benzer doğrultuda Türkiye dışından eklenilen söylem ve göstergeler özgüvensizlik hâlinin manipülatif bir araç olarak işlevselleştirildiği şeklinde okunabilmektedir. Propaganda tekniklerinde sıklıkla görüldüğü üzere birtakım olgulara atıf yapılarak hakikatin çarpıtılması, abartılması ve propagandanın hedefi olan kurum veya ülkenin olumlu yanlarının görülmez kılınması aksi istikamette olumsuz yanlarının ise sadece hedef alınan kurum veya ülkeye özgü olduğu algısının sunularak çarpık hakikat inşası stratejilerine sıklıkla rastlanmaktadır. Hem Türkiye içinde hem Türkiye dışında üretilen Türkiye karşıtı söylemde de bazı toplumsal, kurumsal veya politik sorunlardan bahsedilip bu sorunların abartılması, eğilip bükülmesi, sadece Türkiye’ye özgü gibi sunulması ve bu sorunların âdeta Türkiye’nin değiştirilemez kaderi gibi tasvir edilmesiyle uzun süredir karşılaşılmaktadır. Üstelik Türkiye’nin değişmez kaderiymiş gibi sunulan birçok sorunun aktarımında sorunun kökeni Türk milletinin kimliği, tarihi, kültürü ve inancı olarak sunulmakta bir başka deyişle bahsi geçen sorunların gündelik ve geçici sorunlar değil aksine yapısal sorunlar olduğu oryantalist bir dille vurgulanmaktadır.

Bu çalışmada Türkiye karşıtı söylemlerin Türkiye’nin birtakım sorunlarına atıf yapılarak oluşturulmasına dair süreçler +90, BBC News Türkçe ve DW Türkçe kanallarının YouTube içerikleri üzerinden analiz edilecektir. Çalışmada bahsi geçen kanalların yayınlarında yer verilen Türkiye’de yaşamının ne kadar olumsuz bir geleceğe sahip olmak anlamına geldiği, Türkiye Cumhuriyeti vatandaşlarının ne kadar ümitsiz bir durumda olduğu ancak Türkiye’den Batı ülkelerine göç etmenin ise ümitli bir geleceğe sahip olmakla eşdeğerliği söylemleri tartışmaya açılacaktır.

Amaç doğrultusunda +90, BBC News Türkçe ve DW Türkçe kanalları amaçlı örneklem yöntemiyle seçilmiştir. Kanallar Batı medyasının kültürel hegemonyasının temsil gücü yüksek olması, izlenme-beğenme oranlarının yüksekliği, bahsi geçen söylem ve ideolojiler çerçevesinde yürütülmesi unsurları göz önünde bulundurularak belirlenmiştir. Zira +90 ve DW Türkçe kanallarının merkezi Almanya, BBC News Türkçe kanalının merkezi ise İngiltere olarak karşımıza çıkmaktadır. +90 Kanalının çarpıcı tarafı da Alman Devlet Kanalı DW öncülüğünde Fransız Devlet Kanalı F24, İngiliz Devlet Kanalı BBC ve Amerikan Devlet kanalı VOA desteğinde kurulmuş bir ortak mecra olmasıdır.

Kanallarda yer alan Türkiye’nin gündelik yaşamını, politik sahnesini, kültürel ve ekonomik alanlarını içerik malzemesi haline getirmiş videolar seçilmiş; videolara ait söylemler transkripte dönüştürülmüş, MAXQDA 2024 programına aktarılmasının ardından kodlanarak temalara ulaşılmıştır. Nitel araştırma yöntemlerinden biri olan içerik analizi tekniğiyle yürütülen çalışmada, Türkiye karşıtı söylemler bahsi geçen videolar aracılığıyla açığa çıkartmak hedeflenmiştir.

1.1. Türkiye Karşıtı Söylem-Dış Politika İlişkisi ve Propaganda

Geçmişten günümüze propaganda söylemlerine bakıldığında propagandanın başarısının gerçeklik algısı yaratabilmesiyle doğru orantılı ilerlediği görülmektedir. Gerçeklik algısı yaratmak için bazı olumsuzluklara atıf yapılarak bu olumsuzlukların üzerine inşa edilen manipülatif bir anlatının nihai bir amaca matuf olduğu görülür. Bu bakımdan hakkında olumsuz söylemin inşa edileceği ülkeye dair ortaya çıkan propaganda ve dezenformasyon süreçleri hedef ülkenin yaşadığı politik, toplumsal ve ekonomik süreçlerle doğrudan ilişkili olmak zorundadır. Nitekim üretilen içerikler de bu süreçlere adapte edilerek ve bu süreçlere dair bazı bilgileri kullanıp manipüle ederek oluşturulan metinler olarak ortaya çıkmaktadır.

İlk çağlardan beri kurumlar, toplumsal hareketler veya devletler arasındaki mücadele alanlarından birini propaganda mücadelesi oluşturur. Milattan önceki tarihlerde yazdığı “Savaş Sanatı” başlıklı kitabında Sun Tzu propaganda mücadelesini “*hasım olunan ülkeler içerisinde iyi olan şeyleri gözden düşürünüz. Onların liderlerinin başarılarını küçük göstererek şöhretlerine gölge düşürünüz. Böylece kendi halkının liderlerini hor görmesini sağlayınız... Düşman halkın kendi içerisinde olan uyuşmazlık ve kavgalarını yayınız. Onların*

geleneklerini gülünç hale getiriniz” biçiminde ifade etmiştir.³ Benzer doğrultuda Labin en temelde propagandanın iki amacı olduğunu belirtmektedir. Amaçlardan ilki etki altına alınmış bireylerin fikirlerini tahkim etmek, ikincisi ise etki altına alınmamış bireylerin fikirlerini dönüştürmektir.⁴

Yumuşak güç kavramını literatüre eklemesiyle tanınan Joseph Nye “Bound to Lead: The Changing Nature of American Power” başlıklı kitabında⁵ devletlerin kültür, ideoloji ve enformasyon yoluyla cezbetme stratejilerine değinmektedir. Bu stratejilerin “keskin güç” (sharp power) olarak kavramsallaştırılan, hedef toplumların iç istikrarını ve yapılarını manipüle eden bir dönüşüm yaşadığını vurgulamaktadır⁶. Benzer doğrultuda Edward Herman ve Noam Chomsky “Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media”⁷ başlıklı çalışmalarında iktidarın medyayı nasıl araç haline getirdiğini sistematik olarak inceler.

Propagandanın devreye girişi ise inşa edilen güveni aşındırarak toplumları kimlik karmaşasına sürüklemektedir.⁸ Kimlik karmaşalarına ek olarak bilhassa dış kaynaklı propagandalar, bu mekanizmaları kullanarak bireyleri çözümsüzlük hissine mahkûm etmeyi hedeflemektedir.⁹

Batı’da üretilen Türkiye karşıtı söylemin tarihi uzun asırlara dayanmasına karşın Batı’nın Türkiye ile kurduğu ilişkilere ve yaşadığı çelişkilere göre yoğunluğu değişmektedir. Haçlı Seferleri’nden Türk İmparatorluğu’nun son asırlarına kadar üretilen “barbar, canavar, işgalci” Türk imajının yerini İmparatorluğun son asırlarında “hasta adam, geri kalmışlık, kadınlara baskı, Asya despotizmi” gibi söylemler almıştır. Benzeri bir Türkiye karşıtı söylemin bir iletişim mücadelesinin aracı yapıldığı ve I. Dünya Savaşı’nda doğrudan bir propaganda saldırısına dönüştüğüne dair örnekleri bulunmaktadır. Bu dönemde hem Batı medyasında, kültürel ve politik söyleminde hem de bizzat İngiliz uçaklarından atılan propaganda bildirilerine kadar propaganda saldırısının izleri sürülebilmektedir. Benzer doğrultuda Arnold Toynbee’nin I. Dünya Savaşı sırasında James Bryce’la birlikte yazdığı “The Treatment of Armenians in the Ottoman Empire 1915-1916 (The Blue Book)” başlıklı kitap sahte belgelerle gerçekliği çarpıtarak Türk karşıtlığını Ermeniler üzerinden işleyerek bir propaganda oluşturmuş ancak II. Dünya Savaşı’ndan sonra bu kitabın İngiliz devlet politikasının bir propaganda ürünü olarak meydana getirildiğini açıkça itiraf etmiştir.¹⁰

Buna karşılık dönemin Başkomutan Vekili Enver Paşa’nın yaptırdığı ve aynı zamanda da Türk sinemasının ilk filmi sayılan “*Ayestefanos’taki Rus Abidesinin Yıkılışı*” filmi millî iletişim mücadelesinin ilk örneklerindendir. Rus ordusunun Yeşilköy’e kadar gelip silah zoruyla önceki dönemde yaptırdığı abidenin Türk topçusu tarafından yıkılması filme alınmış, yurt çapında büyük bir psikolojik millî direnç oluşturulmuştur.¹¹ Benzeri bir iletişim mücadelesi Millî Mücadele Dönemi’nde de yaşanmıştır. İngilizlerin ve Yunanların propagandalarına karşı Millî Mücadelenin lideri Mustafa Kemal Paşa sadece Meclis’i ve orduyu yönetmemekte, aynı zamanda çıkardığı ilk olarak Sivas Kongresi günlerinde çıkartılan İrade-i Milliye Gazetesi ardından Hâkimiyet-i Milliye Gazetesi, 1920’de diğer devletlerin propagandalarının önünü kesmek amacıyla Anadolu Ajansı’nın kurulması faaliyetleriyle aslında Millî Mücadele’nin ideoloji ve iletişim boyutunu yönetmektedir.

³Oğuz Kalelioğlu, *İşte Gerçek Psikolojik Harp ve Kumpasların İçyüzü*, Hipokrat Kitabevi, Ankara, 2018, s.5.

⁴Suzanne Labin, *Komünist Propaganda Taktikleri*, Altınok Matbaası, Ankara, 1976, s.10.

⁵Joseph S. Nye, *Bound to Lead: The Changing Nature of American Power*, Basic Books, New York, 1990.

⁶Christopher Walker-Jessica Ludwig, From 'Soft Power' to 'Sharp Power': Rising Authoritarian Influence in the Democratic World, National Endowment For Democracy, Washington, 2017.

⁷Edward S.Herman-Noam Chomsky, *Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media*, Pantheon Books, New York, 1988.

⁸Mary Kaldor, “In Defence of New Wars”, *Stability, International Journal of Security and Development*, cilt 2, sayı 1, 2013, s.1-16.

⁹Martin Elias Peter Seligman, “Learned Helplessness”, *Annual Review of Medicine*, cilt 23, 1972, s. 407-412.

¹⁰Arnold Toynbee, *Hatıralar: Tecrübelerim*, Klasik Yayınları, İstanbul, 2005, s.175.

¹¹Oğuzhan Bilgin, “Küresel Kültürel Hegemonya Mücadeleleri Bağlamında Türk Sineması ve Türkiye Temsilleri”, *Türk Sineması: Türkiye’nin Yumuşak Gücü*, ed. Oğuzhan Bilgin-Öner Buçukçu, Diplomasi Vakfı Yayınları, İstanbul, 2023, s.8-9.

Cumhuriyet döneminde de zaman zaman artış göstermiş olan Türkiye karşıtı propagandanın izleri Soğuk Savaş döneminde Türkiye Batı kampında yer almak durumunda olduğu için nispi bir azalış seyri gösterse de bu dönemde bile Lawrence of Arabia veya Midnight Express vb. Hollywood yapımı Türkiye karşıtı sinema filmlerine, medya dezenformasyonuna denk geldiği görülmüştür.¹² ABD’nin küresel hegemonyasında Hollywood’un nasıl bir yer teşkil ettiğini, yeri geldiğinde füzelerinden daha etkili bir silaha dönüştürebildiği iyi bilinmektedir.

Devletlerin başka halklar üzerinde medya, kültür, entelijansiya, ideoloji, bilim, edebiyat, sinema ve popüler kültürün alanları üzerinden yarattığı etki başka bir ifadeyle Joseph Nye’in kavramıyla yumuşak gücü devletler arası mücadelede önemli bir mücadele alanıdır. Bu yumuşak güç mücadelesinde doğrudan yapılan propaganda tekniklerinin yanı sıra dolaylı ve sofistike yollardan ve daha çok kültürel veya ideolojik üretim üzerinden yapılan propaganda biçimleri yer almaktadır.

Soğuk Savaş’ta Hollywood’un nasıl etkili bir silaha dönüştüğü genel kabul gören bir anlayıştır. Öyle ki Hollywood filmleri aracılığıyla diğer ülkelerin hayranlık uyandırılması, ABD’ye karşı sorumluluk bilincinin yerleşmesi hedeflenmiş ve böylece ABD’nin uluslararası politik gayeleri meşrulaştırılmıştır.¹³ Benzer doğrultuda ABD medyasının Irak ve Afganistan’ın işgalinde ve yine bugün İsrail’in Gazze’de sürdürdüğü katliamlarda başat rollerden birini oynadığını söylemek mümkündür. Soğuk Savaş’ın bitişinin ardından Türkiye’nin Batı’nın uluslararası politik ekseninden çıkma iradesini uzun süre gösterememiş olması Türkiye karşıtı söylemi engelleyememesine rağmen yoğunluğunun dikkate değer bir artışa sebep olmamasını beraberinde getirmiştir. Bu dönemdeki Türkiye karşıtı söylemin esasını Ermeni ve Rum lobileri eksensli bir söylemin veya PKK’yi meşrulaştırma amacı taşıyan bir söylemin üretimi teşkil etmiştir.

Türkiye karşıtı söylemin dikkate değer bir artış göstermesinin ilk işaretleri 11 Eylül 2001 terör saldırıları ile artan İslam karşıtlığının etkisiyle verilmiş olmasına karşın temelde Türkiye’nin dış politikada Batı’ya karşı daha meydan okuyucu ve bağımsızlıkçı bir dile sahip olmaya başladığı 2010’larla birlikte görünür hale geldiği söylenebilir. Zira 11 Eylül saldırıları, açığa çıkan yeni kaotik düzene bahsi geçen güçlerin medya, insan hakları örgütleri, uluslararası mahkemeler gibi yeni aktörleri bünyesine eklemlediği bir döneme tekabül etmektedir.¹⁴ Nitekim ABD ile Avrupa sinema ve dizi sektörlerinde artan Türkiye karşıtı öğelerle birlikte Batı medyasında artan Türkiye karşıtı söylemin etkisi Türk dış politikasının hem ABD hem Avrupa ülkeleri hem de İsrail ile yaşadığı gerilimlerin arttığı bir döneme denk gelmektedir.¹⁵ Türkiye’nin askeri vesayeti gerilettiği dahası 15 Temmuz 2016’da bir askeri darbeyi bizzat sivillerin öncülüğünde engellediği bir süreçte Türkiye’yi otoriterleşme, anti-demokratikleşme, baskıcılık gibi iddialar üzerinden hem dünyada hem de Türkiye içine yönelik yayınlarıyla itibarsızlaştırmaya çalışan bir Batı medyası dili baskın hâle gelmiştir.

15 Temmuz Darbe girişimine ek olarak Türkiye’nin pek çok terör örgütüyle hem kendi sınırları içinde hem de kendi sınırları dışında sürdürdüğü mücadele Türkiye’nin ABD başta olmak üzere Batı’da yer alan pek çok devletle yoğun gerilimler yaşadığı, ambargolara ve yaptırımlara maruz kaldığı bir dönemi ortaya çıkarmıştır. Türkiye’nin millî güvenliğini sağlamaya dönük mücadelesine karşı bir cevap olarak başta ABD olmak üzere Batılı devletlerin yaptırımları ve ambargoları devreye sokulmuş; ABD Başkanı Trump’ın Türk lirasına dönük ilan ettiği “ekonomik savaş”ın da etkisiyle Türkiye’nin geçmişten gelen bazı yapısal ekonomik sorunları gündelik hayatı etkileyecek boyutlara ulaşmıştır. Bu da ileride bahsedileceği üzere “Türkiye’de yaşanmaz” kampanyasının ekonomi ile ilgili boyutlarının temel argümanlarından biri olarak manipüle edil-

¹²Öğuzhan Bilgin, *Küresel Kültürel Hegemonya Mücadeleleri Bağlamında Türk Sineması...*, s.20.

¹³Latif Pınar, “Amerika Birleşik Devletleri’nin Yumuşak Gücü ve Hollywood”, *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 2017, Cilt 6, Sayı 1, s.253-274.

¹⁴İbrahim Kalın, “Soft Power and Public Diplomacy in Turkey”, *Perceptions*, Cilt 16, Sayı 3, s.5-23.

¹⁵Öğuzhan Bilgin, “ABD ve Avrupa Sinema Filmleri ile Televizyon Dizilerindeki Türk Karşıtı Manipülasyonlar”, *Toplumlar Arası İletişimde Yeni Dönem: Enformasyon Savaşından Dezenformasyon Savaşına*, ed. Fahrettin Altun, Paradigma Yayınları, İstanbul, 2023, s.70-71.

erek kullanılacaktır. Öte yandan Türkiye’nin FETÖ ve PKK terör örgütleri mensuplarına dönük mücadeleleri de yine aynı merkezlerde “otoriterlik, insan hakları ve özgürlükleri ihlali” gibi söylemlerle yıpratılmaya çalışılmıştır.

İşte tam da böyle bir konjonktürde 2019 yılında Batılı devletlerin medyalarının Türkiye özelinde yeni bir stratejiye geçtiği görülmüştür. ABD devletinin yayın organı Voice of America, İngiliz devletinin yayın organı BBC, Fransız devletinin yayın organı France 24 ve Alman devletinin yayın organı olan Deutzhche Welle daha önce dünyada başka hiçbir ülke için ve başka hiçbir dilde yapmadıkları bir strateji izlediler. Bu dört büyük Batılı devletin medya kurumu 2019’da bir araya gelerek +90 adı altında sadece Türkçe yayın yapan, Türkiye ile ilişkili konuları işleyen ortak bir dijital kanal kurdular. Dahası aynı zaman diliminden itibaren BBC News Türkçe, DW Türkçe kanalları da benzer hedefler ve benzer ideolojilerle içerik üretmeye devam etmiştir. Bu hem medya tarihi hem de politik propaganda tarihi hem de konjonktür itibarıyla çok dikkat çekici bir gelişmedir.

1.2. Türkiye Karşıtı Söylemin Kültürel, Toplumsal ve Politik Dinamikleri

Batı’nın dünyada güçlü, hâkim, baskın, belirleyici bir konuma gelişinin tarihsel olarak somutlaştığı dönem sömürgecilik dönemidir. Batı, Batı-dışı toplumları sömürgeleştirmeye başlayarak dünyadaki gücünü arttırmış ve bu süreçte geniş çaplı bir servet transferi yaşanmıştır. Bu servet transferi hem bir yanıla burjuvazinin toplumsal ve siyasal iktidarı inşa etmeye başladığı bir sürece hem de bir yandan modern, endüstriyel Batı’yı ortaya çıkaracak tarihsel dönüşümlere zemin hazırlamıştır. Genel kanının aksine Batı’nın Batı-dışı dünyayı sömürgeleştirmesi sadece ekonomik veya askeri yöntemlerin ve süreçlerin izlendiği bir dönem olmamış, tüm bunlara eklenen kültürel bir hegemonyanın inşası ile sürdürülmüştür. Bu doğrultuda Batı, sömürgelerinde kendi üstünlüğünü normlarıyla, değerleriyle, bilgi biçimleriyle, diliyle, edebiyatıyla, ideolojisiyle, gündelik hayat tarzıyla ve kültürün tüm araçlarıyla meşrulaştırmış, yeniden üretmiştir. Böylece sömürgeleştirilmiş “yerli” halkların rızasını kazanarak kabul ettirirken bir hegemonya inşa etmiştir. Batı’ya dair ne varsa onun üstün, medeni, ilerlemenin tek yolu olarak kabul ettirildiği bu ikna süreci zorlayıcı şartların yanı sıra toplumsal rızanın manipülasyonu da gerçekleştirmiştir.¹⁶ Bu noktada kültürel, akademik, medyatik, entelektüel, sanatsal ve ideolojik pek çok mecra Batı kültürel hegemonyasının inşası ve yeniden inşası için aracı rol oynamıştır.

Batı’nın Batı dışı toplumlarla kurduğu ilişki esasında bir özne-nesne ilişkisidir ve bu bir hiyerarşiye dayanmaktadır. Dili, söylemi, kriterleri, normları belirleyen bir söylem ve tanımlama üstünlüğü Batı-dışı toplumların kendilerini Batılılar gibi olmak zorunda hissedecekleri, öyle olmak için çaba göstermeleri gerektiğini varsayan bir zihniyet ve kimlik sorununu ortaya çıkarmıştır.

Tüm hegemonya inşa süreçlerinin felsefeden edebiyata, teolojiden bilime, popüler kültürden gündelik hayata kadar gerçekleştiğine dair çok fazla örnek verilebilir. Katolik ilahiyatçıların Amerikan yerlilerinin 16. Yüzyılda insan olup olmadıklarını tartıştıkları bir süreç¹⁷ ardından pek çok “bilimsel” mecra, antropolojinin ortaya çıkışında, sosyal darwinizm tartışmalarında kendisini göstermiş; Shakespeare’in Caliban’ı, Defoe’nin Robenson Crusoe romanındaki Cuma karakteri üzerinden özne-nesne hiyerarşisi edebiyata taşınmış, Rousseau’nun “asil vahşi” tasvirleri yaygınlık kazanmıştır.

Batı, bu kültürel hegemonyayı kolonileştirdiği Batı-dışı toplumlar üzerinde inşa ederek kendisine de “medeniyeti, ilerlemeyi ve moderniteyi yayma, Asyatik otoriterliğe karşı özgürlüğü, self-determinasyon hakkını ve insan haklarını getirme” misyonları atfederek sömürgeciliği meşrulaştırıyor ve üstenciliği, ırkçılığı,

¹⁶Oğuzhan Bilgin, “Türkiye’de Kültürel Hegemonya”, *Kültürel İktidar*, ed. Oğuzhan Bilgin, Diplomasi Vakfı Yayınları, İstanbul, 2020, s. 7-8.

¹⁷Tzvetan Todorov, *The Conquest of America: The Question of the Other Softcover*, Harper&Row Publishers, New York, 1992.

sosyal Darwinizmi, pozitivistliği ve toplum mühendisliğini harekete geçiriyordu.¹⁸ Bu durum Batı’nın “büyük öteki” rolü oynayarak özne konumunu alması, bir üst kültürel otorite konumuna kendisini yerleştirmesi ve Batı-dışı toplumlara norm dikte etmesi anlamına geliyordu.¹⁹ Ancak Batı bunu sadece kendi kültür unsurlarıyla yapmayacak, kendi kültürel hegemonyasını Batı-dışı toplumlarda yeniden üretecek “yerli” Batıcı elitlerle çalışacaktı. Cyril Black’in modernleşme sürecinde başat unsurlardan biri olarak kabul ettiği bu yerli elitler, modernleşme ajanları olarak tanımlanmakta; bu ajanlar modernleşmede itici güç işlevi görmektedir.²⁰ Bu yeniden üretim sürecinde büyük oranda başarılı olunduğunu söylemek mümkündür. Zira sömürge sonrası dönemde ülkeler resmîyetle bağımsız olmalarına karşın Batı vesayetinden çıkmakta zorluklarla karşılaşmıştır.

Gramsci’ye göre kültür; toplumsal, siyasal ve ekonomik hegemonyanın oluşumunda rızanın üretildiği, bu üretim için de eğitim yoluyla hegemonyaya rıza gösterecek insan tipinin oluşturulduğu bir alandır; bu yüzden ikna edici, cazip ve popüler olması normaldir.²¹ Bu bağlamda da tarih boyu hiçbir zaman sömürge olmamasına, bağımsız bir devlet sahibi bulunmasına rağmen Türkiye’de Tanzimat’tan günümüze Batı’nın sadece bilimsel, teknik, kurumsal ve ekonomik üstünlüğünü değil, aynı zamanda kültürel ve hatta ontolojik-bedensel üstünlüğünü kabul eden varsayımların söylem hakimiyeti görülmüştür. Eğitimli zümrelerinden eğitimsizine kadar ‘Türk gibi olmak’, ‘alaturka’ gibi terimler genelde aşağılama için kullanılırken benzer bir şekilde İslamiyet’i çağrıştıran öğeler de ‘geri kafalılık’ veya ‘cehalet’le eş değer tutulmuştur.

Sömürgecilik sonrası dönemde de modern Batı kültürel hegemonyası hem medya hem entelejansiya hem akademya hem popüler kültür hem de kültür endüstrisinin tüm mecralarında ekonomik ve siyasal gücünü hem kullandığı hem de güç devşirdiği bir alan olarak pek çok Batı-dışı toplumda devam etmiştir. Hem Batı devletlerine hem de onunla paralel olarak Batı kapitalizmine dayanan bir kültür endüstrisi bu noktada önemli bir işlev görmüştür. “Kültür endüstrisinin tümcul etkisi (...) Aydınlanmanın, yani doğanın teknik olarak giderek tahakküm altına alınmasının, kitlesel aldatma hâline geldiği ve bilinci kitleme aracına dönüştüğü bir aydınlatma karşıtlığıdır”.²² Kültür alanında hegemonyanın kendisine rıza üretmesinin arkasında bir yandan kültür endüstrisi pay sahibiyken bir yandan da Batı hegemonyasındaki “bilim zihniyeti” de önemli bir pay sahibi olmuştur. “Bu bağlamda hem günlük yaşamda hem de sosyal bilimlerde “ikna”, “propaganda” ve “retorik” gibi sözcüklerin birbirinin yerine kullanılması tesadüf değildir. Her biri, insanları etkilemek ve düşünce yapılarını değiştirmek için vardır ve bu amaçla iletileri yönlendirerek onların duygularını harekete geçirme ve belki de onları şüphe, belirsizlik ve ikilemde bırakma işlevini görürler”.²³

Sömürgecilik döneminden bugüne Batı kültürel üretiminin ve iletişim mecralarının kullandığı dilde önemli oranda oryantalist söyleme denk gelmektedir. Oryantalizm strateji bakımından esnek, konumsal bir üstünlüğe dayanır, bu da Batıyı, kontrolü elden kaybetmeyecek şekilde, Doğu ile mümkün olabilecek pek çok ilişki içine sokar.²⁴ Oryantalist fikirlerin neticesi Doğu’yu doğulaştırmak, Batı’yı Batılaştırmaktır başka bir ifadeyle indirgemeci ve tahakküm içeren bir özne-nesne hiyerarşisini söylem üzerinden kurmaktır.²⁵

¹⁸Alexander Kiossev, “The Self-Colonizing Metaphor”, *Cultural Aspects of the Modernisation Process*, 1995.

¹⁹Edward Wadie Said, *Orientalism*, New York, Pantheon Books, 1978, s.23.

²⁰Cyril Black, *Çağdaşlaşmanın İtici Güçleri*, V Yayınları, Ankara, 1989, s.27.

²¹Anthony Giddens, *Selections from the Prison Notebooks of Antonio Gramsci*, ed. Quintin Hoare-Geoffrey Nowell Smith, International Publishers, New York, 1971, s. 376-377.

²²Theodor Ludwig Wiesengrund-Adorno, *Kültür Endüstrisini Yeniden Düşünmek Kitle İletişim Kuramları*, Ütopya Yayınevi, Ankara, 2010.

²³Billur Ülger, *İdeoloji Kavramının Tarihsel Arka Planı Çerçevesinde Bir Değerlendirme*, *Propaganda: Algı, İdeoloji ve Toplum İnşasına Dair İncelemeler*, ed. Gürdal Ülger, Beta Yayınevi, İstanbul, 2015, s.30.

²⁴Edward Wadie Said, *Orientalism...*, s.7.

²⁵Edward Wadie Said, *Orientalism...*, s.47.

Bu Batı medya mecralarının Batı-dışı toplumlara, Müslüman ülkelere ve dikkat çekici bir şekilde Türkiye’ye dönük inşa ettiği söylemde de dikkati çekmektedir. Hollywood filmlerinde geri kalmış ülkelere geçen hikâyeler için kullanılan sarı-filtre²⁶ uygulamasına benzer bir oryantalist filtre hemen yürürlüğe sokulmakta ve söz konusu Türkiye olduğunda geri kalmışlık, otoriterlik, liyakatsizlik, barbarlık, şiddet eğilimi, aile baskısı, kadınlara yapılan ayrımcılık, demokratikleşememe, devlet baskısı ve suç oranları gibi birtakım peşin hüküm kalıplar sıralanmaktadır. Bu sorunların bazılarının belli ölçülerde Türkiye’de olup olmaması konusu bu noktada tali kalmakta, bu söylemin propaganda niteliğini ve propagandanın bir amaca matuf üretildiği gerçeğini ortadan kaldırmamaktadır.

Propaganda gerçeğin bir kısmının kullanılması ve onun üzerine manipülatif bir söylemin inşası biçiminde üretilmektedir. Yine de bazı sorunların sadece Türkiye’de varmış ve Batı’da hiç yokmuş gibi sunulması, Türkiye’nin cehennem Batı’nın ise cennetmiş gibi anlatılması ve bu hükümler üzerinden “Türkiye’de yaşanmaz”, “Türkiye’den gidin, kendinizi kurtarın” vb. kampanyaların bel kemiğini oluşturmaktadır. Daha önce değinildiği üzere bu Türkiye ve Türklerle ilgili asırlar boyunca Batı’da oluşturulmuş ve Batı istilalarını meşrulaştırma işlevini gören söylemle bugünkü Türkiye karşıtı propagandalar bir devamlılık göstermekte, Türkiye ile ilgili oryantalist tasvirler imparatorluk döneminde Batılı ressamlar tarafından resmedilen Harem tablolarından beri benzer öğeleri içermektedir.

Bugün Batı medyasında genel olarak Türkiye karşıtlığının artmış olması Türkiye’nin Batı ile politik olarak yaşadığı çelişkiler, Batı uzantısı olan İsrail, Yunanistan, Ermenistan gibi devletlerle olan gerilimleri ve Batı’nın vekil unsurları gibi kullandığı PKK ve FETÖ gibi terör örgütleri ile yaptığı mücadelenin yansıması olduğu kadar Türkiye’nin bölgesinde ve dünyada artan ağırlığı ve meydan okumalarına da verilmiş cevaptır.

İşte bu nedenle +90 dijital kanalının paydaşı olan Batı’nın en büyük dört ülkesinin devlet kanalları aslında Batı’nın Türkiye’ye dönük ortak propaganda dilini, söylem inşasını ve yumuşak güç mücadelesini temsil etmesi bakımından önemlidir. Zaten bu nedenle de “Türkiye’de yaşanmaz” temalı içerik üretimlerinin niteliksel ağırlığı bu kanalın yayınları için ipucu verdiği gibi fazlasıyla incelenmeyi hak etmektedir.

1.3. “Türkiye’de Yaşanmaz, Gidin ve Kendinizi Kurtarın!”

Türkiye, ilk kısımlarda da anlatılan tarihsel süreçler, ekonomik ve politik istikrarsızlıklar ve geri kalmışlık gibi aksaklıklar nedeniyle İmparatorluğun son yıllarından itibaren dönem dönem göç vermiş bir ülkedir. Özellikle II. Dünya Savaşı sonrasında Avrupa sanayisinin ihtiyaç duyduğu işgücünü karşılamak üzere başta Almanya olmak üzere Avrupalı devletlerin talepleri ile başlayan bir işçi göçü yaşanmıştır. O dönem Türkiye de henüz sanayileşme bakımından geri kalmış bir ülke olduğu için bu göçlerin itici ve çekici faktörler bakımından zemini de bulunuyordu. Bugün Avrupa’daki Türk diasporasının hikâyesi böyle başlamış, birkaç nesildir Avrupa’da bulunan Avrupa Türkleri Avrupa’daki ekonomik, politik, toplumsal hayata çeşitli derecelerde entegre olmuş; lâkin, büyük oranda da Müslüman- Türk kimliğini ve Türkiye ile olan bağlantılarını güçlü tutmaya devam ettirmişlerdir. Yani asimile olmamışlar, her türlü Türk karşıtı söyleme ve ayrımcılığa rağmen kimliklerinden feragat etmemişler, önemli oranda canlı tutmuşlardır.

Son yıllarda Avrupalı devletler göç politikalarında kısıtlayıcı bir sürece geçmiş, göçmen ve yabancı karşıtlığı Avrupa siyasetinin önemli bir belirleyicisi olmaya başlamıştır. Hatta göçü bir kenara koyduğumuzda, turist olarak gelecek Türk vatandaşlarına bile çeşitli zorluklar çıkarılmakta, vize politikaları sıkılaştırılmaktadır. Bunların yanında özellikle yüksek eğitilmiş ve yüksek nitelikli, beyaz yakalıların göçüne,

²⁶Sinemada sarı filtreler, yalnızca öteki imajı kurgulanmak istenen Doğu ve Doğulu için uygulanmaktadır. Batı medeniyetleri canlı renklerle yansıtılırken, Doğu medeniyetleri sarı renklerle görselleştirilmekte böylece renkler aracılığıyla hayali hiyerarşik düzen temsil edilmektedir. Bu filtreyle gösterilen Doğu için ekrandan aktarılan esas mesaj geride kalmışlık, modernleşmemişlik, sefalet vb. olumsuz anlamlarla tekabül etmektedir. Bkz. Jeremy Ullmann, “Yellow filter: A cinematic technique or pushing stereotypes?”, (Çevrimiçi), <https://www.media-diversity.org/yellow-filter-a-cinematic-technique-or-pushing-stereotypes/>, 20 Mart 2025.

“beyin göçü” olarak tanımlanan göç türüne belli oranlarda rastlanmaya devam edilmektedir. Bunun arkasında birtakım ekonomik gerekçeler rol oynamakla birlikte aslında doğrudan ekonomik gerekçelerle açıklanamayan diğer bölümlerde de atıf yapılan propagandaların ve Batı kültürel hegemonyasının etkisiyle tetiklenmeye çalışılan bir göç de bulunmaktadır. Kendi niteliğinin altında işler yapmanın, Türkiye’deki sosyo-ekonomik şartlarının altında yaşamının bile Türkiye’de yaşamaktan daha büyük mutluluk getireceğine dair propagandaların etki gösterdiği olduğu belli bir kesim de bulunmaktadır. Literatürde “beyin israfı” olarak geçen yani nitelikli göçmenlerin niteliksiz işlerde istihdam edilmesi gibi bir durum bu kesimlerle ilgilidir.²⁷ Hem yabancılara ve bilhassa da Türklere dönük ayrımcılıklar hem de başka bir ülkede olmanın, başka bir dilde iş yapmanın ve o ülkeye dair mesleki- sosyal tecrübenin eksikliğinin bu sonucu getirdiği düşünülebilir. Dahası artık Türkiye de artık eski Türkiye değil, göç veren değil, göç alan bir ülke konumuna gelmiştir. Türkiye’nin pek çok insani kalkınma ve gelişmişlik seviyesi göstergesi 1960’ların veya 1970’lerin Türkiye’sine göre çok daha üst seviyelerdedir.

Bağımlılık kuramına göre dünyada artık uluslararası işgücü bulunmaktadır ve merkez, yarı-çevre ve çevre ülkeleri arasında işgücü hareketliliği ekonomik gelişmişlik ve bağımlılık mücadelelerine göre gerçekleşmektedir (Wallerstein, 1974). Bu merkez, yarı-çevre ve çevre hiyerarşisinde Çin, Türkiye, Rusya, Endonezya, Singapur gibi yükselen aktörler bulunduğu için on yıllar önce ülkeleri kategorize etmek için yapılmış varsayımların revize edilmesi, göç hareketliliğinin de buna göre tekrar düşünülmesi gerekir.

Tüm bunların yanı sıra sonraki bölümlerde tahlil edileceği üzere Türkiye sanki hiç değişmemiş, gelişmemiş ve hatta daha da geriye gitmiş gibi bir propagandanın hiçbir sosyo-ekonomik veya politik parametre ile ilgisi bulunmadığı gibi, tarihsel olarak da yanlışlanabilir bir durumdur. Bu Türkiye’nin birçok sorunu, geliştirmesi gereken konuları olmadığı anlamına gelmeyeceği gibi bu söylemin bir propaganda olduğu gerçeğini de değiştirmez. Bu noktada aslında Türkiye’deki beyaz-yakalıları, mühendisleri, doktorlara dönük propaganda dillerinin birbiriyle farklılaştığı gibi, düşük nitelikli işgücüne veya gençlere dönük propagandanın da farklılaştığı görülmektedir. Göçmenlik, çalışma izinleri, oturma izinleri ve hatta vize politikalarının bu kadar sıkılaştığı bir Avrupa ve ABD konjonktüründe Türkiye’den göç etmeyi Batı mediasının Türkiye’deki izdüşümünün göçü bu kadar teşvik etmesinin anlamı ve amacı nedir? Türkiye’den kendi ülkelerine dönük bir göçü teşvik etme konusunda istekli olmayacakları Batı’da aşırı sağ hareketlerin yükseldiği, göçmen ve yabancı karşıtlığının yükseldiği bu konjonktürde ortadayken bu yayınların öncelikli amacının (en azından çoğu meslek grubu için) kendi ülkelerine göçü teşvik etmek olmadığı düşünülebilir. O hâlde burada ilk bölümlerden itibaren anlatılan bir yöntemin yani Türk halkının özgüvenine, aidiyet duygusuna, devlet-toplum ilişkilerine ve bizzat iktidardaki Erdoğan hükümetine gösterilen desteğe zarar vermekle alakalı bir söylemin inşa edildiği değerlendirilebilir. Nitekim bu medya kanallarının yayın politikaları da bağlı bulundukları devletler de Türkiye karşıtı bir pozisyon alırken Erdoğan karşıtlığını da açıkça göstermekten çekinmemektedirler.

Politik hedeflerin yanı sıra kültürel hedeflere sahip bir söylem de kayda değerdir. Batı üstünlüğünü oryantalist bir dille meşrulaştırmaya, Türkiye’yi oryantalist peşin hükümlerle geri kalmışlıkla, otoriterlikle, kadın haklarına saygısızlıkla, insan hakları ihlalleriyle kodlamaya çalışan bir dilin 19. Yüzyıl oryantalizmini ve kolonyalizmini anımsatır bir türde tedavüle sokulduğu görülmektedir. Batı’nın cennet, Türkiye’nin cehennemmiş gibi anlatılmasının tarihi yeni değildir, uzun asırlara dayanmaktadır. Bahsedilen sorunlar sadece Türkiye’de olmadığı gibi, bu medya platformunun paydaşı olan devletlerin vatandaşlarının pek çok bakımdan ve değişen derecelerde bu türden sorunlar yaşadığı bilinmektedir. Buradaki öncelikli hedefin göçü teşvik

²⁷Aadiyata Mattoo-Ileana Cristina Neagu-Çağlar Özden, “Brain waste? Educated immigrants in the US labor market”, *Journal of Development Economics*, 2008, s.255-269.

etmek değil, Türkiye içine dönük bir algı üretme çalışmasının, duygudaşlık, özgüven, aidiyet gibi pek çok psikolojik ve toplumsal dinamiğe zarar vermek olduğu düşünülebilir.

2. Metodoloji

Batı mediasının Türkiye karşıtı söylemlerini analiz etmeyi hedefleyen bu çalışma, bir nitel araştırma olarak tasarlanmıştır. Nitel araştırmaların etkileşimleri, kültürel süreçleri, değerleri, anlam ve algıları incelemeye olanak sağlaması²⁸ tasarıda etkili olmuştur. Çalışma nitel araştırma yöntemlerinden biri olan içerik analizi tekniğiyle gerçekleştirilmiştir. Zira içerik analizi metin, resim, video gibi çeşitli medya unsurlarında yer alan mesajların anlamlandırılmasına, yorumlanmasına aracı olmakta; verilerin sistematik ve nesnel bir biçimde tanımlanabilmesine, bu tanımlara dair tekrarlanabilen, geçerli sonuçlara ulaşmaya imkân tanımaktadır.²⁹ Araştırmanın amacı doğrultusunda amaçlı örneklem kullanılarak üç farklı YouTube kanalı belirlenmiştir. Bu kanallar YouTube’a 2011’de katılan Deutsche Welle (DW) Türkçe, DW öncülüğünde 2019’da katılan +90 ve 2009’da bu platformda içerik üreten BBC News Türkçe’dir. Kanalların seçiminde DW Türkçe ve +90’nın Almanya, BBC News Türkçe’nin ise Londra merkezli olması belirleyici unsurlar olmuştur. Kanallardaki videoların seçiminde hem beğenme-izlenme oranlarının yüksek olması hem de merkezlerinin Türkiye’de dahi yer almamasına karşın Türkçe olarak, Türkiye ile ilgili belirli ideolojik çerçevede içerik üretmeleri etkili olmuştur. Videoların belirlenmesinin ardından başlangıçta videolara ait başlıklar, açıklamalar ve yorumlar incelenmiş; video içeriği transkripte dökülmüştür. Elde edilen bu ham veriler MAXQDA 2024 programına aktararak kodlamaları gerçekleştirilmiş, verilerden hareketle “göç etme teşvikleri”, “ekonomik-kültürel dışlama” ve “sosyal damgalama” temaları oluşturulmuştur. Örneklem seçilen videolara ilişkin bilgiler Tablo-1’de sunulmuştur.

2.1. Yaratıcı Sınıfı Bünyeye Dahil Edebilmek

BBC News Türkçe, +90 ve DW Türkçe Youtube kanallarının göç propagandalarını analiz eden bu çalışma, propagandanın hedef kitlesini özellikle meslekler merkezinde belirlediğini açığa çıkartmıştır. Nitekim her ülke ihtiyacına yönelik göç politikası uygulamaktadır. Çalışmada bu meslek grupları mavi yakalılar ve beyaz yakalılar olarak kategorileştirilmiş, eğitim yoluyla göçe teşvik edilmek istenen öğrenciler ayrı bir kategori içerisinde analiz edilmiştir. Bu noktada beyaz yakalılara yönelik propaganda çalışmalarında temel kodlar şu şekilde haritalandırılmıştır:

Güvenlik, kimlik, yalnızlık, mesleki sorunlar ve Batı hayranlığı kodları yalnızca göç etmiş beyaz yakalı meslek grupları -çoğunluğu doktor, mühendis, avukat- tarafından ifade edilmiştir. Her görüşmeci göç etmelerindeki en sık (f) nedeni kişisel kimlik meseleleriyle (f=11) açıklamakta ancak bu problemleri mesleki sorunlarla ilişkilendirmiştir. Öyle ki DW Türkçe kanalının “*Doktorlar neden Türkiye’den Almanya’ya göç ediyor?*” başlıklı videosunda Almanya’ya göç etmiş bir hekim şu sözleri aktarıyor:

“Çok fazla meslektaşımız göç etmek istiyor. Benim karşılaştığım sorunların açıkçası çok azı ekonomik koşullarla ilgili. Bana sorulan şeyler: “Hiçbir hastanın şiddetine maruz kaldın mı?” “Hiç kavga edildi mi?” “Kaç saat çalışıyorsun?” (7:59).

Mesleki sorunlar gerekçesiyle göç etmiş tüm hekimlerin mesleki nedenlerinden ilki hasta şiddetidir. Ardından mühendisler, avukatlar ve bunun dışında kalan beyaz yakalı gruptakiler de eklenilerek ikinci mesleki neden olarak mesai saatlerinin fazla olmasını ifade etmektedir. Ancak en çarpıcı bulgu

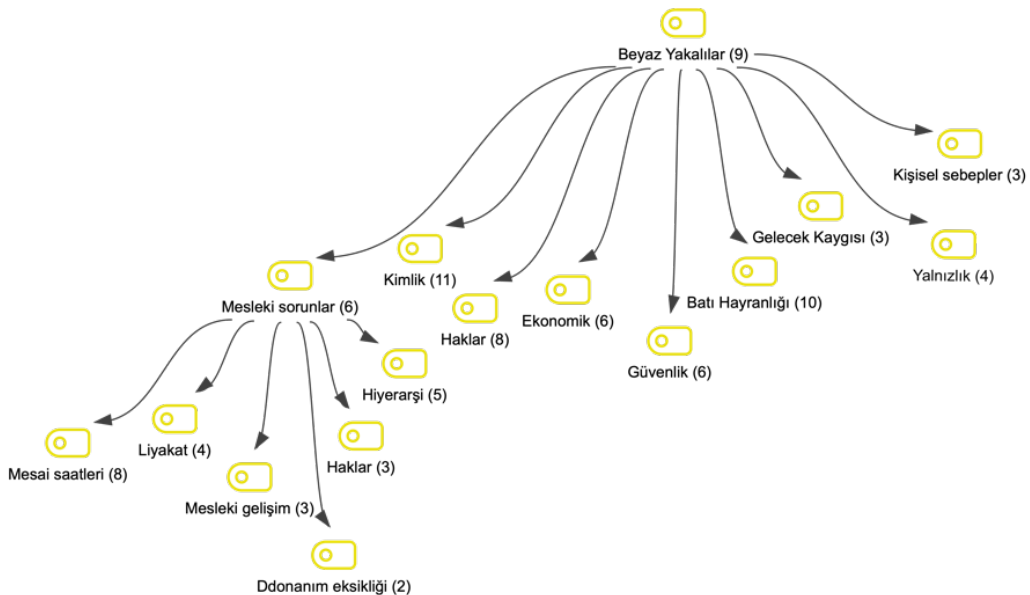
²⁸William Lawrence Neuman, *Toplumsal Araştırma Yöntemleri I: Nicel ve Nitel Yaklaşımlar*, çev. Sedef Özge, Yayınodası Yayıncılık, Ankara, 2016, s.233.

²⁹Klaus Krippendorff, *Content Analysis: An introduction to Its Methodology*, Sage, Beverly Hills, 2019, s.25

Table 1*Örneklem Seçilen Kanallara Ait Bilgiler*

Kanal	Yayın Tarihi	Video Başlığı	Video Süresi	İzlenme Sayısı	Beğenme
+90	23.07.2019	Amerika’da Küçük Anadolu: “Günde 50 Türk Yerleşiyor”	15:00	1,5 Mn	16 B
+90	05.07.2024	İstanbul’da yaşamının bedeli: Survivor gibi	12:29	284 B	4,8 B
+90	14.05.2021	Türkiye’den Almanya’ya Göç: Artısı, eksisi nedir? “Cennet değil, cehennem değil”	15:31	469.043 B	8,4 B
BBC News Türkçe	14.12.2021	‘Hekimler Göçü’: Yurt dışına taşınan doktorlar anlatıyor	10:49	344.735 B	8,1 B
DW Türkçe	04.12.2021	Doktorlar neden Türkiye’den Almanya’ya göç ediyor?	10:32	533.663 B	12 B
DW Türkçe	19.04.2022	Mühendisler neden Türkiye’den Almanya’ya göç ediyor?	10:56	243.766 B	5,7 B
+90	06.01.2023	İstedğim Türkiye “Gençlerin söz haklarının olduğu bir ülke istiyorum”	9:49	33.712 B	452
+90	14.06.2024	Yurt dışında çalışmak: Chicago “Sadece kendinize inanın”	12:04	26.689 B	427
+90	16.10.2020	Türkiye’den Almanya’ya Göç: Neden? “Türkiye toplumunda başkasını memnun etmeye alıştırmışız”	16:40	387. 911 B	6,6 B
BBC News Türkçe	02.12.2019	Geçinemeyenler: “İstanbul’da Yaşamamız Bir Mucize”	9:37	264.334 B	6 B

mesleki gelişim noktasında yaşanmaktadır. Mesleki gelişimlerini Türkiye’de tamamlayamamanın altını çizen görüşmeciler bu gelişimden kastın ne olduğunu ve neleri içerdiğini belirtmemişler aksine anlatılarını yalnızca “yaşam standartlarının yükselmesiyle” devam ettirmişlerdir. DW Türkçe kanalının “Mühendisler neden

Figure 1*Beyaz Yakalıların Göç Sebepleri**Kaynak: MaxQda 2024 Programında araştırmacılar tarafından oluşturulmuştur.*

Türkiye’den Almanya’ya göç ediyor?” başlıklı videosunda bir mühendis “Standartlarım çok yükseldi hem maddi hem manevi. Kendimi burada değerli bir kadın mühendis olarak görmeye başladım” (7:49) şeklinde anlatısını devam ettirmiş, kendini “değerli bir kadın mühendis” olarak görmesini Almanya’ya göç etmesiyle ilişkilendirmiştir. Analize dahil edilen videolardaki tüm beyaz yakalılar benzer şekilde bu fikri destekler görünmektedir.

Anlaşılabacağı üzere beyaz yakalılara dair yürütülen propagandaların en temelde Bauman’ın kavramıyla bir vestiyer cemaat vaadiyle sürdürüldüğünü söylemek mümkün hale gelir. Nitekim tüm beyaz yakalılar Türk kimliğini sınırlardan geçtikleri an atmışlar, yerine vestiyerden daha uygun varsayıldıkları kıyafetleri giymişlerdir. Bu yeni giyimle göç ettikleri ülkelere uyum sağlamayı umut etmişlerdir. Ancak kimlikler daima havada salınıp durmakta, gösteri de kıyafetler vestiyerden alınır alınmaz sonlanmakta bu nedenle aidiyetler git gide akışkan hale gelmektedir.³⁰ Videolarda meslek kişinin yaşamı boyunca taşıdığı çoğunlukla sabit bir kimlik olarak yer almış fakat mesleğin dışındaki kimlikler beyaz yakalılar söz konusuken değiştirilebilir ya da tamamen vazgeçilebilir unsurlar olarak sunulmuştur. Öyle ki tüm videolarda görüşmeciler Türkiye’deki sosyal sermayelerinden vazgeçtiklerinin altını sıklıkla çizmişlerdir. Bu noktada beyaz yakalıların ev sahipleriyle kolayca yeni bir sosyal sermaye inşa edebileceği dile getirilirken, mavi yakalıların yalnızca kendileri gibi göçmenlerle toplumsallaşması gerekliliği videolarda dikkat çekicidir. Bir başka deyişle beyaz yakalılara sosyal sermayelerinin değiştirilebilir ve hatta daha niteliklerinin kazanılabilirliğinin mesajı verilmektedir. Bu sosyal sermaye yine meslek üzerinden inşa edilebilir vaziyettir. Zira onlara göre Türkiye’de meslekler hiyerarşiye ve liyakatsizliğe dayalı sürdürülmekte fakat göç edilen ülkelerde her iki unsur da devreden çıkmaktadır. Oysa ki görüşmeciler göç ettikleri ilk zamanlar ya kendi mesleklerini icra edemediklerini ya da Türkiye’deki pozisyonlarından daha alt kademede icra ettiklerini ifade etmektedir. Sonuç olarak beyaz yakalıların bilhassa meslek üzerinden propagandası ikilikler sarmalında ilerlemekte, Türkiye’de mesleki problemler had safhadayken göç edilen ülkelerdeki problemlere hiçbir videoda yer verilmemektedir. Böylece hileli mesleki vaatler cazipmiş gibi sunulmakta, madalyonun öteki yüzü perde arkasına itilmektedir.

2.2. Batı, Batılı ve Ötekiler

Analize dahil edilen tüm videoların kurgusu tıpkı beyaz yakalılar özelinde ifade edildiği gibi ikilikler üzerinden ilerlemektedir. Türkiye ve Türk kimliğiyle ilişkilendirilmiş unsurlar daima negatif anlamlarla sürdürülmekte Avrupa karşı kutbuna konumlandırılarak yalnızca pozitif anlamlara işaret etmektedir. Bu noktada “Mühendisler neden Türkiye’den Almanya’ya göç ediyor?” başlıklı videoda bir mühendisin şu sözleri dikkat çekicidir:

“Ben Türkiye’de kariyerime başladığımda Türkiye’nin bütün büyük ve güçlü kurumlarının hepsi Avrupa’ya veya Amerika’ya raporluydu. Yani bu ne demek? Bizim yüzümüz Batı’ya dönüktü. Batı da bizimle çalışmak istiyordu. Yıllar geçtikçe tahmin ediyorum ki politik sebeplerden dolayı Türkiye’nin algısı değişti ve Türkiye’yi gidip Dubai’ye Mısır’a bağlamaya başladı. (...) artık Türkiye’nin tekrar Batı’ya dönmesi lazım” (02:21).

Görüşmeci Batı’yı açıkça yüceltirken, olması gerekenin de Batı’yı benimsemek olduğunu iddia etmiştir. Türk modernleşmesinin Batıcı izlerini taşıyan bu söylem, Batı’nın kurduğu kültürel hegemonyayı adeta ifşa etmektedir. Türk modernleşmesinin kentlilik-köylülük, Doğu-Batı, dindarlık-laiklik arada kalmışlığıyla temellerinin özellikle siyaset aracılığıyla atılması bu arada kalmışlığın hem üreticisi hem sonucu olarak siyaseti işaret etmekle birlikte medya da bir başka ayağını oluşturmuştur.³¹ Videolardan görüleceği üzere geleneksel medyanın temellerini attığı kültürel hegemonyayı yeni medya da sürdürmekte böylece Batı’nın

³⁰Zygmunt Bauman, *Kimlik*, Heretik Yayınları, Ankara, 2020, s.19-44.

³¹Mahmut Hakkı Akın, “İki Modernleşme Arasında Türkiye’de Siyasal Kültür Değişmesi ve Medya”, *Türkiye İletişim Araştırmaları Dergisi*, 2018, 154-164.

kültürel hegemonyası pekiştirilerek yeniden üretilmektedir. Walter Benjamin’in ifade ettiği üzere³² kültür mekaniksel üretime tabi tutulmuş ve bunun sonucu olarak toplumsal ilişkiler şeyleştirilmiş, geleneksel yaşam biçimleri yok olmaya yüz tutmuştur. Kültürün mekanik üretimi ise bizzat Batı tarafından sağlanmış, Batı dışında kalan ülkeler gerici, gelişmemiş, modern olmayan olarak kodlanmıştır. Öyle ki bir başka katılımcı hiçbir sebep belirtmeksizin yaşamını herhangi bir Batı ülkesinde kurmak istediğini dile getirmiştir.

“Lise hayatım boyunca şöyle bir algı vardı: buradan gitmeliyim. Neresi olduğunun pek bir önemi yok. Almanya olur, Fransa olur. Bildiğim tek şey, emin olduğum tek şey bu ülkeden başka bir yerde hayat kurmam gerektiği” (2:17).

Görüldüğü üzere nereye gittiğinin önemli olmadığını belirtmesine karşın örnek verdiği ülkeler dahi birer Batı ülkesidir. Üstelik neden Türkiye’den gitmek istediğini video boyunca kendisi de bilmemekte, çok küçük yaşlardan itibaren bu isteğin yerleştiğini ifade etmektedir. Ona göre Batı’da yaşamak bir gereklilik halini almıştır. Neticede Batı’da yaşamak değerliken, Batı dışında yaşamamanın pek de bir önemi yoktur. Öte yandan bireyselliğe yapılan vurgu videoların bir başka temasını oluşturmaktadır. Ancak bu bireysellik vurgusu toplumsal ilişkilere uzaklıktan daha ziyade geleneksellikten uzaklık olarak kodlanmış, bir ülke geleneksellikten ne kadar uzaksa o kadar özgürlüğe yaklaştırdığı varsayılmıştır.

“Türkiye toplumunda, biz başkasını memnun etmeye alıştırmışız, alışmışız. Bu bir şekilde kültürel koda dönüşmüş. (...) Berlin’de bu zinciri kırabildiğimi düşünüyorum” (06:50).

Toplumsal etkileşimler, kimliğin hem tanınma hem de onaylanma ihtiyacına bir çareyken görüşmeciler bu etkileşimleri ters yüz etmektedir. Yabancılaşmanın yarattığı anlamsızlık sık sık bireyselleşmeyle anlamlandırılmaya çalışılmaktadır. Görüşmeciler de bu noktada bireyselleşmenin pozitif çıktılarına odaklanmış, toplumsal yaşamdan götürülerine değinmemişlerdir.

“Türkiye’de emniyette olduğumu hissetsem, özgür olduğumu hissetsem, istediğimi söyleyip istediğimi savunabilsem, insanlar her şeyi siyasete bağlamasa, toplum insanı yargılamasa. Bunu niye giydin? Başörtünü niye böyle bağladın? Namaza niye böyle durdun? Şuraya niye gittin? Bunu niye yaptın demese, ben Türkiye’de de yaşamak isterim. Ama maalesef bizim hayal ettiğimiz o Türkiye bir ütopya” (14:19).

Türkiye’nin bireyselleşme düzeyi özellikle beyaz yakalı görüşmeciler için beklenen düzeyde değildir. İfade edildiği üzere bireyselleşme düzeyinin yetersizliği ise özgürlük kısıtlamalarıyla, toplumun politikliğiyle ve toplumsal bağların sürekliliğiyle sonuçlanmıştır. Benzer doğrultuda sık sık toplumsal bağları ve aidiyeti de kısıtlayıcı olarak yorumlamış ancak aksi istikamette yalnızlıktan, bu bağlardan mahrumiyetten de şikâyetçidirler.

“Çok özleyebilirler, burada yalnız kalabilirler, dışlanabilirler, ırkçılığa maruz kalabilirler” (03:37).

Videolardaki temel bulgulardan bir tanesi de yurt dışına taşınmanın tek olumsuz yanının bahsi geçen toplumsal bağlara olan uzaklıktır. Ancak bu uzaklık Türkiye’de yaşamaktan söz ederken negatif anlamlara tekabül etmiş, uzaklaştıkça pozitif anlamlarla eşleştirilmeye başlanmıştır. Nitekim bağlara ve aidiyete duyulan özlem ancak yeni dahil olmaya çalışılan toplum tarafından ötekileştirildiğinde açığa çıkmaktadır. Fakat bireyselleşme ve beraberinde getirdiği toplumsal ilişkilerdeki gevşemeler Batı modernleşmesinin reçeteleri arasında yer almaktadır. Görüşmeciler hem Türkiye’deki aidiyetlerden şikâyetçi hem de bir başka

³²Walter Benjamin, *Pasajlar*, Yapı Kredi Yayınları, İstanbul, 2000, s.55.

toplumdaki ötekileştirmelerine öfkeli dirler. Ancak tüm katılımcılar bu ötekileştirilmelerin de yalnızca Batılı ve Batılı olmayanlar biçiminde ayrıldığını belirtmişlerdir.

“Fransızlara veya İtalyanlara aynı muamele yok. Fransız’san Fransız’sın, İtalyan’san İtalyan’sın ama Türk’sen ‘Auslander’sın’ (yabancı’sın)” (04:27).

“Ne kadar çabalarsan çabala bir Almanla eşit olamayacağını kabul ederek gelmen lazım” (04:21).

Yabancılaşma toplumsal grupların bir parçasıdır. Hem grubun dışarısında kalmakla hem de daima yabancı etikleyle karşı karşıya gelmesiyle sonuçlanır.³³ Görüşmecilerin yüzleştiği yabancılaşma biçimi ise yalnızca ırka dayandırılmış, Batılı olmayanlar yabancı konumuna itilmiştir. Tüm görüşmeciler benzer ikili ayrışmadan ve sık sık ırkçılığa maruz kaldıklarından ve Batılı olan insanın göç edilen Batı ülkelerinde hiyerarşik olarak üstte yer aldığını dile getirmiştir. Bu noktada videoların tamamında yurt dışında yaşamının tek olumsuz yanının ülkeler değil, bizzat toplumdaki kendisi olarak belirtilme vurgusu önemlidir. Böylece gidilen ülkelere yabancı etikleyle kalmak bir zorunlulukmuş gibi sunulmuştur. Bir başka deyişle toplumsal uyum süreçlerine dahil olunmalı ancak toplum içerisinde o ülkenin vatandaşıyla aynı kategoride yer alınamayacağı alt mesajları verilmektedir. Neticede Türk kimliği oluşturulan sahte hiyerarşide en alta yerleştirilmekte ve bu hiyerarşiyi göç etmiş Türk’ler üzerinden içselleştirme çabasına girilmektedir. Bu sayede hem ihtiyaç duyulan işgücünü karşılamakta hem de kendi kimliklerinin üstünlük söylemlerini yeniden üretmektedirler.

2.3. Mavi Yakalılara Yönelik Teşvik

Analize dahil edilen videolarda beyaz yakalıların ve öğrencilerin kentin yerel halkıyla temasa geçmesini teşvik edilirken mavi yakalıların söz konusu edildiğinde geçerli olmadığı keşfedilmiştir. Nitekim Amerika’da *Küçük Anadolu: “Günde 50 Türk Yerleşiyor”* ve *“Türkiye’den Almanya’ya Göç: Artısı, eksisi nedir?”*, *“Cennet değil, cehennem değil”* başlıklı videolardaki katılımcılar arasında yaratıcı sınıfın dışında konumlanmış katılımcılar da yer almaktadır. Bu katılımcılar göç ettikleri ülkelerin kent merkezinden ziyade kentin dışında fakat toplu taşımayla kolay ulaşım sağlanan şehirleri önermektedir. Bir başka deyişle beyaz yakalının bir özel araca kolayca erişebileceği sıklıkla dile getirilirken, mavi yakalı için maddi sınırlamalar belirlenmiştir. Öyle ki Amerika’da yaşayan bir danışman mavi yakalıları şu sözleri iletiyor:

“Burada aynı Türkiye’deki mentaliteyle minibüsler var. Her beş dakikada, üç dakikada bir Manhattan’a hareket eden minibüsler var. Onlar da gece, sabaha kadar” (11:05).

Beyaz yakalıların için çok kısa sürede, Türkiye’den çok daha ucuza araba alabilecekleri iletilirken, bunun dışında kalan sınıftakilere toplu taşımaların işlevselliği aktarılmaktadır. Kent merkezinde kısa süre bulunabilir ancak yaşamları bu merkezden uzakta olmalıdır. Halbuki beyaz yakalıların kent merkezlerinde gündelik yaşamını kolayca idame ettirebileceği öğütlenmektedir. Fakat mavi yakalıların kendileri gibi göçmenlerin çoğunlukta olduğu kentler önerilmiş, bir nevi yerel halkla temasın önü kesilmiştir. Öyle ki mavi yakalıların sosyal sermayelerini de yine yerel halktan izolasyonla sürdürmeleri beklenmektedir. Gidilen ülkede yeniden kazanılacak bu sosyal sermayeye yalnızca kendileri gibi göçmen olanlar dahildir.

“New Jersey Peterson’da Hacı’nın Kahvehanesi deyince herkes biliyor. Burada da insanlar, Amerika’nın çeşitli yerlerinde oturan insanlar buraya geldikleri zaman amaç burada oyun oynamak değil, birbirleriyle sohbet etmek, bir buluşma yeri. Biliyorsunuz, bizim kültürümüzde çay muhabbeti aslında. Bir kahvenin kırk yıl hatırı var misali, onu burada yaşatmaya çalışıyoruz” (09:55).

³³Georg Simmel, “Yabancı: Bir İlişki Biçimi Olarak Ötekilik”, *Yabancı*, ed. Levent Ünsaldı, Heretik Yayınları, Ankara, 2019, s. 27-35.

Ev barınma ihtiyacını karşılayan duvarların çok daha ötesinde içerisine dahil ettiklerini, dışarıda bıraktıklarından koruyan bir unsurdur. Görüldüğü üzere özellikle Almanya ve Amerika’ya göç etmiş göçmenler kültürel aidiyetlerine sahip çıkmak, sosyal ilişkiler ağını kendi aralarında sürdürmek istemekte ve bu durumu bir özgürlük alanı olarak tanımlayarak entegrasyon sürecine eklemlenmemektedirler. Ancak entegrasyon ev sahibi devletlerin üzerine düşen görevler arasında yer almaktadır. Bazı durumlarda ise ev sahibi devletler entegrasyona dahil edemeyeceği varsayılan grupları, azınlıkları vb. asimilasyon ve zorunlu kültürleşme ile karşı karşıya getirmektedir.³⁴ Mavi yakalılar söz konusu olduğunda çözümün kentin dışına konumlandırmak olduğu görülmektedir.

“Burada artık kimse Türkiye’yi aramıyor. Çünkü sanki Anadolu’nun bir kasabasını getirmiş, Amerika’nın ortasına oturtmuşsunuz gibi düşünebilirsiniz Paterson’ı” (14:18).

Göçmenlere danışmanlık hizmeti veren katılımcının söylemlerinde de görüleceği üzere evin içerisine yaratıcı sınıflar denilebilecek sınıflar alınmışken, bu sınıfın dışındakiler evin dışarısında bırakılmıştır. Kent merkezlerinin ve ev sahiplerinin uzağına yönlendirilmiş böylece hem kendi kültürlerini sürdürebilmeleri hem de yerel halkla temastan olabildiğince uzak yaşamalarına teşvik edilmişlerdir. Bir taraftan da bahsi geçen ülkeler gelen göçmenleri asimile etmeye çalışmamış aksine çokkültürlü yaşama imkân sağlıyor gibi sunulmuştur. Çokkültürlü toplum kavramı farklı kültürlerin bir arada yaşama becerisine, kültürel taleplere karşılıklı saygı çerçevesinde ilerleme sürecine işaret eder.³⁵ Fakat bahsi geçen konumlarda birbirinden hem mekânsal hem de kültürel ayrıştırmalar açığa çıkmıştır. Mavi yakalıların yerel halka entegre olamayacağı öngörülerek yerel halktan uzaklaştırılmış, kendi evlerinden getirdikleri kültürel aidiyetleri yalnızca göç etmede çekici bir faktör olarak işlevselleştirilmiştir. Kültürel aidiyet videolar boyunca siyasi aidiyetlerle pekiştirilmektedir. Sunucunun şu söylemi siyasi aidiyeti gündeme getirmesi bakımından dikkat çekicidir:

“Peterson caddelerinde Türk bayrakları Amerikan bayraklarıyla birlikte dalgalanıyor. Türkler olur da ulu önder Atatürk olmaz mı? Peterson’da yaşayan Türkler’in belediyeğe yaptıkları başvuru 5 yıl önce kabul edilmiş ve ana caddedeki bir parka Atatürk Şehit ve Gezi Parkı adı verilmiş” (Sunucu, 11:38).

Milli değerler ve siyasi aidiyet yine yalnızca mavi yakalı olarak çalışan grup söz konusu olduğunda gündeme getirilmiştir. Dahası milli değerlere, siyasi aidiyet ve katılıma atıf göçmenler tarafından değil, sunucunun bizzat kendisi tarafından dile getirilmiştir. Bir başka deyişle sunucu aidiyetlerin altını çizerek göçün çekici faktörlerini aktifleştirmiştir.

2.4. “Biz İstanbul’da Yaşıyoruz Ama Mucize Bir Şekilde”

Tüketim modern yaşamın başat unsurları arasında yer almaktadır. Göç etmiş tüm meslek grupları “yaşam standartlarının yükselişi” çatısı altında tüketim merkezli bir yaşamı benimsediklerini ifade etmişlerdir. Dahası analize dahil edilen kanallarda İstanbul’da yaşam biçimi ve Avrupa’daki yaşam biçimleri yalnızca tüketim olgusu üzerinden kıyaslanmıştır. Öyle ki bir avukat “Biz İstanbul’da yaşıyoruz ama mucize bir şekilde” (05:58) ve bir öğrenci “Kıl payı hayatta kalıyorum. Tam bir survivor gibi oluyorum” (11:23) söylemleriyle İstanbul’da yaşamının ekonomik götürüsüne işaret etmişlerdir. Ardından *İstedğim Türkiye “Gençlerin söz haklarının olduğu bir ülke istiyorum”* başlıklı videoda bir öğrencinin şu sözleri dikkat çekicidir:

“Düşünsenize Amerika’daki bir yaşıtınız ev alıyor, araba alıyor, son model cihazlar kullanıyor ve onlar için hiçbir şey. Onun ötesinde tatil planlıyor, işini kurguluyor, batıyor, çıkıyor. Bir şeyler yapıyor yani deniyor. Siz

³⁴Sergio Carrera, “A Comparison of Integration Programmes in the EU: Trends and Weaknesses”, *Challenge, Liberty & Security*, 2006, cilt 1, s.1-26.

³⁵Bhikhu Parekh, *Çokkültürlülüğü Yeniden Düşünmek*, Phoenix Yayınevi, Ankara, 2002, s.64.

işte bugün dışarıdan yersem iki gün boyunca evde daha dikkatli olmam lazım, işte makarnaya talim edeceğim falan diyorsunuz” (05:53).

Batı’nın tüketim alışkanlıklarından söz ederken seçilen görüşmeciler iş yaşamında aktif yer alan insanlardır. Oysa Türkiye’deki tüketime dair vurgularda tüm görüşmeciler ya öğrenci ya da bir mesleği olmasına karşın aktif olarak çalışmayan insanlardan seçilmiştir. Bu nedenle toplumsal eşitsizlik yalnızca Türkiye’ye özgü bir durum gibi aktarılmış, Batı’daki eşitsizliklere değinilmemiştir. Öte yandan tüm videolarda bu kıyaslamaların yalnızca İstanbul’u hedef aldığı sonucuna ulaşılmıştır. Nitelikli işgücünün ve öğrencilerin sıklıkla tercih ettiği bu şehrin propagandanın merkezine yerleştirilmesiyle İstanbul’da yaşamak yetersiz tüketimle, yetersiz eğlenceyle, yetersiz seyahatle ve kişisel gelişimin önündeki bariyerle eşleştirilmiştir. Videoların mesajı açıktır: Ancak Avrupa’da yaşamayı seçerseniz her birine sahip olabilirsiniz. Sonuç olarak modern insanın kendi seçimleri doğrultusunda bireysel kimliğini yeniden inşa etme, kendi hayatı hakkında karar verici olabilme arzusundan³⁶ yola çıkarak dile getirilen bu söylemler örneklem seçimindeki dengesizlik nedeniyle toplumsal eşitsizliğin gerçek yüzünü gizlemektedir.

2.5. Kimlikler ve Damgalar

Richard Florida³⁷ göç alan ülkelerin en önemli özellikleri arasında hoşgörünün yer aldığını belirtmektedir. Bu minvalde görüşmeciler gittikleri ülkelerde kimliklerine hoşgörüyle yaklaşıldığını belirtmelerine karşın esasen kimliklerinin önemsiz olduğunu da vurgulamaktadır. Zira yerliler için yabancılar temelde bir birey olarak algılanmamakta, belirli tipteki yabancılar olarak algılanmaktadır.³⁸

“Türkiye’de bana saygı gösterildiğini düşünmüyorum. Aslında birçok insana saygı gösterilmiyor. Sürekli bir kavga. Almanya’ya gelirim kim olduğumun ne olduğumun hiçbir öneminin olmayacağını düşündüğüm için geldim” (01:38).

Görüldüğü üzere Türkiye’de kendi kimliğinin kabul edilmediğini düşünen görüşmeci, Almanya’da kimliğinin yabancı kalmasına razı gelmektedir. Videoda bu düşüncesinin sebeplerine değinmemesine karşın, Almanya’da da bir birey olarak kendinden feragat etmesi çelişkili görünmektedir. Benzer çelişkiler diğer görüşmecilerin söylemleriyle sürdürülmektedir.

“Ön yargılardan kurtulup gelin. Baktığınız zaman bir noktada Türkiye’deki bu bütün fişlemelerden, ön yargılardan vs. bunaldığımız için kendimizi taa atmıyor muyuz bu taraflara?” (13:40)

Analize dahil edilen tüm videolardaki çelişki tam da bu noktada yatmaktadır: Toplumsal damgalanmanın en açık örneklerinden birisini yani Batı’da ırkından kaynaklı damgalardan şikâyet eden görüşmeciler, aynı zamanda Türkiye’deki damgalanmadan da şikâyetçidir. Oysa ki her biri göç ettikleri ülkelerde ırkçılığa maruz kaldığını ifade etmişlerdir. Öte yandan Türkiye’deki damgaların içeriğine dair bir açıklamaya da rastlanılmamıştır. Akabinde bir görüşmeci damganın somut versiyonunu ekrana doğru göstermektedir.

“E burada yaşamının da kendi zorlukları var. Mesela basit bir örnek olsun hemen. (Pasaportunu gösteriyor) Zorluğu biraz somutlaştırayım. Dana gibi etiketlisiniz burada. Gitmeniz gereken tarihe kadar her şey ayrını-tısıyla var” (09:23).

³⁶Ulrich Beck-Elisabeth Beck-Gernsheim, *Aşkın Normal Kaosu*, İmge Kitabevi, Ankara, 2012, s.23.

³⁷Richard Florida, *Yaratıcı Sınıf Adres Değiştiriyor: Yetenek İçin Küresel Rekabet*, MediaCat Yayıncılık, İstanbul, 2011, s.100-104.

³⁸Georg Simmel, *Yabancı...*, s.33.

Yurt dışına göç etme motivasyonları arasında Türkiye’deki damgalanmadan memnuniyetsizlikleri yer alan katılımcılar, göç ettikten sonra direkt Türk kimliğinin etiketlendiğini belirtmektedir. Ancak bu damgalarının sebeplerini kendilerinden ayıştırdıkları sonucuna ulaşmışlardır. Onlara göre suçlu özne damgalamayı gerçekleştiren Batı toplumu ve damgaları yeniden üreten Batı devletleri değil aksine Türk toplumu ve Türk devletidir. Keza Türkiye Batı’nın izlediği modernleşmeci tavırdan uzaklaşarak ilerlemek yerine gerilemiştir. Bu durum ise belirttiklerine göre bir İtalyan bir Almanla eşit olamamalarına, damgalanmalarına yol açmıştır.

3. Sonuç

Batı kültürel hegemonyasının yeniden üretimi bakımından Batılı devletlerin Batı-dışı toplumlara yönelik uyguladığı kamu diplomasisi, iletişim ve propaganda stratejileri bakımından Batı medya mecralarının Türkiye’ye yönelik yaptığı yayınlar büyük önem taşımaktadır. Batı kültürel hegemonyası genelde sivil görünümlü kültür endüstrisi tarafından; diziler, sinema filmleri, akademik çalışmalar, medya, sosyal medya veya dijital mecralarda yeniden üretilirken Batılı devletlerin doğrudan bu hegemonyayı ürettiği mecralar da bulunmaktadır. Çoğunlukla Batı’nın hegemonyası, söylem üstünlüğü, kriterleri, yaşam tarzı, bilgisi, stratejik iletişimi ve kültür ürünleri Batı-dışı toplumlarda yerli “Batıcı” elitler üzerinden üretilir ve idealize edilirken Batılı devletlerin doğrudan bu üretimi üstlendiği durumlardan birinin örneğini yakın zamanda Batılı devletlerin Türkçe yayın yapan mecraları olarak karşımıza çıkmıştır. Bu noktada Batıcı elitlerin ve yine Batılı medya organlarının üstlendiği rollerin çalışmaya dahil edilen videolar aracılığıyla bizzat Türk’lere yüklendiği başka bir deyişle yeni suçlu özne konumuna göç eden veya göç etmeye teşvik eden bu Türk’lerin yerleştirilme çabası açığa çıkmaktadır.

+90 platformunun ABD, Fransız, Alman ve İngiliz devlet medyalarının ortaklığında kurulmuş olması ve sadece Türkiye’ye yönelik olarak bu platformun kurulmuş olması eşine benzerine çok fazla rastlanan bir durum değildir. +90 Platformunda ve onun paydaşı olan BBC Türkçe ve Deutsche Welle gibi Türkçe yayın yapan yabancı menşeli medya kanallarındaki yayınların içeriklerine bakıldığında Türkiye’ye dönük yayınlarında çeşitli propaganda biçimlerinin ortaya koyulduğunu görmek mümkündür.

Bu yayınlarda özellikle Türkiye’de yaşamının ne kadar olumsuz bir durum olduğu, Türkiye’de yaşayanların aslında ne kadar ümitsiz bir durumda olduğu, Türkiye’de kalmak yerine Batı ülkelerine gitmenin mutluluğun, ümidin, olumlu bir istikbalin yegâne gerekçesi olduğuna dair bir propagandist bir anlatının inşa edildiği görülmektedir. Aksi istikamette ise gidilen ülkelerde yaşanan problemler dile getirilmemekte, Türkiye’den göç bir çeşit kurtuluş vaadiyle eşleştirilmektedir. Göç edilen ülkelerin politik ve ekonomik problemleri hasır altı edilirken yalnızca yeni bir toplumla karşılaşmada yaşanan uyum ve damgalanma pratiklerine değinilmektedir.

Bu çalışmada nitel söylem analizinin sonuçlarına göre Türkiye’nin farklı sınıfsal kesimlerinin, meslek ve yaş gruplarının her birine ayrı bir “Türkiye’de yaşanmaz” propaganda anlatısının inşa edildiği görülmektedir. Bu anlatının kadın haklarından hayvan haklarına, sığınmacı meselesinden güvenlik meselelerine, liyakat konusundan hayat pahalılığına kadar manipülatif bir propaganda anlatısının oluşturulduğu temel başlıklar olarak belirlendiği dikkati çekmektedir. Türkiye’deki olumlu durumların görmezden gelindiği, olumsuzlukların ise abartıldığı veya manipüle edildiği bu anlatı ile birlikte Batı’nın kültürel hegemonyası ve Batılılaşma sürecinde Batılılar karşısında belli oranlarda ve belli kesimlerde gözlemlenen travmatik toplumsal özgüven sorununun manipüle edildiği, ümidin ve direncin kırılmaya çalışıldığı tespit edilmiştir.

Yabancılar yönelik karşıtlığın, göçmenlerin çalışmasına ve hatta vize süreçlerine dair bile zorlukların çıkarıldığı, göçmen karşıtı aşırı sağ hareketlerin yükseldiği ve bu yükseliş sebebiyle ana akım siyasetin göçmen karşıtlığına kaydığı Batı siyasal atmosferinde Türkiye’den göçü teşvik etmenin Batılı ülkelerin işgücü ihtiyacından daha çok Türkiye’nin iç siyasal ve toplumsal gündemi ile ilgili olduğu açıktır. Ayrıca bu yayınların

Türk devletine ve Türkiye’nin geleceğine, toplumsal dayanışma, ümit ve özgüvene dair olumsuz bir gündem yaratmaya dönük yayınlar olduğu da tahmin edilebilir.

Her iletişim faaliyeti neticede bir amaca matuftur ve bir stratejiye dayanır. O nedenle her metnin, söylemin, anlatının tahlil edilmesi, bu amaçların da tartışılması bu yayınların içeriğine dair genel bir kültürel, politik ve ideolojik çerçeve çizmeye gerektirmektedir. Bu çalışmada da yayınlardan oluşturulmuş ve “Türkiye’de yaşanmaz” fikrini inşa etmeye dair yayınlardan oluşan bir örneklem üzerinden bu tartışma yapılmıştır.



Hakem Değerlendirmesi

Çıkar Çatışması

Finansal Destek

Dış bağımsız.

Yazarlar çıkar çatışması bildirmemiştir.

Yazarlar bu çalışma için finansal destek almadığını beyan etmiştir.

Peer Review

Conflict of Interest

Grant Support

Externally peer-reviewed.

The authors have no conflict of interest to declare.

The authors declared that this study has received no financial support.

Yazar Bilgileri

Author Details

Oğuzhan Bilgin (Doç. Dr.)

¹ Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Edebiyat Fakültesi/ Sosyoloji Bölümü, Ankara, Türkiye

0000-0003-4577-6331 oguzhan.bilgin@hbv.edu.tr

Meryem Sarıköse (Arş. Gör.)

² İstanbul Gelişim Üniversitesi, İktisadi, İdari ve Sosyal Bilimler Fakültesi, Sosyoloji Bölümü, İstanbul, Türkiye

0000-0001-6428-184X

Kaynakça | References

- Adorno, Theodor, *Kültür Endüstrisini Yeniden Düşünmek Kitle İletişim Kuramları*, Ütopya Yayınevi, Ankara, 2010.
- Akın, Mahmut H., İki Modernleşme Arasında Türkiye’de Siyasal Kültür Değişmesi ve Medya. *Türkiye İletişim Araştırmaları Dergisi*, 2018, s.154-164.
- Bauman, Zygmunt, *Kimlik*, Heretik Yayınları, Ankara, 2020.
- Beck, Ulrich-Beck-Gernsheim, Elisabeth, *Aşkın Normal Kaosu*, İmge Kitabevi, Ankara, 2012.
- Benjamin, Walter, *Pasajlar*, Yapı Kredi Yayınları, İstanbul, 2000.
- Bilgin, Oğuzhan, Kültürel İktidar, *Kültürel İktidar*, ed. Oğuzhan Bilgin, Diplomasi Vakfı Yayınları, İstanbul, 2020, s.1-26.
- Bilgin, Oğuzhan, ABD ve Avrupa Sinema Dizi Sektöründe Türkiye Karşıtı Dezenformasyon, *Enformasyon Savaşından Dezenformasyon Savaşına*, ed. Fahrettin Altun, Paradigma Yayınları, İstanbul, 2023, s.70-81.
- Bilgin, Oğuzhan, Küresel Kültürel Hegemonya Mücadeleleri Bağlamında Türk Sineması ve Türkiye Temsilleri, *Türk Sineması: Türkiye’nin Yumuşak Gücü*, ed. Oğuzhan Bilgin-Öner Buçukçu, Diplomasi Vakfı Yayınları, İstanbul, 2023, s3-28.
- Black, Cyril, *Çağdaşlaşmanın İtici Güçleri*, V Yayınları, Ankara, 1989.
- Carrera, Sergio “A Comparison of Integration Programmes in the EU: Trends and Weaknesses”, *Challenge, Liberty & Security*, 2006, cilt1, s.1-26.
- Florida, Richard, *Yaratıcı Sınıf Adres Değiştiriyor: Yetenek İçin Küresel Rekabet*, MediaCat Yayıncılık, İstanbul, 2011.
- Giddens, Anthony, Selections from the Prison Notebooks of Anthonio Gramsci, ed. Quintin Hoare-Geoffrey Nowell Smith, International Publishers, New York, 1971.
- Herman, Edward S-Chomsky, Noam, *Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media*, Pantheon Books, New York, 1988.
- Jeremy Ullmann, “Yellow filter: A cinematic technique or pushing stereotypes?”, (Çevrimiçi), <https://www.media-diversity.org/yellow-filter-a-cinematic-technique-or-pushing-stereotypes/>, 20 Mart 2025.
- Kaldor, Mary, “In Defence of New Wars”, Stability, *International Journal of Security and Development*, cilt 2, sayı 1, 2013, s.1-16.



- Kalelioğlu, Oğuz, *İşte Gerçek Psikolojik Harp ve Kumpasların İçyüzü*, Hipokrat Kitabevi, Ankara, 2018, s.5.
- Kalın, İbrahim “Soft Power and Public Diplomacy in Turkey”, *Perceptions*, Cilt 16, Sayı 3, s.5-23.
- Kiossev, Alexander, “The Self-Colonizing Metaphor”, *Cultural Aspects of the Modernisation Process*, 1995.
- Krippendorff, Klaus, *Content Analysis: An introduction to Its Methodology*, Sage, Beverly Hills, 2019.
- Labin, Suzanne Labin, *Komünist Propaganda Taktikleri*, Altınok Matbaası, Ankara, 1976.
- Matto, Aadiyata A.-Neagu, Cristina I.-Özden, Çağlar, “Brain waste? Educated immigrants in the US labor market”, *Journal of Development Economics*, 2008, s.255-269.
- Neuman, William L., *Toplumsal Araştırma Yöntemleri I: Nicel ve Nitel Yaklaşımlar*, çev. Sedef Özge, Yayınodası Yayıncılık, Ankara, 2016.
- Nye, Joseph S., *Bound to Lead: The Chancing Nature of American Power*, Basic Books, New York, 1990.
- Parekh, Bhikhu, *Çokkültürlülüğü Yeniden Düşünmek*, Phoenix Yayınevi, Ankara, 2002.
- Pınar, Latif, Amerika Birleşik Devletleri’nin Yumuşak Gücü ve Hollywood, *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 2017, Cilt 6, Sayı 1, s.253-274.
- Said, Edward W., *Orientalism*, New York, Pantheon Books, 1978.
- Seligman, Martin E. P., “Learned Helplessness”, *Annual Review of Medicine*, cilt 23, 1972, s. 407-412.
- Shayegah Daryush, *Yaralı Bilinç: Geleneksel Topumlarda Kültürel Şizofreni*, Metis Yayınları, İstanbul, 2002.
- Simmel, Georg, “Yabancı: Bir İlişki Biçimi Olarak Ötekilik”, *Yabancı*, ed. Levent Ünsaldı, Heretik Yayınları, Ankara, 2019, s. 27-35.
- Todorov, Tzvetan, *The Conquest of America: The Question of the Other Softcover*, Harper&Row Publishers, New York, 1992.
- Toynbee, Arnold, *Hatıralar: Tecrübelerim*, Klasik Yayınları, İstanbul, 2005.
- Ülger, Billur, İdeoloji Kavramının Tarihsel Arka Planı Çerçevesinde Bir Değerlendirme, *Propaganda: Algı, İdeoloji ve Toplum İnşasına Dair İncelemeler*, ed. Gürdal Ülger, Beta Yayınevi, İstanbul, 2015.
- Walker, Christopher-Ludwig, Jessica, *From 'Soft Power' to 'Sharp Power': Rising Authoritarian Influence in the Democratic World*, National Endowment For Democracy, Washington, 2017.