

HAZİRAN / JUNE 2019 • SAYI / ISSUE: 33 • ISSN: 2630-6220

# TÜRKİYE İLETİŞİM ARAŞTIRMALARI DERGİSİ

TURKISH REVIEW OF COMMUNICATION STUDIES  
(TURCOM)



MARMARA ÜNİVERSİTESİ YAYINEVİ



**Türkiye İletişim Araştırmaları Dergisi • Turkish Review of Communication Studies**

6 Aylık Hakemli Dergi • Biannual-Reviewed Academic Journal

Haziran/June 2019 • Sayı/ Issue: 33 • ISSN: 2630-6220

**Marmara Üniversitesi Rektörlüğü Adına İmtiyaz Sahibi • Owner**

Prof. Dr. Erol Özvar (Rektör • Rector)

**Derginin Sahibi • Owner of the Journal • Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi Adına, On behalf of Marmara University, Faculty of Communication**

Prof. Dr. Mustafa Kurt (Dekan Vekili • Acting Dean)

**Baş Editör / Editor-in-Chief** Doç. Dr. Hediyeullah Aydeniz

**Yardımcı Editör/ Assistant Editor** Arş. Gör. Fatmanur Demir

**Alan Editörleri / Field Editors** Dr. Ergün Köksoy, Dr. Haldun Narmanlıoğlu, Dr. Yenal Gökşun, Dr. Yusuf Ziya Gökçek, Dr. Süheyla Nil Mustafa, Dr. Ali Minarlı

**Yönetici Editörler / Managing Editors** Arş. Gör. Gülen Sönmez, Arş. Gör. Ufuk Özden, Arş. Gör. Yasin Aydınlık, Arş. Gör. Damla Karşu Cesur

**Yayın Kurulu • Editorial Board**

Prof. Dr. Ali Murat Yel (Marmara Üniversitesi)  
Prof. Dr. Cengiz Anık (Marmara Üniversitesi)  
Prof. Dr. Ergün Yıldırım (Marmara Üniversitesi)  
Prof. Dr. Filiz Balta Peltekoğlu (Marmara Üniversitesi)

Prof. Dr. John Keane (The University of Sydney)  
Prof. Dr. Özhan Tıngöy (Marmara Üniversitesi)  
Doç. Dr. Hediyeullah Aydeniz (Marmara Üniversitesi)  
Doç. Dr. Mehmet Özçağlayan (Marmara Üniversitesi)

**Danışma Kurulu • Advisory Board**

Prof. Dr. Abdullah Özkan (İstanbul Üniversitesi)  
Prof. Dr. Ahmet Kalender (Selçuk Üniversitesi)  
Prof. Dr. Ayhan Biber (Kastamonu Üniversitesi)  
Prof. Dr. Besim Dellaloğlu (Sakarya Üniversitesi)  
Prof. Dr. Fahrettin Altun  
Prof. Dr. Himmet Hülür (Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi)  
Prof. Dr. Mustafa Şeker (Akdeniz Üniversitesi)  
Prof. Dr. Mutlu Binark (Hacettepe Üniversitesi)  
Prof. Dr. Naci İspir (Atatürk Üniversitesi)  
Prof. Dr. Nilüfer Timisi Nalçaoğlu (İstanbul Üniversitesi)  
Prof. Dr. Peyami Çelikcan (İstanbul Şehir Üniversitesi)

Prof. Dr. Rıdvan Şentürk (İstanbul Ticaret Üniversitesi)  
Prof. Dr. Selma Ulus (Marmara Üniversitesi)  
Prof. Dr. Serhat Ulağlı (Marmara Üniversitesi)  
Prof. Dr. Serpil Kirel (Marmara Üniversitesi)  
Prof. Dr. Şahin Karasar (Maltepe Üniversitesi)  
Prof. Dr. Türkan Uğur Dai (Marmara Üniversitesi)  
Prof. Dr. Yusuf Devran (Marmara Üniversitesi)  
Doç. Dr. Alev Erkilet (İstinye Üniversitesi)  
Doç. Dr. Mehmet Emin Babacan (İbn Haldun Üniversitesi)  
Doç. Dr. İhsan Karlı (Kocaeli Üniversitesi)  
Doç. Dr. Şükrü Sim (İstanbul Üniversitesi)

**Dil Editörleri / Language Editors** Doç. Dr. Alparslan Nas

**Kapak Tasarımı • Cover Design** Araş. Gör. Oğuz Gülleb

**Marmara Üniversitesi Yayınevi • Marmara University Press**

**Adres:** Göztepe Yerleşkesi 34722 Kadıköy, İstanbul

**Tel/Faks:** (0216) 348 43 79 E-posta: yayinevi@marmara.edu.tr

**İletişim Bilgileri**

Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi Bahçelievler Yerleşkesi 34180 İstanbul

**E-mail:** iletisimdergi@marmara.edu.tr

**Web:** <http://dergipark.gov.tr/turcom>

<https://marmara.academia.edu/turcom>

<http://twitter.com/turcomdergi>

“TÜRKİYE İLETİŞİM ARAŞTIRMALARI DERGİSİ” Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi Uluslararası Hakemli Akademik yayınıdır. Altı ayda bir yayınlanır. Dergide yayınlanan makalelerdeki görüşler yazarlarına aittir. Yayın Kurulu tarafından benimsendiği anlamına gelmez. Yayın Kurulu, yazının özüne dokunmaksızın gerekli yazım ve cümle değişiklikleri yapma hakkını saklı tutar. Dergiden yapılan alıntılarda kaynak göstermek mecburidir. Türkiye İletişim Araştırmaları Dergisi (eski adıyla Marmara İletişim Dergisi) ULRICH Global Serials Directory, EBSCO uluslararası alan indeksi, ASOS Index, DOAJ Directory of Open Access Journals, ULAKBİM Sosyal ve Beşeri Bilimler Veri Tabanı (SBVT) ve Emerging Sources Citation Index (ESCI) ve CiteFactor tarafından taranmaktadır.

“**TURKISH REVIEW OF COMMUNICATION STUDIES**” is a peer-reviewed academic journal of Marmara University Faculty of Communication. It is published every six months. All the opinions written in the articles are under responsibilities of the authors and it does not mean that they are adopted by the board. The Editorial Board reserves the right to make necessary changes in spelling and sentence, without distorting the essence of the text. The published contents in the articles cannot be used without being cited. Turkish Review of Communication Studies (formerly named as Marmara Journal of Communication) is indexed by ULRICH Global Serials Directory, EBSCO International Index, ASOS Index, DOAJ Directory of Open Access Journals, ULAKBIM Social and Human Sciences Database, and Emerging Sources Citation Index (ESCI) and CiteFactor.

### **33. Sayının Hakem Kurulu • List of Referees**

- Prof. Dr. Ebru Özgen (Marmara Üniversitesi)  
Prof. Dr. Füsün Alver (Türk-Alman Üniversitesi)  
Prof. Dr. Güven Büyükbaykal (İstanbul Üniversitesi)  
Prof. Dr. İbrahim Kırçova (Yıldız Teknik Üniversitesi)  
Prof. Dr. Kıvanç Nazlım Tüzel Uraltaş (Marmara Üniversitesi)  
Prof. Dr. Melda Cinman (Marmara Üniversitesi)  
Prof. Dr. Murat İri (İstanbul Üniversitesi)  
Prof. Dr. Nigar Pösteği (Kocaeli Üniversitesi)  
Prof. Dr. Nurettin Güz (Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi)  
Prof. Dr. Özhan Tıngöy (Marmara Üniversitesi)  
Doç. Dr. Ayda Sabuncuoğlu İnanç (Sakarya Üniversitesi)  
Doç. Dr. Ceyda Deneçli (Nişantaşı Üniversitesi)  
Doç. Dr. Hakan Erkılıç (Mersin Üniversitesi)  
Doç. Dr. Hasan Güllüpunar (Erciyes Üniversitesi)  
Doç. Dr. Hasret Aktaş (Selçuk Üniversitesi)  
Doç. Dr. Hediye Esra Arcan (İstanbul Üniversitesi)  
Doç. Dr. Muzaffer Şahin (Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi)  
Doç. Dr. Orhan Baytar (Marmara Üniversitesi)  
Doç. Dr. Şebnem Çağlar (İstanbul Üniversitesi)  
Dr. Öğr. Üye. Ahmet Öztürk (Manisa Celal Bayar Üniversitesi)  
Dr. Öğr. Üye. Fatma Nisan (İnönü Üniversitesi)  
Dr. Öğr. Üye. Kenan Duman (İstanbul Arel Üniversitesi)

# İçindekiler / Contents

---

Halkla İlişkiler mi Kurumsal İletişim mi? Akademiden Uygulamaya Kavram Tartışmaları Public Relations or Corporate Communication? Concept Discussions of Academics and Professionals <b>Burcu ÖKSÜZ, Serra GÖRPE</b> .....	1
Feeling in Responding Advertising Exposure on YouTube: The Moderation Influence of Online Experience <b>Tri Weda RAHARJO</b> .....	24
Sağlık Haberlerinde Risk Söylemi The Discourse of Risk in Health News Stories <b>Bahar KAYIHAN, Himmet HÜLÜR</b> .....	38
Koalisyon Hükümetlerinde Basın Özgürlüğü: Doğru Yol Partisi ve Sosyal Demokrat Halkçı Parti/Cumhuriyet Halk Partisi Örneği (1991-1996) Freedom of the Press in Coalition Governments: True Path Party and Social Democratic People's Party/Republican People's Party Case (1991-1996) <b>Göksel BASMACI</b> .....	63
Consideration of Digital Divide in Societies of Globalised Control: Extension of Social Contract Küreselleşmiş Kontrol Toplumlarında Dijital Bölünmeyi Düşünmek: Sosyal Sözleşmenin Yayılımı <b>Hüseyin TOLU</b> .....	80
Alman Medyasının Eleştirel Söylem Analizi: 24 Haziran 2018 Türkiye Genel Seçimleri A Critical Discourse Analysis of German Media: 24 June 2018 General Elections of Turkey <b>Soner TAUSCHER, Osman ERDOĞDU, Şebnem KORKMAZ</b> .....	96
Teknolojik Gelişmelerin Habercilik Uygulamaları Üzerine Etkileri: Türkiye'de Drone Haberciliği The Effects of Technological Developments on Journalism Practices: Drone Journalism in Turkey <b>Emrah BUDAK</b> .....	119

# Halkla İlişkiler mi Kurumsal İletişim mi? Akademiden Uygulamaya Kavram Tartışmaları\*

Public Relations or Corporate Communication? Concept Discussions of Academics and Professionals

Burcu ÖKSÜZ\*\*  
Serra GÖRPE\*\*\*

## Öz

Bu çalışmanın amacı, ülkemizde halkla ilişkiler ve kurumsal iletişim arasındaki kavram tartışmalarını akademisyen ve uygulayıcı bakış açısıyla ortaya koyarak, ilgili mevcut literatür ve uygulamaya katkı sağlamaktır. Bu kapsamda İstanbul ve İzmir şehirlerinde çalışan ve çeşitli sektörleri temsil eden halkla ilişkiler-kurumsal iletişim uygulayıcılarıyla ve üniversitelerde görev yapan akademisyenlerle yarı yapılandırılmış görüşmeler yapılmıştır. Çalışmada halkla ilişkiler ve kurumsal iletişim kavramlarının nasıl değerlendirildiği, farklılıkların ve benzerliklerin ne olduğu, söz konusu kavramların nasıl tanımlandığı, hangi kavramın tercih edildiği, başarının nasıl tanımlandığı ve başarıyı etkileyen faktörler açısından veriler elde edilmiştir. Araştırmaya katılan uygulayıcıların tamamı kurumsal iletişim kavramını tercih etmektedirler. Bu tercihin nedenleri arasında kurumsal iletişimi daha kapsayıcı olarak görmeleri, işletme işlevine daha yakın olması ve üst yönetimden daha fazla destek görmesi yer almaktadır. Bunların yanı sıra halkla ilişkilerin tarihinden gelen olumsuzluklar da kurumsal iletişimin tercih edilmesine neden olmaktadır. Ancak akademisyenler, kurumsal iletişimi uygulayıcılar kadar tercih etmemektedir. Halkla ilişkiler kavramını tercih eden akademisyenler, bu tercihin nedenlerini halkla ilişkiler kavramının “kamu”yu içermesi ve paydaşlarını ekonomik birim olarak görmemesi olarak açıklamaktadır. Çoğu katılımcı, uygulamalara bakıldığında iki kavram arasında belirgin bir farktan söz edememektedir. Genel olarak kurumsal iletişim ve halkla ilişkilerde başarı benzer şekilde açıklanmıştır. Uygulayıcıların benzer niteliklere

---

\* Bu çalışma, Prof. Dr. Alâeddin Asna anısına düzenlenen ‘Yeni Zamanlar ve Halkla İlişkiler’ adlı konferansta (19-20 Nisan 2018- Ankara) sözlü olarak sunulan bildirinin geliştirilmiş halidir.

\*\* Doç. Dr., İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi, Medya ve İletişim Bölümü, İzmir, Türkiye, burcu.oksuz@ikc.edu.tr. Orcid ID: 0000-0003-4195-9261.

\*\*\* Prof. Dr., University of Sharjah, College of Communication, Sharjah, Birleşik Arap Emirlikleri, tgorpe@sharjah.ac.ae. Orcid ID: 0000-0002-9634-2827.

sahip olması gerektiğinden söz edilmiş ancak bazı katılımcılar, kurumsal iletişim uygulayıcılarının işletme nosyonuna daha fazla hâkim olması gerektiğini vurgulamışlardır. Çalışma halkla ilişkiler eğitimi açısından da değerlendirilmiştir.

**Anahtar Sözcükler:** Kurumsal İletişim, Halkla İlişkiler, İletişim Uygulamaları, İletişim Eğitimi

### **Abstract**

The goal of this study is to explore the conceptualization of public relations and corporate communication concepts by academicians and professionals and to contribute to the academic literature and its practice. To investigate perceptions, semi-structured interviews were conducted with practitioners as well as academics in Istanbul and Izmir. Data on how the concepts of public relations and corporate communication are understood and defined, how success is defined, and which factors affect success are gathered. Our findings reveal that all practitioners prefer corporate communication over public relations. They view corporate communication as more comprehensive, closer to the business function, and having more support from top management. The negative past of public relations is stated as another reason. Academics seemed to favor public relation over corporate communication. Academics who preferred the former explained that public relations includes the public, and it does not see its stakeholders as an economic unit only. Most interviewees did not emphasize a prominent difference between corporate communication and public relations. In general, the success factors involved in corporate communication and public relations were reported as being similar. It was mentioned that practitioners have similar qualifications, but some participants stress that corporate communication practitioners need to be knowledgeable about business practices. We also discuss the implications of our findings in terms of public relations education.

**Keywords:** Corporate Communication, Public Relations, Communication Practices, Communication Education

### **Giriş**

Halkla ilişkiler genelde doğru anlaşılmamakta, halkla ilişkiler uygulayıcılarının tam olarak ne yaptığı bilinmemektedir. Bunu sadece toplumdaki bir algı olarak görmenin ötesinde kurum dünyasında halkla ilişkiler uygulayıcılarının sıkça karşılaştığı bir durum olarak da söylemek mümkündür. Halkla ilişkiler diğer oturmuş mesleki alanlarla karşılaştırıldığında değerini topluma, hedef kitlelerine ve müşterilerine ispatlamaya çalışmaktadır. Ayrıca, ülkeden ülkeye gelişme düzeyi farklı olduğu için uygulamasında farklılıklar ve değişik algılanışlar da olmaktadır. Coombs ve Holladay (2007) halkla ilişkilere getirilen eleştirileri altı maddede özetlemektedir. Bu maddeler halkla ilişkilerin gerçeği yansıtmadığı ve tam anlamıyla yalan olmasa bile gerçeği dönüştürdüğü; halkla ilişkilerin köklerinin manipulasyon ve iknaya dayandığı ve özellikle halkla ilişkiler alanındaki ilk çalışmaların etik olmayan ikna ve propaganda eksenli olduğu; halkla ilişkilerin zaten güçlü olan kurumların ve diğer grupların gücüne güç kattığı; halkla ilişkilerin yalnızca güçlü kurumlara hizmet götürerek onların çıkarlarına hizmet ettiği ve böylelikle demokratik süreci zayıflattığı; toplumun ancak halkla ilişkilerin ne olduğunu tam anlamıyla bilmesiyle kendisini halkla ilişkilerin etkisinden kurtarabileceği ve halkla ilişkilerin yalnızca duyurum ve medyada görünürlük çalışmalarıyla sınırlı olduğudur (s. 14-16).

Kurumsal iletişim her geçen gün daha da yaygınlaşarak kullanılmakta ve halkla ilişkiler diye adlandırılan bir yönetim işlevini içermektedir. Steyn ve Puth (2010) kurumsal iletişim kavramının günümüz çağdaş örgütlerinin gereksinimi olan daha “doğru (sahi) ve geçerli” bir tanımlamayı içerdiğini ve kurumsal iletişim kavramı kullanımının 1992 gibi eski tarihlerden beri halkla ilişkiler yerine tercih edildiğini belirtmektedirler (s. 2-3). Halkla ilişkiler isminin boşaltılmasını gerekçe göstererek halkla ilişkileri yalnızca kurumsal iletişimle özdeşleştirmek doğru olmayacaktır. Günümüzde Türkiye’de ve dünyada halkla ilişkiler adıyla lisans ve lisansüstü bölümler bulunmakta, akademik araştırmalar yapılmakta, hakemli bilimsel dergiler ve kitaplar yayınlanmaktadır. Diğer bir deyişle halkla ilişkiler akademik literatürde yerleşmiş durumdadır (Tuncel, 2009, s. 121-122).

Halkla ilişkiler medya tarafından yanlış kullanılmakta ve dolayısıyla toplum tarafından da doğru algılanmamaktadır. Manipülasyon, propaganda, kurumların çıkarlarına hizmet etmek için yalan söylemek ve imaj oluşturmak halkla ilişkiler ile özdeşleştirilen sıfatlar ve tanımlamalardır. Halkla ilişkilerin medyada görünürlüğüyle ilgili çeşitli ülkelerde yapılan çalışmalar bu algılamayı da sergilemektedir (Woo, Gorpe ve Kalupa, 2013). Kısaca günlük dilde halkla ilişkiler, halkla ilişkilerin doğasını ve uygulamasını doğru bir şekilde aktaramamaktadır. Oysa halkla ilişkilerin akademik kavramsallaştırılması demokratik unsurları içerir, diyalogdan bahseder, örgütler ve paydaşların ilişkilerinde karşılıklılık ve bağımlılığı vurgular (Coombs ve Holladay, 2007, s. 12).

Kurumsal iletişim alanına yönetim ve örgütsel teori, halkla ilişkiler ve kitle iletişim disiplinleri tarafından düzenli ve artan bir ilgi bulunmaktadır. Bunun bir sonucu olarak, kurumsal iletişimle ilgili gerek kurumsal gerekse ampirik bir çok çalışma ortaya konulmuştur. Bunlar arasında kurumun paydaşlarına kendisini sunma süreçleri ve biçimleri, kurumsal sosyal sorumluluk, sürdürülebilirlik, kurumsal vatandaşlık gibi kavramların paydaşlarla iletişimde etkisi ve stratejik olarak kurumsal iletişimcilerin varlığı ile oluşturdukları süreçler ve sistemler yer almaktadır (Christensen ve Cornelissen, 2011 s. 384). “Kurumsal iletişimciler, *bir iletişim disiplini ve yönetim işlevi olan halkla ilişkileri* kurumsal yapılarda kullanan profesyoneller olarak kabul edilebilir. Halkla ilişkiler sadece kurumsal iletişimde değil, ürünlerin pazarlanmasında yani pazarlama iletişimde, ayrıca siyasette, diplomaside, devlet yönetiminde de kullanılmaktadır” (Tuncel, 2009, s. 122). Halkla ilişkiler departmanlarının Amerika’da kurum dünyasındaki gelişimine baktığımızda, başlangıçta ilk işlevinin tanıtım ve duyurum amaçlı olduğu belirtilmektedir (Wilcox ve Cameron, 2012). Daha sonra bu işlevler evrilmiş; bütünlük pazarlama iletişimi, bütünlük iletişim ya da bütünsel iletişim gibi adlarla ifade edilen bütünsel bakış içinde halkla ilişkilerin iş hedeflerinin önemli bir parçası olduğu vurgulanmıştır.

Tosun (2003), kurumsal iletişimin halkla ilişkiler ile eşanlamlı olarak değerlendirilmesinin doğru olmadığını, kurumsal iletişimin bileşenleri arasında gösterilen ‘yönetim iletişimi’, ‘organizasyonel iletişim’ ve ‘bütünlük pazarlama iletişimi’ çalışmalarından yönetim iletişimi ve bütünlük pazarlama iletişiminin her zaman halkla ilişkiler ağırlıklı çalışmayabileceğini vurgulamaktadır (s. 176). Halkla ilişkilerin pazarlama iletişimine katkı sağlayan yönü olan pazarlama yönelimli halkla ilişkilerin halkla ilişkilerin tarihinden geldiği vurgulanmaktadır. Pazarlama yönelimli halkla ilişkilere verilebilecek örneklerden biri, Edward Bernays’ın kadınları sigara içmeye özendiren 1929 tarihli sigara kampanyasıdır. Pazarlama yönelimli halkla ilişkilerin savunucularından olan Thomas Harris

ise halkla ilişkilerin tüketici hedef kitleyi çok iyi anladığını ve günümüzdeki başarılı uygulamalara bakarak, halkla ilişkilerin itibara yönelik katkılarının pazarlama üzerinde de görüldüğünü söylemektedir (Akt. Smith, 2009, s. 5-8).

Bu çalışma, halkla ilişkiler ve kurumsal iletişimin gelişim ve kavramlarına yönelik bir değerlendirme sonrası Türk halkla ilişkiler akademisyenleri ile halkla ilişkiler kurumsal iletişim yöneticilerinin bu iki kavramı algılayışına yönelik bir araştırmayı içermektedir. Araştırma, kavram olarak değerlendirme ve tanımlanmanın yanı sıra iki kavram arasında benzerlikler ve farklılıklar bağlamında bir analizi de içermektedir. Ayrıca kurumsal iletişimde başarıyı etkileyen etmenler ve başarılı bir halkla ilişkiler ve kurumsal iletişimcinin nitelikleri de çalışmanın içinde yer almaktadır.

### Halkla İlişkiler

Çağdaş anlamıyla halkla ilişkiler uygulamaları, Türkiye’de ilk kez 1960’lı yıllarda devlet sektöründe başlamış, muhtemelen devletin vatandaşlarıyla kurduğu ilişkiyi anlatması için İngiltere’deki public relations terimi Türkçeye önce amme münasebetleri, sonra halkla münasebetler ardından ise halkla ilişkiler olarak çevrilmiştir (Tuncel, 2009, s. 110). Public relations kavramının Türkçeye halkla ilişkiler olarak çevrilmesi ile halkla ilişkilerin anlamlandırma sorunu başlamıştır. Halk sözcüğünün genellikle kamu/toplum olarak algılanmasından dolayı halkla ilişkiler kavramı uzun zaman toplumla/kamuyla ilişkiler olarak açıklanmıştır. İlişki sözcüğünün de halkla ilişkiler mesleğinin diğer kişilerle ilişki kurması şeklinde algılanmasına yol açmasından ötürü, kavrama büyük bir sınırlama gelmiş ve bu durum halkla ilişkilerin dar kapsamlı görülmesine neden olmuştur (Temel Eğinli, 2014, s. 67). Halkla ilişkilerin kavramsal olarak public relations teriminin anlamını tam karşılamadığına, çevirinin zorlama olduğuna ilişkin eleştiriler, uygulamada ve akademik literatürde yıllarca devam etmiştir. İngiltere’deki public, yalnızca vatandaşlar anlamındaki halkı değil “bir kurumun, grubun veya kişinin bilerek veya bilmeyerek etkileşimde bulunduğu bütün hedef kitlelerini” anlatmaktadır (Tuncel, 2009, s. 110).

Hutton (1999) halkla ilişkilerin genellikle kendisi tarafından yaratılan bir kimlik krizinden mustarip olduğunu ileri sürer. Halkla ilişkiler, hem teoride hem de uygulamada temel amacı, egemen metaforu, faaliyet alanı ve temelleri açısından genel kabul görmüş bir tanıma ulaşmakta başarısız olmuştur (s. 199). ABD’de *public relations* kavramına ilişkin sorunun temeline ilişkin literatürde ve uygulamacılar tarafından yapılan tartışmalarda, kavramın alanını yeni içeriğini ve sınırlarını karşılamıyor olduğu konuşulmaktadır. Halkla ilişkiler artık kurumdan daha çok ilgili kamular ve müşteri odaklıdır (Yıldız, 2010, s. 25). Tuncel (2009) ABD’de ve İngiltere’de *public relations* kavramının özellikle uygulamada kullanılmasından duyulan çekinceler nedeniyle halkla ilişkiler yerine alternatif açılımlar önerildiğini, bu durumun 1990’lı yılların ortalarında Türkiye’ye de yansıdığını ve geleneksel halkla ilişkiler yaklaşımının birçok idealist meslek mensubunu, gazetecileri ve büyük kurumları rahatsız ettiğini vurgular (s. 119).

Halkla ilişkiler ne olduğuyla değil, ne yaptığıyla karakterize edilen bir alan olmuştur. Bir uygulayıcıdan halkla ilişkileri tanımlaması istendiğinde, duyurum elde etmek, basın ajanslığı, (kurumsal) reklamcılık, olay yönetimi ve medya ilişkileri gibi yaptığı işlerin bir listesini sıralaması



olasıdır (Köseoğlu, 2014, s. 11). Halkla ilişkiler tanımlarına yönelik temel bir eleştiri, temel amacından ziyade halkla ilişkilerin etkilerine ve/veya uygulayıcıların belirli görevlerine odaklanmasıdır. Diğer yaygın bir eleştiri, akademik tanımların ticaret ve politikada halkla ilişkilerin gerçek fonksiyonuna ilişkin tanımlamadan ziyade normatif veya buyurucudur (Hutton, 1999, s. 201). Tekvar (2017) ise yakın zamana kadar halkla ilişkilerin, “iletişim çalışmalarına bağlı olarak örgütün amaçlarına ulaşmasında kullanılan planlı iletişim çalışmaları” olarak anlamlandırıldığını, gerek halkla ilişkilerin gerekse iletişim çalışmalarının uzun süre tek yönlü ve tek yanlı, pozitivist, mekaniksel, monoloğa dayalı yorumlandığının altını çizmektedir (s. 83).

Kalender (2013) halkla ilişkilerin yönetim fonksiyonu ya da iletişim yönetimi olarak tanımlandığını ancak son zamanlarda halkla ilişkileri ilişki yönetimi olarak gören tanımların da olduğunu vurgulamaktadır (s. 4). Benzer şekilde Yıldız (2010), “halkla ilişkiler alanına ‘örgüt ve ilgili kamuları arasında anlayış geliştirme’ gibi çok klasik, çok genellemeci bir tanımla bakmak yerine, ilgili kamuları değiştirerek toplumu ve dünyayı değiştiren ya da bu ayrıcalığı elinde tutan bir alan olarak bakmak göz ardı edilemez bir durum” olduğunu belirtmektedir (s. 25). Halkla ilişkilerin temel ilkesi, halka-kamuoyuna doğru bilgiler sunmak, meşruluktan ayrılmadan kurum ya da kişi hakkında olumlu imaj oluşturmaya çalışmak ve karşılıklı anlayış sağlamaktır (Canöz, 2008, s. 141). Halkla ilişkilerin amacı, kurumun hedef gruplara faaliyetlerinin benimsetilmesi yerine onay ve kabulün karşılıklı anlayış, iyi niyet ve hoşgörüsüyle oluşmasıdır. Bu amacın gerçekleştirilmesi, kamularının istek, beklenti ve ihtiyaçlarından haberdar olunması, kurumun beklenti, amaç ve isteklerinden de hedef kitlelerin haberdar edilmesine bağlıdır (Ertürk, 2016, s. 211). Karşılıklı anlayış ve iyi niyetin geliştirilmesi temeline dayalı olan halkla ilişkilerin tanımlarındaki ortak vurgu, “kurumlar ve ilgili çevreleri arasında karşılıklı anlayış ve iyi niyeti oluşturmak ve sürdürmektir” (Kalender, 2013, s. 6).

Halkla ilişkiler üç farklı anlamda değerlendirilmektedir. Birincisi iknaya yönelik olup örgütün hedef kitleleriyle ikna amaçlı iletişimini içerir. Bu anlamın içinde halkla ilişkiler modellerinde yer alan basın ajansı-duyurum, kamuoyunu bilgilendirme ve iki yönlü asimetrik halkla ilişkiler modelleri yer alır. Halkla ilişkilerin ikinci anlamı, ilişki yönetimiyle ilgilidir. Bu durum sistem teorisi ile ilişkili olup, halkla ilişkileri örgütü çevre sistemine bağlayan bir alt sistem olarak tanımlar. Üçüncü anlam, halkla ilişkileri işlevsel perspektiften kaydırarak, birlikte anlam oluşturmaya yönelik bir perspektife dayandırır. Bu durumda halkla ilişkiler örgütün konumlandırılmasında ve itibarında bir araçtır. Bunu başarabilmekteki kilit nokta ise halkla ilişkilerin teknisyen rolünden çıkıp, yönetsel rolü üstlenebilmesidir (Mazzei, 2014, s. 221). van Ruler ve Vercic (2002) Avrupa’da halkla ilişkilerin dört karakteristiğini şöyle açıklamaktadır:

**Yansıtıcı:** Toplumdaki değişen standartları, değerleri ve görüşleri analiz etmek, bunları örgüt üyeleriyle tartışmak, örgütün standartlara, değerlere ve görüşlere uyumunu sağlamak. Bu rol örgütsel standartlar, değerler ve görüşlerle ilgilidir ve örgütsel misyonun ve stratejilerin geliştirilmesini amaçlamaktadır.

**Yönetsel:** Güven ve/veya anlayış kazanmak amacıyla paydaş gruplarla iletişim kurma ve ilişkileri sürdürme planlarının geliştirilmesi. Bu rol ticari ve diğer (içsel ve dışsal) paydaş grupları ve kamuoyuyla ilgilidir ve örgütsel misyon ve stratejilerin uygulanmasını amaçlamaktadır.

**Operasyonel:** Bu rol iletişim planlarının uygulanmasıyla ilgilidir.

**Eğitimsel:** Sosyal taleplere cevap verilebilmesi amacıyla örgütün tüm üyelerinin yetkin şekilde iletişim kurmasına destek olunması. Bu rol örgüt üyelerinin zihinleri ve davranışlarıyla ilgilidir ve içsel paydaş gruplarını amaçlar. (s. 14)

Grunig (2009) ise halkla ilişkilerin temel ilkelerini şöyle özetlemektedir:

**Halkla ilişkilerin güçlendirilmesi:** İletişim yöneticinin örgütle ilgili kararların alındığı üst yönetimin parçası olması veya üst yönetime ulaşabilmesi.

**Entegre iletişim fonksiyonu:** Tüm halkla ilişkiler fonksiyonlarının entegre edilmesi veya farklı iletişim faaliyetlerinden sorumlu bölümleri koordine eden bir mekanizmanın varlığı.

**Ayrı yönetim fonksiyonu:** Bazı örgütler halkla ilişkiler fonksiyonunu pazarlama, insan kaynakları, hukuk, finans gibi diğer departmanları destekleyen bir araç gibi bölmektedir.

**İletişim teknisyeni veya idari yöneticiden çok stratejik yöneticiler tarafından yönetilmelidir:** İletişim teknisyenleri günlük iletişim faaliyetlerinin yerine getirilmesinde temeldir. Ancak muhteşem halkla ilişkiler birimleri halkla ilişkiler programlarını yöneten en az bir üst yöneticiye sahip olmalıdır.

**Stratejik yönetimde yer almalıdır:** Halkla ilişkiler örgütsel kararların ve davranışların sonuçlarını etkileyen hem iç hem de dış stratejik paydaşlarla iletişim kurmaya yönelik programlar geliştirmektedir.

**İki yönlü ve simetrik iletişim:** Hem iç hem de stratejik paydaşlarla çatışmaların yönetilmesi ve ilişkilerin geliştirilmesinde araştırmada, dinlemede ve diyalogda iki yönlü simetrik halkla ilişkilerin kullanılması.

**Farklılık:** Etkili örgütler çevrelerinde farklılık arttığı zaman halkla ilişkiler fonksiyonlarında farklılığı arttırma girişiminde bulunurlar.

**Etik:** Halkla ilişkiler departmanları uygulamalarını etik şekilde yürütmeli ve etik ve sosyal açıdan sorumlu örgütsel kararları ve davranışları desteklemelidir. (s. 2)

## Kurumsal İletişim

Kurumsal iletişim literatürü 1970’li yıllara kadar gitse de, bu dönemde kurumsal iletişim, kurumsal halkla ilişkiler olarak biliniyordu ve kurumlardaki halkla ilişkiler departmanlarının sorumluluğundaydı (Mohamad ve Bakar, 2018, s. 240). Podnar (2015) kurumsal iletişimi bir kurumun iletişiminin farklı yönlerinin senkronizasyonu ve bu kurum tarafından gönderilen mesajların entegrasyonu olarak tanımlamaktadır (s. 4-5). van Riel (1995) ise kurumsal iletişimi paydaşlara yönelik iç ve dış tüm iletişim şekillerinin harmonize edildiği yönetsel bir enstrüman olarak açıklamaktadır (s. 1). Diğer bir tanımda kurumsal iletişim, “[g]enel olarak işletmelerin amaçlarına ulaşmak ve amaçlarını gerçekleştirmeye yönelik stratejilerini uygulamak için planladıkları tüm iletişim çalışmalarının bir entegrasyonudur.” (Tosun, 2003, s. 175). Podnar (2015) kurumsal iletişimin kurumların iletişiminde disiplinlerarası bir bakışa odaklandığını ve iletişimi kurumun

mevcudiyetini, motivasyonunu ve gelişimini sağlayan bir kaynak olarak gördüğünü belirtmektedir. Mihai (2017) ise kurumsal iletişim yönetiminin halkla ilişkiler, içsel iletişim, yatırımcı etkileşimi ve kurumsal reklamcılığın yönetimini içerdiğini vurgulamaktadır (s. 104).

Kurumsal iletişime yönelik tanımlar birçok ders kitabında kriz iletişimi, medya ilişkileri, yatırımcılarla ilişkiler, çalışanlarla ilişkiler ya da yakın çevre ilişkileri gibi farklı aktiviteleri sıralandırarak geleneksel olarak halkla ilişkilerin geniş alanı içinde bulunan alanları sıralar. Bunlar arasındaki farkın ne olduğundan bahsedilmez ve kurumsal iletişim halkla ilişkilerin daha sofistike ve çağdaş hali olarak sunulur. Kurumsal temele daha fazla dayanan çalışmalarda ise kurumsal iletişim, diğer iletişim çalışmaları olarak sınıflandırılır. (Christensen ve Cornelissen, 2011, s. 384). Örneğin, van Riel ve Fombrun (2007) kurumsal iletişimi yönetim iletişimi, örgütsel iletişim ve pazarlama iletişimi olmak üzere üç boyuta ayırmaktadır:

**Yönetim iletişimi:** Örgütün yönetimi ile iç ve dış kitleler arasındaki iletişimi ifade eder.

**Pazarlama iletişimi:** Temel olarak markayı, ürün ve hizmet satışlarını desteleyen iletişimden oluşmaktadır.

**Örgütsel iletişim:** Halkla ilişkiler, kamu ilişkileri, yatırımcı ilişkileri, kurumsal reklamcılık, çevresel iletişim ve içsel iletişimden oluşmaktadır. (s. 15-16)

van Riel'in (1995) kurumsal iletişimle ilgili eski tanımlarından biri, kurumsal iletişimi "bütünsel iş mesajını" vermek için tasarlanan ve her şeyi kapsayan bir çerçeveye sokar. Bu anlayışta mesajların orkestrasyonu, yani uyumlu bir biçimde düzenlenmesi önem taşır. van Riel ve Fombrun'un (2007) daha güncel tanımları ise kurumsal iletişim "firmanın dayandığı paydaşlar nezdinde olumlu başlangıç noktaları oluşturmak adına bir dizi aktiviteyle hem iç hem de dış iletişimin yönetilmesi ve orkestrasyonu" olarak ifade edilir (s. 25). Çağdaş kurumsal iletişimin anlamı farklı departmanların farklı kimlikler içinde iş yürütmesi değil, tek bir başlık altında tüm iletişimi yönetmektir. Bir başka deyişle kurumsal iletişimin farklı iletişim disiplinlerini içeriyor olmasından daha önemli olan, onun çağdaş yönetim anlayışına bir vizyon sağlıyor olmasıdır (Illia ve Balmer, 2012, s. 417).

Kurumsal iletişimle ilgili tanımlar, Amerika'da stratejik yönetimle ilgili olup Avrupa'da ise daha çok kuram temellidir. Yapılan tanımlardaki ortak noktalar üç noktada özetlenebilir. Birincisi, kurumsal iletişimin stratejik bir yönetim işlevi olarak iletişim aktivitelerine stratejik olarak yaklaşması ve kurumun genel stratejisine bağlı olma durumudur. İkinci nokta, iç ve dış iletişim etkinliklerini birleştirerek olumlu imaj ve itibar oluşturma, koruma veya değiştirmeye çalışılmasıdır. Son olarak, tüm söz konusu aktivitelerde kurumun iç ve dış paydaşlarının dikkate alınarak planlanması yer alır (Mazzei, 2014, s. 222-223).

Kurumsal iletişimcinin rolü kurumların günlük faaliyetlerinde ve değer yaratılmasında giderek daha hayati olmaktadır (Jain ve Bain, 2017, s. 4). Zeffass'a (2008) göre kurumsal iletişim, ilk aşamada bilgilendirmeyi ve anlam yaratmayı amaçlamaktadır. Buna dayanarak paydaşları etkilemeyi hedeflemektedir. Kurumsal iletişim bundan dolayı hem ürün ve hizmetlerin sağlanmasına (başarı) hem de kurumlarda soyut değerlerin yaratılmasına (gelecekteki potansiyel başarı) hizmet etmektedir (s. 60). Kurumsal iletişim çevrenin dinlenmesi ve çevreden öğrenilmesi için değerli bir kaynaktır.

Aynı zamanda kurumun yeniden konumlandırılması ve uyum stratejilerine destek olmaktadır ve kurumsal faaliyetleri destekleyen geniş kapsamlı bir çerçeve yaratılmasının kilit bir faktörüdür (Zerfass ve Viertmann, 2017, s. 72).

Kurumsal iletişim; halkla ilişkiler, bütünleşik pazarlama iletişimi, bütünsel kurumsal iletişim ve kurumsal iletişim boşlukları olmak üzere farklı yaklaşımlarla açıklanabilir. Birinci grup kilit paydaş gruplarının beklentilerindeki boşlukları anlamaya çalışır ve önemli grupları analiz ederek iletişim davranışlarını ve boşlukları anlamaya çalışır. Bütünleşik pazarlama iletişiminin de nihai amacı, kurumsal stratejiye destek sağlamaktır ve dolayısıyla kendisi için kilit hedef kitle olan tüketici ve tedarikçilerin algılarını ve inaçlarını analiz eder. Bütünsel kurumsal iletişim ise üç boyuttan oluşur. Birincil iletişim; ürünün, hizmetin, yönetimin, çalışanların ve kurumsal davranışın iletişime etkileridir. İkincil iletişim, kontrol edilmiş iletişimin etkilerini kapsar. Üçüncül iletişim ise rakipler, medya, çıkar grupları gibi üçüncü partilerin yarattığı iletişim etkilerini içerir. Son olarak kurumsal iletişim boşlukları, paydaşların beklentilerini anlama ve paydaşlarla kurumların ilişkilerini sağlıklı yürütmeyi kapsar, ancak bu durumda analiz örgütün içine, örgütün sistemine, işleyişine bakılarak yapılır ve kötü yönetim nedeniyle olan boşluklara odaklanır (Illia ve Balmer, 2012, s. 422).

Cornelissen (2008) kurumsal iletişimin çok genel anlamda kurumlardan, özellikle büyük kurumlardan mesaj akışı olarak anlaşıldığını belirtse de, günümüzde bu anlayışın birçok farklı örgüte uygulanabileceğinin altını çizmektedir. Kurumsal iletişim ile diğer iletişim türleri arasında fark vardır. Örneğin, reklam ve çalışanlarla ilişkiler gibi diğer iletişim türlerinin çok belirgin hedef kitleleri bulunmaktadır, ancak kurumsal iletişim için bu söz konusu değildir. Kurumsal iletişim, farklı paydaşlarda olumlu ve birbirleriyle uyumlu kurumsal itibar oluşturmak ve korumak için vardır (s. 23). Kurumsal iletişimin geniş alanı içinde tek ya da ortak bir zihniyet bulunmaktadır: 'örgütün iletişimine tamlik ve bütünlükle yaklaşmak'. Köklerine baktığımızda Latince'den gelen "corpus" (*corporate*) kolektif (toplu) bir varlığın bir vücutta birleşmesi anlamına gelmektedir ki, bu da mecazi olarak birlik ve bütünlüğü çağrıştırmaktadır (Christensen ve Cornelissen, 2011, s. 387).

Kurumsal iletişim, çeşitli araştırmacılar ve akademisyenler tarafından ön plana çıkartılan üç temel hedefi olan bir yönetim işlevidir. Hedeflerden biri, kurumun bağlı olduğu gruplar ile iyi ilişkiler kurmaktır. Bir diğeri, sosyal eğilimleri değerlendirerek ve kurumsal politikalar sunarak kurumun kendisini yenilemesine ve proaktif bir şekilde toplumdaki değişikliklere ayak uydurmasına yardımcı olmaktır. Kurumsal iletişimin diğeri bir işlevi, tüm iletişimi tek bir strateji altına yerleştirerek, pazarlama etkinliklerini desteklemektir (Illia ve Balmer, 2012, s. 418).

### **Amaç ve Yöntem**

Halkla ilişkiler ve kurumsal iletişimin kapsamı ve uygulamaları açısından gerek akademide gerekse uygulamada görüş farklılıkları bulunmaktadır. Bu kapsamda çalışmanın amacı, halkla ilişkiler ve kurumsal iletişim arasındaki kavram tartışmalarını akademisyen ve uygulayıcı bakış açısıyla ortaya koymak ve bu konuyla ilgili literatür ve uygulamaya katkı sağlamaktır. Çalışma kapsamında İstanbul ve İzmir şehirlerinde çalışan halkla ilişkiler/kurumsal iletişim uygulayıcılarıyla ve üniversitelerde görev yapan akademisyenlerle yarı-yapılandırılmış derinlemesine görüşmeler

yapılmıştır. 28 Mart-14 Nisan 2018 tarihleri arasında yüz yüze yapılan görüşmeler, 30-90 dakika arası sürmüştür.

Katılımcılarla ilgili bilgiler şöyledir:

- 8 Uygulayıcı (Sektörler: sağlık, enerji, otomotiv, gıda, eğitim, kamu, beyaz eşya)
- 6 Akademisyen (4 Profesör-2 Doçent)

## **Bulgular**

Çalışma kapsamında halkla ilişkiler ve kurumsal iletişim kavramlarının nasıl değerlendirildiği, farklılıkların ve benzerliklerin ne olduğu, kavramların nasıl tanımlandıkları, hangi kavramın daha çok tercih edildiği, başarının nasıl görüldüğü açısından detaylı veriler elde edilmiştir.

## **Halkla İlişkiler ve Kurumsal İletişim Aynı Mı?**

Katılımcıların halkla ilişkilerle kurumsal iletişimin aynı olup olmadığına dair farklı görüşleri bulunmaktadır. Bazı katılımcılar, kurumsal iletişimi bazıları ise halkla ilişkileri daha kapsamlı görmektedir. Bunun yanında uygulama açısından farklılıklar olmasa da isim değişikliği yapıldığını, kurumsal iletişimin son zamanda daha popüler olduğunu ve farklı kavramlar tercih edilmesinin yalnızca halkla ilişkiler kavramının eskimesinden/olumsuz imajından kaynaklandığını vurgulayanlar olmuştur. Bu görüşlerden bazıları şöyledir:

...Halkla ilişkiler ve kurumsal iletişim birbirinden ayrı. Ama piyasaya girdiğinizde böyle bir ayrım yok. Sektörde kullanılan anlamıyla fark yok. Orada halkla ilişkiler pazarlama iletişimi de yapıyor marka yönetimi de. Teorik olarak iki kavram farklı. Uygulamada aynı. Kurumsal iletişim deyince halkla ilişkilerin üzerindeki olumsuzluklardan kurtuluyorsun. Ama uygulamaya baktığında aynı şeyleri yapıyorsun. (Akademisyen 3)

...Yaptığımız iş aynı. Sadece sektörde isim değişikliği yönelimi olduğu için şirketler departman isimlerini değiştiriyor. Hem kurumsal iletişim, hem de halkla ilişkiler için aynı uygulamaları sayarım. Medya ilişkileri, sosyal medya, paydaş ilişkileri, organizasyon, kriz iletişimi vs. (Uygulayıcı 4)

Halkla ilişkiler oturmamışken kurumsal iletişim geldi. Eski çalıştığım holding halkla ilişkiler müdürlüğü bölümünün adını kurumsal iletişim olarak değiştirdi. Aynı uygulamalar. Sadece adı değişti. İşleyiş değişmedi. Her yerde de böyle. (Uygulayıcı 1)

Mesleğin en önemli problemi ismi. Kurumsal iletişim ise eksik bırakıyor. Kurumsal iletişim çok pazarlama, çok reklam. (Akademisyen 4)

...Kurumsal iletişimin pratikte halkla ilişkiler uygulamalarından çok fazla ayrıştığını düşünmüyorum. (Akademisyen 6)

...Moda oldu. Herkes departman adını kurumsal iletişim olarak değiştiriyor. Departmanda hiç birşey değişmiyor (Akademisyen 3)

### **Hangi Kavram Tercih Ediliyor?**

Uygulayıcılardan yedi tanesi kurumsal iletişim, bir tanesi ise kurumsal iletişim veya iletişim kavramını tercih etmektedir. Akademisyenlerden üçü halkla ilişkiler, biri kurumsal iletişim veya halkla ilişkiler, ikisi ise kurumsal iletişim kavramını kullanmayı tercih etmektedir. Dolayısıyla sektörde daha çok kurumsal iletişim kavramının tercih edildiğini söylemek yanlış olmayacaktır.

### **Neden Halkla İlişkiler Kavramı Tercih Ediliyor?**

Halkla ilişkiler kavramını kullanmayı tercih eden akademisyenler, tercihlerinin nedenlerini aşağıdaki şekilde açıklamaktadır:

...İdeal anlamda halkla ilişkiler itibar kazandırır. Kurumsal iletişim başlığı, kişi düzeyindeki iletişimi dışarıda bırakıyor. Halkla ilişkileri, ben pazarlama ve pazarlama iletişiminden ayırıyorum. Halkla ilişkiler paydaşlar/kamularla iletişim kurar. Paydaşlarını ekonomik birim olarak göremez. Ekonomik birim olarak görürseniz, çift yönlü ilişkiler kuramazsınız. Halkla ilişkiler yansıtıcı paradigmaya yaklaşmalı. Halkla ilişkilerin bagajı, geçmişinden gelen sorunlar, geçmişinden getirdikleri nedeniyle çok da iyi algılanmayan imajı – itibarı. Bernays, propaganda çok savaşla ilişkiliydi, bundan dolayı halkla ilişkiler dedim diyor. Kurumsal iletişim kavramının kullanılması, geçmişteki bağı koparmak için. (Akademisyen 3)

...Halkla ilişkilerci, kamuların kurumdaki temsilcisi. Kamuların kurumu daha iyi anlamasını, daha iyi bilgi edinmesini sağlıyor (Akademisyen 4)

...Temel olduğu için halkla ilişkileri tercih ediyorum. Halkla ilişkilerin tarihsel evriminde reklam ve pazarlama bakış açısı var. Halkla ilişkiler kamu beklentilerinden ziyade kurum beklentileri. (Akademisyen 5)

### **Neden Kurumsal İletişim Kavramı Tercih Ediliyor?**

Kurumsal iletişim kavramını tercih eden katılımcılar, tercihlerinin nedenlerini ve neden bu kavramın halkla ilişkilerin yerine kullanıldığını farklı şekillerde açıklamaktadır. Görüşlerden bazıları şöyledir:

...Beni başından beri rahatsız eden nokta, halkla ilişkilerin kurum üzerinden yapılan iletişim olması. Kurumsal iletişimin temel dayanakları var, paydaş teorisi ve kültür ve kimlik. (Akademisyen 5)

...Kurumsal iletişimi tercih ediyorum. İngilizce anlamına baktığımda halkla ilişkiler çok durumu kapsayıcı. İş dünyasında yanlış anlaşılmamak için, halkla ilişkilerin yanlış anlamından dolayı kurumsal iletişim diyoruz. Altı kurumda çalıştım. Altısında da kurumsal iletişim adı altında. (Uygulayıcı 2)

...Kurumsal iletişim olunca çok havalı geliyor insanlara. Ama isim halkla ilişkiler olunca ne yapıyorsunuz ki iki tane organizasyon yapıyorsunuz, fotoğraf çekiyorsunuz deniliyor. (Uygulayıcı 3)

...Halkla ilişkiler bugünün iş hayatını karşılamıyor. İyi bir şeymiş. Kurumsal iletişim 101 gibi görüyorsunuz. (Uygulayıcı 6)

...Halkla ilişkiler kurumsal iletişime hizmet eden destek birimi. Asıl çatının iletişim departmanı olması gerekir...Halkla ilişkiler görünümde daha basit kalmış gibi oluyor. (Uygulayıcı 8)

...Halkla ilişkiler tek paydaşa yönelik. Halk var. Mecralarla iletişim. Kurumsal iletişim bunun kapsamını değiştirdi. Gene belirli bir mecra kullanılıyor ama varyansları var. Kurumsal iletişimde yapılması gereken konu başlıkları çeşitlendi. Kurumsal iletişim geniş düşünülen bir iş. Eski zamanlarda ürün iletişimi yapılıyor ve bu halkla ilişkiler. (Uygulayıcı 7)

...Halkla ilişkilerin içi boşaltıldı. Bernays, halkla ilişkilerin propagandanın insanları rahatsız etmeyen biçimi olduğunu söylemiş. İnsanların zihninde olumsuz izlenim oluşturduğu için kurumsal iletişim daha uygun geliyor. Halkla ilişkiler deyince manipülasyon, spin geliyor. Bernays progagandayı keskin bulduğum için halkla ilişkilere çevirdim diyor...Kurumsal iletişim kulağa daha hoş bir kelime geliyor. İmajı onarmak çok zordur. Halkla ilişkiler deyince akla gelen kırmızı mini etek, file çorap. Oysa mesleğin cinsiyeti yok ki. Erkekler de çok başarılı. Halkla ilişkilerin yönetim fonksiyonu olduğu anlaşılıyor. (Akademisyen 2)

### **Halkla İlişkiler ve Kurumsal İletişim Nasıl Tanımlanıyor?**

Katılımcıların halkla ilişkiler ve kurumsal iletişim tanımlarına bakıldığında birbirine çok benzer tanımlar yapıldığı göze çarpmaktadır. Bu açıklamalar şu şekildedir:

...Kurumsal iletişim, bu işin kurumla ilgili olduğunu gösteriyor. Halkla ilişkilerdeki karşılıklı sempati yaratmak kurum tarafından, kurumun çıkarına, daha pragmatik bir iletişim süreci. Halkla ilişkilerde karşılıklı çıkar, anlayış var. (Akademisyen 1)

...Kurumsal iletişim, bir kurumun bütünsel iletişim yaklaşımını stratejik bir plana dâhil eden ve bunu yayan bir yönetim dalı. Bütünsel ve stratejik. Halkla ilişkiler ise tanım olarak kamuoyuyla olan iletişimin yönetimi. (Uygulayıcı 2)

...İskandinav ülkelerindeki uygulamaları seviyorum. Halkla ilişkiler aracı bir merci gibi. Hedef kitlenin ne istediğini biliyor. Diyor ki kuruma da bu insanları mutlu etmek şunu şunu yapmalısın, kendini düzenlemelisin diyor. Halkla ilişkilerin misyonu bu olmalı. Arayıcı bir düzenleyici olmalı. (Akademisyen 2)

...Departman ismi kurumsal iletişim olunca biz her şeyin içinde içindeyiz. Medya ilişkilerini, kurum içi iletişim faaliyetlerini yönettik, yazılı çizili her şeyin içindeyiz, kurumsal, sosyal sorumluluğu yürütüyoruz. Halkla ilişkiler olunca bunların hiçbirini yapmıyorduk. Basın bülteni hazırlıyorduk, internet sayfasına girecek duyuruları yazıyorduk, yapıyorduk,. Yönetim faaliyetlerinin içinde biz yoktük. Şimdi yönetimin içindeyiz. Biz yönlendiriyoruz. Eskiden bize verilen işi yapardık. Şimdi hayır bu böyle olmalı diyoruz. (Uygulayıcı 3)

Halkla ilişkilerde şirketin görüşlerini kamuya değil de kamunun görüşlerini şirkete yansıtmalısın. (Akademisyen 3).

- ...Halkla ilişkiler 3. parti işbirlikleri...Etkinliklerle ve medya ilişkileri. (Uygulayıcı 6)
- ...Kurumsal iletişim iş stratejilerini hayata geçirme ve iletişim stratejisini entegre biçimde yönetme biçimi. (Uygulayıcı 7)
- ...Kurumsal iletişim itibar yönetimi. İtibarı destekleyenler tüm paydaşlar. Halkla ilişkiler alanı içinde sadece basın var. (Uygulayıcı 8)
- ...Kurumsal iletişim. Daha açıklayıcı. Kurum var kurumsal iletişim iki kelime bir arada net. Halkla ilişkiler nedir? Sancılı anlaşılma gitti. Mesleki anlamda mesleğin saygınlığı anlaşılabilirliği açısından uzun vadede çözecektir. (Uygulayıcı 1)
- ...Stratejik iletişim yönetimi. İletişimin de esas bir yönetim olduğunu göstermek. İş süreçlerini etkilediğini anlatmak. Yönetimde yer almak. (Uygulayıcı 2)

### **Kurumsal İletişim ve Halkla İlişkilerde Başarı**

Katılımcılar genel olarak halkla ilişkilerin başarısı ile kurumsal iletişimin başarısını benzer sonuçlarla açıklamışlardır. Paydaşlarla iyi ilişkiler kurabilmek, kurum hakkında olumlu algılar yaratmak ve tutarlı bir iletişimle uyumlu mesajlar vermek özellikle üzerinde durulan konular olmuştur. Katılımcıların görüşlerinden bazıları şu şekildedir:

- ...Hangi isimle anılırsa anılsın, başarı için benzer sonuçlar elde ediliyor (Uygulayıcı 4)
- ...Amaçlara ve hedeflere ulaşabiliyorsanız ve bunu ölçümleyebiliyorsanız...Kriz dönemlerinde paydaşların desteğini alabiliyorsanız başarılısınız. (Akademisyen 1).
- ...Bilinirlik, hedef kitlenin sempati duyması, olumlu marka imajı, basın yansımaları. Marka sadakati. Kendinden bahsettiyorsa kurumsal iletişim başarılı. Hem kurumsal anlamda hem de sosyal medya kanallarının bütününde güzel bir görseellik tutarlı bir görünüm başarıdır. (Uygulayıcı 1)
- ...Tek bir alanda değil, şirketin tüm faaliyetlerinde yapılan çalışmaların kamuoyuna yansıtılması. Tüm çarkların doğru dönmesi gerekiyor. Operasyonel süreçten müşteri temas noktasına, insan kaynakları iletişimine kadar. Şirketin tüm çarklarının hep beraber hareket ederek dönüp bir mesajla dışarı çıkabilmesi. (Uygulayıcı 2)
- ...Her ikisi içinde etik uygulamalar, dürüstlük. Kurum içinde insanları mutlu etmek, dışarı da başarıyı getiriyor. İçini mutlu edersen dışarı da oluyor. (Akademisyen 2)
- ...Halkla ilişkilerde başarı sosyal sorumluluk projesi ve ödül...Kurumsal iletişimde başarıdan bahsedeceksek soyut bir kavram. Raporlar ve iş yaptığımızın raporları ve ölçüm araçlarını kullanma. (Uygulayıcı 5)
- ...Değerlendirme yaptığınız konuyu başarıya bağlamakta zorlanıyorsunuz. Kurumsal iletişimde başarı ölçümlemenin başarı kriterine bağlı. (Uygulayıcı 7)
- ...Kurumsal iletişimde başarı tüm departmanların birbirlerini anlaması ve ortak akla sahip olması. Ortak mesaj ve kamuların iyi idare edilmesi. (Akademisyen 5)



...Kurumsal iletişimde her bir paydaşın kuruma ilişkin algısının nasıl evrildiği-izlenim.  
(Akademisyen 6)

...Halkla ilişkilerde başarı, kurum içi stratejilerle uyumlu halkla ilişkiler yönetimi. Kurumsal iletişimde başarı bir itibar yönetimi, vizyon yönetimi, dışarıya en iyi şekilde yansıtmak.  
(Uygulayıcı 6)

...Halkla ilişkilerde başarı doğru ve iyi bir iletişim kanalı yaratmak...sürdürülebilir ve tutarlı bir ilişki yaratmak. (Uygulayıcı 8 )

...Eğer gerçekten halkla ilişkiler yapılıyorsa, halkın da kurumun nezdinde temsil edilebildiği, halkın onayının aldığı yerde başarı olur... Gerçek temsilde birlikte ortak karar verebilme, alınan kararlardan karşılıklı memnuniyet, gerçek bir kazan kazan ilişkisi olursa, hatta halkın kazanabildiği bir ilişki söz konusu olabilir. (Akademisyen 1).

Akademisyenlerden biri ise halkla ilişkilerin başarısı ile kurumsal iletişimin başarısını çok net şekilde şu sözlerle ayırmıştır:

...Kurumsal iletişimin başarısı, kurumun iletişiminin başarısı demek. Halkla ilişkilerin başarısı, paydaşların/kamuların görüşlerini kuruma aktarabilmek, onlarla anlaşmak, onların ihtiyaçlarını ve gereksinimlerini karşılamak...Halkla ilişkilerciye duyarlılığa sahip olmalı. Kamuların görüşleri masaya taşınmalı. Diyalog, uzlaşma kültürü çok önemli. Bu becerileri elde etmeli. İlişki yönetimi becerisi olacak. Kahveye gidip köylülerle konuşacak. Halkla ilişkiler kamuya gider. Kurumsal iletişim kuruma çağırır herhalde. (Gülüyor). (Akademisyen 3)

### **Başarıyı Etkileyen Faktörler**

Katılımcılar halkla ilişkiler ve kurumsal iletişimin başarısını etkileyen faktörler içinde yönetimin bakışı, farklı disiplinlerde bilgiye sahip olmak, temel iletişim becerilerine sahip olmak, iyi bir kadronun olması ve bütçe gibi gerekliliklerden söz etmiştir. Bazı katılımcıların görüşleri şöyledir:

...İçeriden yönetimin bakış açısı. Bir holdingse şahıs şirketiye de vizyonu, bakış açısı önemli, işin profesyonelliğine saygı duyup, uzmanlara bırakması çok önemli. Birim yönetiminin vizyonu çok önemli. Bütçe. Ajans seçimi, yaratıcı veya organizyon ajans seçimi. Bilgi beceri. (Uygulayıcı 1).

...Tolerans, ne olursa olsun etik uygulamalar, bedel ne olursa olsun ödemek, dürüstçe yönetmek, psikoloji, sosyoloji, antropoloji, pazarlama bilmek, genel kültür, her türü insanla iletişim kurma becerisi geliştirmek, egolarını bir kenara bırakabilmek, sistematize bir çalışma ortaya çıkarmak. (Akademisyen 2).

...Ne zaman, neyi, ne şekilde konuşacağız. Kurumsal işlerin yavaşlamasını sağlayan etki kadro ve bütçelerden kadronun kısıtlı olması. (Uygulayıcı 5)

...Doğru insanla çalışmak, ayrı profesyonellik. (Uygulayıcı 6)

## Uygulayıcıların Nitelikleri

Katılımcılar halkla ilişkiler ve kurumsal iletişim uygulayıcılarının benzer niteliklere sahip olması gerektiğinden söz etmişlerdir. Bunun yanında bazı katılımcılar kurumsal iletişim uygulayıcılarının işletme fonksiyonlarına daha fazla hâkim olması beklentisinin altını çizirken; halkla ilişkiler uygulayıcılarının sosyal bir hassasiyete sahip olması gerektiğine vurgu yapmıştır:

...Kurumda yapmak istediklerini anlatabilme yeteneği olmalı, sayılar verebilme, ölçümler verebilme. Kurumsal iletişim elemanı daha işletmeye yakın, işletme fonksiyonlarına hâkim, planlayabilir, örgütleyebilir, biraz muhasebeden bile anlaması gerekebilir, yatırımın geri dönüşümü hesaplayabilmeeli, daha kar amaçlı. Yatırım maliyetini ve kazandırdığını söyleyebilir biri olmalı. (Akademisyen 1)

...Bütün iş süreçlerine hakim olmalı. İşin teknik boyutunu bilmeli. İnsan kaynaklarını bilmeli. Özgüvenli, istikrarlı, akılcı, rakamsal ve duygusal değerlere hâkim...Daha kamuoyuna dönük işler yapması, daha kendini ifade etmesi, fiziksel olarak bir yerde bulunması, kampanya sürecini yürütmekte birebir ilişkileri yönetmesi gerekmekte. Daha fazla kişisel ilişki yönetimi. Halkla ilişkilerci daha duygusal değerlere sahip. (Uygulayıcı 2)

...Kurumsal iletişim ve halkla ilişkiler aynı. Entellektüel zeka seviyesi yüksek olmalı. Kesinlikle aykırı ve yaratıcı olmalı. Kendi diline çok hâkim olmalı. Çok okuyup çok araştırmalı, sekiz gözü olmalı. Herşeye meraklı, herşeyden az biraz anlamalı. Çok sosyal, kesinlikle iletişim fakültesi mezunu olmalı. Dış görünüşten çok beyninin içine bakarım. Genel iletişim, pazarlama, organizasyon yönetim. Dil bilgisi, yazarlık, yaratıcı yazarlık. Detaycılık ve kontrol. Psikoloji, sosyoloji, sosyal psikoloji... Her bir alanda eğitim sosyal psikoloji, pazarlama, reklam, biraz grafik renk matbaa bilgisi. Reklam, uygulama ağırlıklı olmalı. Yerinde uygulama gibi dersler. Okulda atölye gibi etkinlikler. Okuldan kitapların arasından çıktığında biliyor olmalısın. (Uygulayıcı 1)

...İlla iletişim fakültesinden çıkması gerekmiyor. Yazı bir anda olmuyor. Zaten yatkın olursun. Yazmak da yazarlık da gelişir. (Uygulayıcı 8)

...İşletimciler yürütmeli. Ekonomi mezunu olsun kurumsal duruşu olsun bana yeter diyor. Bence böyle değil. (Uygulayıcı 3)

...Kurumsal iletişimci kurum için çalıştığının bilincinde olmalı, dışarıdan içeriye çok veri alabilmeli. İnsanları nasıl yönlendireceğini bilmen gerekiyor, psikoloji, sosyoloji konularında ehil, meraklı. Düzenli sistematik çalışabilen. Kalem iyi olmalı. (Akademisyen 1)

...Kurumsal iletişimci için...İyi organize etme becerisi, yeteneği, planlı programlı disiplinli, detaycı, kontrolcü, iyi iletişim bilgisi, güçlü iletişimi olan, kendini iyi ifade edebilen, sözlü ve yazılı şekilde. İyi yazma yeteneği önemli. (Uygulayıcı 1)

...Halkla ilişkiler uygulayıcısı...Daha halkın içinde, halkın sosyal yapısını daha iyi bilen, farklı gruplarla konuşabilen çok corporate havası olması gerekmiyor, tamamen şirketin çıkarına değil, kurumu dışarıda savunabilen, dışarıyı kurumda savunabilen. (Akademisyen 1)

...Yazı. Eskiden halkla ilişkilerde usta çıraklık ilişkisi vardı. (Uygulayıcı 7)

...Halkla ilişkilercilerin sosyal hassasiyeti olmalı. (Akademisyen 4)

### **Tartışma ve Sonuç**

Bu çalışmada özellikle son yıllarda gerek akademinin gerekse uygulamanın tartışma konularından biri olan halkla ilişkiler ve kurumsal iletişim arasındaki kavram kargaşasını akademisyen ve uygulayıcı gözüyle ortaya koymak amacıyla hareket edilmiştir. Böylece ülkemizdeki duruma ilişkin bir durum tespiti yapılmaya çalışılmıştır. Yüzyüze görüşmelerin yapıldığı araştırmada, konuya ilişkin derinlemesine veriler elde edilmiştir. Öncelikle kurumsal iletişim kavramı araştırmaya katılan sektörde çalışan uygulayıcıların tamamı tarafından halkla ilişkiler yerine tercih edilmektedir. Son zamanlarda kurumların departman isimlerini kurumsal iletişim olarak değiştirdiklerine sıklıkla tanık oluyoruz. İletişimcilerin de çalıştıkları departmanın isminin kurumsal iletişim olmasından dolayı memnun olduklarını araştırma verilerine dayanarak söylemek olasıdır. Uygulayıcıların görüşlerine göre, kurumsal iletişim daha kapsayıcıdır, işletme fonksiyonlarına daha yakındır, daha fazla görevi içermektedir ve dolayısıyla üst yönetimden daha fazla destek görmektedir. Örneğin, katılımcılardan biri çalıştığı departman isminin halkla ilişkilerden kurumsal iletişime çevrildiğinde, yönetimin bakış açısının değiştiğini ve başka departmanlarda çalışan kişilerin kendisine farklı davranmaya başladığını vurgulamıştır. Bunun gibi faktörler nedeniyle kurumsal iletişimin gün geçtikçe daha fazla departman tarafından tercih edilen bir isim olacağını öngörmek mümkündür.

Katılımcılara kurumsal iletişim ile halkla ilişkilerin aynı olup olmadığı sorulduğunda bazıları aynı, bazıları ise aynı olmadığını cevabını vermektedir. Bazı katılımcılar paydaş, sürdürülebilirlik gibi temel kavramlar üzerinden kurumsal iletişimi farklılaştırarak daha uygun bir isim olarak değerlendirse de; çoğu katılımcı uygulamalardan söz ederken kurumsal iletişim ve halkla ilişkiler arasındaki bir farktan söz etmemiştir. Bazı katılımcılar kurumsal iletişim ismi kullanıldığında departmanın işletme fonksiyonlarına daha yakın görüldüğünü vurgulasa da, uygulamaya döküldüğünde hangi uygulamalar nedeniyle farklılaştığı sorusunun cevabını vermek çok güçtür. Dolayısıyla şu uygulamalar halkla ilişkilerin, şu uygulamalar kurumsal iletişimin demek mümkün olmadığı gibi; aralarındaki (varsa) çizgiyi netleştirmek de oldukça zordur. Şöyle ki katılımcılar tarafından sözü edilen itibar, imaj, sosyal sorumluluk, kriz, sorun yönetimi, sürdürülebilirlik gibi kavramların hiçbiri ne yalnızca halkla ilişkilerin ne de yalnızca kurumsal iletişimdir. Bu durumda halkla ilişkilerle kurumsal iletişim arasındaki farkın (eğer varsa) ne olduğunu ortaya koymak oldukça zor olacaktır.

Katılımcılar kurumsal iletişimin tercih edilme nedenleri arasında daha kapsayıcı olması, daha stratejik olması, kurumda daha üst bir konumda yer alabilmesi gibi faktörleri saymaktadır. Bunların yanı sıra halkla ilişkilerin geçmişinden gelen olumsuzluklar ve günümüzdeki etkileri belki de kurumsal iletişim kavramının popüleritesini arttıran en önemli husus olmaktadır. Şöyle ki katılımcılardan birinin de vurguladığı gibi Edward Bernays'in "Propaganda çok savaşı anımsatıyordu, bu yüzden halkla ilişkileri tercih ettim" demesi de mesleğin babalarından biri olarak sayılan kişinin ağzından halkla ilişkilerin nasıl görüldüğüne ilişkin önemli bir mesajdır. Bu durumda kurumsal iletişim tercihi, kurumsal iletişimin sahip olduklarından değil de halkla ilişkilerin sahip olduğu olumsuzluklardan mı kaynaklanıyor sorusunu ortaya çıkarmaktadır. Dolayısıyla halkla ilişkilerin

geçmişinden kurtulmak için kurumların iletişimini yürüten departmana farklı bir isim verilmesi bir çıkış noktası olarak görülebilmektedir. İleride kurumsal iletişim ismi de olumsuz algılanırsa, iletişimciler yeni bir kavram arayışına mı girecektir sorusunun üzerinde önemle durulmalıdır.

Teorik kökenlerine bakıldığında kurumsal iletişim, daha çok işletme-yönetim akademisyenleri tarafından kullanılan bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Halkla ilişkiler yerine kurumsal iletişimi tercih etmek, kamuların yeteri kadar temsil edilememesi anlamına mı gelecektir sorusu iletişim uygulayıcılarının cevaplaması gereken hususlardan biridir. Şöyle ki ülkemizde eğitim veren üniversitelerde oldukça yüksek sayıda halkla ilişkiler bölümü bulunmaktadır. Halkla ilişkilerin meslekleşmesi açısından bu bölümlerden mezun kişilerin istihdam edilmesini talep ederken; kurumsal iletişim ismini kullanmak alanı başka bölümlerden mezun kişilere bırakmak anlamına da gelebilir. Halihazırda halkla ilişkilerde başka bölümlerden mezun kişiler de çokça istihdam edilirken; kurumsal iletişim denildiğinde işletme fonksiyonlarına ilişkin daha fazla eğitim almış kişilerin istihdamı da kaçınılmaz olacaktır. Oysa ki halkla ilişkiler yalnızca kurumların temsili değildir. Katılımcılardan birinin de ifade ettiği gibi halkla ilişkilerin başarısı, yalnızca kurumların başarısı olamaz. Halkla ilişkilerin başarısı, kamuların ne kadar temsil edildiğine de bağlıdır. Bu noktada halkla ilişkiler uygulayıcılarının yalnızca işletme perspektifinden değil, kamuların gözünden de konuları değerlendirmesi gereklidir.

Çalışma kapsamında elde edilen verilere dayalı olarak kurumsal iletişimin uygulama dünyasında tercih edilirliliğinin hızla artacağı öngörülmüyor olsa da, iki uygulama alanı arasındaki farkın net olarak ortaya konulması en azından şimdilik mümkün görünmemektedir. Benzer eğitimleri almış ve benzer niteliklere sahip olması beklenen kişilerce yerine getirilen, aynı uygulamalara sahip iki alanı birbirinden ayırmak üzerinde çokça düşünülmesi gereken bir husustur.

Bu çalışma kapsamında nitel bir yöntem kullanıldığından, nicel yöntemlere kıyasla daha küçük bir gruba ulaşılmış, ancak derinlemesine veriler elde edilmiştir. Gelecek çalışmalarda daha büyük katılımcı sayılarına ulaşıldığında, daha genellenebilir veriler elde etmek mümkün olabilecektir.

### Kaynakça

- Canöz, K. (2008). Kamuda halkla ilişkilerin yeni yüzü: Bilgi edinme yasası. *Selçuk İletişim Dergisi*, 5(3), 141-152.
- Christensen, L. T. ve Cornelissen, J. (2011). Bridging corporate and organizational communication: Review, development and a look to the future. *Management Communication Quarterly*, 25(3) 383-414.
- Coombs, T. W. ve Holladay, S. J. (2007). *It's not just PR: Public relations in society*. MA: Blackwell Publishing.
- Cornelissen, J. P. (2008) *Corporate communication: A guide to theory and practice*. London: Sage.
- Temel Eğinli, A. (2014). Halkla ilişkiler sadece iyi kişilerarası ilişkiler kurmak değildir?. A. Temel Eğinli (Haz.), *Halkla ilişkiler ne değildir?* içinde (s. 67-94). İstanbul: Say Yayınları.
- Ertürk, K. Ö. (2016). Dönüşen iletişim paradigmasının halkla ilişkilerdeki iletişim politikasına etkileri (Tarihsel bir analiz). *Journal of World of Turks*, 8(1), 205-220.
- Grunig, J. E. (2009). Paradigms of global public relations in an age of digitalisation. *PRism*, 6(2), 1-19.
- Hutton, J. G. (1999). The definition, dimensions, and domain of public relations. *Public Relations Review*, 25(2), 199-214.

- Illia, L. ve Balmer, J. M. T. (2012). Corporate communication and corporate marketing: Their nature, histories, differences and similarities. *Corporate Communications: An International Journal*, 17(4), 415-433.
- Jain, R. ve Bain, M. (2017). Delivering higher value through higher performance: Insights on performance evaluation and talent management in corporate communication. *Public Relations Journal*, 11(1), 1-18.
- Kalender, A. (2013). Kavram olarak halkla ilişkiler, Dünyada ve Türkiye’de halkla ilişkilerin tarihsel gelişimi. A. Z. Özgür (Haz.), *Halkla İlişkiler* içinde (s. 2-29). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayını No: 1676.
- Köseoğlu, Ö. (2014). Halkla ilişkiler: Duyurumdan yansıtıcı role. A. Temel Eğinli (Haz.), *Halkla ilişkiler ne değildir?* içinde (s. 9-66). İstanbul: Say Yayınları.
- Mazzei, A. (2014). A multidisciplinary approach for a new understanding of corporate communication. *Corporate Communications: An International Journal*, 19(2), 216-230.
- Mihai, R. (2017). Corporate communication management: A management approach. *Valahian Journal of Economic Studies*, 8(2), 103-110.
- Mohamad, B. ve Bakar, H. A. (2018). Corporate communication and strategic management: history, operational concept and integration. *Proceedings of the Advances in Social Science, Education and Humanities Research (ASSEHR)*, 186, 15th International Symposium on Management (INSYMA 2018), 240.244.
- Podnar, K. (2015). *Corporate communication: A marketing viewpoint*. New York: Routledge.
- Steyn, P. ve Puth, G. (2010). *Corporate communication strategy*. Cape Town: Heinemann.
- Smith, R. D. (2009). *Strategic planning for public relations*. New York: Routledge.
- Tekvar, S. O. (2017). Habermas ve Bourdieu’nün temel kavramları üzerinden halkla ilişkileri yeniden düşünmek. *Erciyes İletişim Dergisi “Akademia”*, 5(1), 82-94.
- Tosun, N. Babür (2003). Kurumsal iletişim sürecinde reklamin ve imaj yönetiminin bütünlük konumu. *Marmara Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, 18(1), 173-191.
- Tuncel, H. (2009). Halkla ilişkilerin adlandırma sorunsalı üzerine bir değerlendirme. *Marmara İletişim Dergisi*, (14), 109-123.
- van Riel, C. B. M. (1995). *Principles of corporate communication*. Essex: Pearson.
- van Riel, C. B. M. ve Fombrun, C. J. (2007). *Essentials of corporate communication*. New York: Routledge.
- van Ruler, B. ve Vercic, D. (2002). The bled manifesto on public relations. 12.03.2018 tarihinde [www.bledcom.com](http://www.bledcom.com) adresinden edinilmiştir.
- Wilcox, D. ve Cameron, G. (2012). *Public relations strategies and tactics*. Boston, MA: Allyn and Bacon.
- Woo, C. W., Gorpe, S. ve Kalupa, F. (2013). Professional perspectives: An international study of professionalism, ethics and social value of public relations. Proceedings of 11<sup>th</sup> International Communication in the Millennium Symposium, Minnesota, USA. 20 – 24 Mayıs 2013.
- Yıldız, N. (2010). Halkla ilişkilerde kavramlar, sınırlar, sorunlar. *Selçuk İletişim Dergisi*, 6(2), 24-32.
- Zerfass, A. (2008). Corporate Communication revisited: Integrating business strategy and strategic communication. A. Zerfass, B. van Ruler ve K. Sriramesh (Haz.), *Public Relations Research* içinde (s. 65-96). VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Zerfass, A. ve Viertmann, C. (2017). Creating business value through corporate communication: A theory-based framework and its practical application. *Journal of Communication Management*, 21(1), 68-81.

## Public Relations or Corporate Communication? Concept Discussions of Academics and Professionals

Burcu ÖKSÜZ\*\*  
Serra GÖRPE\*\*\*

Public relations is usually misunderstood, and the nature of what it is that public relations professionals do is not quite known. Beyond only being a societal perception, it is possible to state that this is a situation which public relations professionals find themselves facing quite frequently. When compared with other more-established professional fields; we see public relations trying to prove its worth to its target groups, customers and to society as a whole. Since every country's level of development is different from one another; there tends to be variations and contrasts in its practice. Coombs and Holladay (2007) have summarized the criticisms brought against public relations in six key points. These points are: public relations does not represent the truth and tends to twist it, albeit while not blatantly lying. The origins of public relations lean upon manipulation and persuasion, and that the initiatory practices in its field were inclined toward unethical persuasion and propaganda. Public relations empowers already powerful corporations and other institutions. It serves only the interests of powerful corporations, thus weakening the democratic process. The thought that the only way society can escape the influence of public relations is by understanding it in its fullest sense. And lastly; the practice of public relations is limited to publicity and visibility in the media (pp. 14-16).

Corporate communication is becoming more widespread with each passing day, and according to some, it implies a management function called public relations. Steyn and Puth (2010) specify that the term "corporate communication" implies a more "accurate and valid" description that modern organizations need, and that since earlier years such as 1992, the usage of the term "corporate communication" has been preferred to "public relations" (pp. 2-3). Justifying the rendering of the name of public relations void by synonymizing public relations with corporate communication would not be accurate. Currently, there are both graduate and postgraduate courses being offered at universities; academic research being conducted, and refereed scientific journals and books being

\*\* Assoc. Prof. Dr., İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi, Medya ve İletişim Bölümü, İzmir, Türkiye, burcu.oksuz@ikc.edu.tr. Orcid ID: 0000-0003-4195-9261.

\*\*\* Prof. Dr., University of Sharjah, College of Communication, Sharjah, Birleşik Arap Emirlikleri, tgorpe@sharjah.ac.ae. Orcid ID: 0000-0002-9634-2827.

published in the name of public relations. In other terms, public relations has established its place in academic literature (Tuncel, 2009, pp. 121-122).

The result of public relations being used erroneously by the media is a collective misconception of it by society. Manipulation, propaganda, prevaricating and image – making in the service of corporate interest are all descriptions used to describe public relations. The studies conducted by pertinent academics from different countries about the representation of public relations in the media portrays this perception (Woo et al., 2013). When we look at the development of public relations departments in the corporate world of The United States, we see that the initial functions were promotion and advertising (Wilcox, 2012). Later these functions evolved being expressed through terms such as: integrated marketing communications, integrated communications or holistic communications; a holistic approach has become a prominent constituent of public relations’ business objectives.

Tosun (2003) emphasizes that dubbing public relations as synonymous with corporate communication would be inaccurate; as ‘management communication’, ‘organizational communication’ and ‘integrated marketing communications’ which are shown as components of corporate communications, may not always operate within public relations (p. 176). It is emphasized that the roots marketing public relations, which contribute to marketing communications is in the history of public relations. For example, Edward Bernays’ 1929 campaign – which encouraged women to smoke cigarettes – is an example of a marketing public relations campaign. Marketing public relations advocate Thomas Harris states that public relations understands very well the target consumer group, and that based on successful applications implemented in our modern day, public relations’ reputational contributions can be seen in marketing as well (Smith, 2009, pp. 5-8).

### **Public Relations**

In Turkey, public relations practices in the modern sense first started during the 1960s in the state (governmental) sector. In order to explain the relation between the state (government) and its citizens, the English term “public relations” was first translated into Turkish as “amme münasebetleri”, then “halkla münasebetleri,” then finally as “halkla ilişkiler” (Tuncel, 2009, p. 110). The translation of “public relations” into Turkish as “halkla ilişkiler” commenced an interpretation quandary since the word “halk” is generally perceived to mean “public/society”; it, for a long time, was described as relations with the public/society. Both the word “relations” and the public relations profession are perceived as forming connections with others, thus restricting the notion of public relations and causing it to be perceived as narrow-scoped (Temel Eğinli, 2014, p. 67).

Public relations has been characterized not by what it is, but by what it does. When asking a professional to define what public relations is, receiving a list comprised of to publicize, press agency, (corporate) advertising, issue management and media relations, is most probable (Köseoğlu, 2014, p. 11). The primary criticism brought against the public relations definitions is that they focus on the effects of public relations and specific tasks of professionals instead of its fundamental purpose. Another widespread criticism is that the academic definitions are normative and peremptory as opposed to the more authentic description brought forth by commercial and political definitions

(Hutton, 1999, p. 201). Tekvar (2017) points out that until recently public relations was interpreted as “planned-out communication operations (practices) carried out so that the organization can reach its goal,” and that both public relations and communications operations are unilateral, single-sided, positivist, automated, and lean upon monologues (p. 83).

Kalender (2013, p. 4) emphasizes that public relations can be defined as a management function, or communication management, but in recent times there have been definitions defining it as relationship management. Similarly, Yıldız (2010) states “instead of looking with a trite generalization of the definition such as ‘building bridges between organizations and the pertaining public’, we should come to see it as the unignorable field which yields the capacity to change the world and society through the pertaining public” (p. 25). The fundamental principle of public relations is providing the public with accurate information, to strive to create a positive image about an institution or person, and to create reciprocal understanding all within the realm of legitimacy (Canöz, 2008, p 141). The objective of public relations is carried out not through the embracement of its works by target groups, but by the affirmance (embracement) of these functions in reciprocal understanding, auspicious intentions and tolerance. The fulfillment of this objective is linked to both being aware of the public’s wishes, expectations and needs; and to informing the target audience of its objectives and ambitions (Ertürk, 2016, p. 211).

van Ruler and Vercic (2002) describe the four characteristics of public relations in Europe as so:

Reflective: This role is related to organizational standards, values, views, and strives for the development of organizational missions and strategies.

Managerial: This role pertains to commercial and other (internal and external) stakeholder groups; the public opinion, and the execution of organizational missions and strategies.

Operational: This role pertains to the execution of communication plans.

Educational: This role pertains to the organization members’ minds and actions and targets the internal stakeholder groups. (p. 14)

Grunig (2009) summarizes the essential principles of public relations as the following:

- Strengthening public relations
- Integrated communication function
- Separate management function
- Management carried out by strategic managers as opposed to communication technicians or administrative directors
- Partaking in strategic management
- Two-way and symmetrical communications
- Diversity
- Ethical (p. 2)



## **Corporate Communication**

Although literature of corporate communication goes as far back as the 1970s; during this time, corporate communication was known as public relations and was under the jurisdiction of the public relations department (Mohamad ve Bakar, 2018, p. 240). Podnar (2015) defines corporate communication as the synchronization of one institution's different communicative aspects and the integration of the messages which they dispatch. Van Riel (1995) on the other hand states that corporate communication is a supervisory instrument which harmonizes all forms of inner and outer communications intended for the stakeholders. Another definition states: "The integration of all predisposed communications operations being carried out so that the organization may reach and execute its goals" (Tosun, 2003, p. 175). Mihai (2017, p. 104) emphasizes that corporate communication management also incorporates public relations, internal communication, investor relations and corporate advertising. van Riel and Fombrun (2007) state that corporate communication can be separated into these three dimensions: management communication, organizational communication, and marketing communications.

The role of the corporate communicator in the daily functions of the organizations and its value-added contribution is becoming more and more vital. (Jain ve Bain, 2017, p. 4). According to Zerfass (2008) corporate communication primarily aims to inform and create meaning, and as a result of this, influence stakeholders. Because of this, corporate communication serves to provide both services and products (success), and also to create abstract values (potential success in future) in the organizations (2008). Corporate communication is a valuable resource for both listening to, and learning from the environment. At the same time, it is a key factor for creating a wide frame of support for corporate activities, repositioning the company, and supporting concordant strategies (Zerfass and Viertmann, 2017, p. 72).

Although Cornelissen (2008) points out that corporate communication, in broad terms, conveys the meaning of message (intelligence) flow especially from big corporations, in our modern day corporate communication underlines the fact that it is possible to apply this meaning to many different organizations. There is a difference between corporate and other types of organizational communication. For example, there are clear-cut target audiences for organizational communication functions such as advertising and employee relations, but that is not the case for corporate communication. Corporate communication exist to create and conserve amiable corporate reputation amongst stakeholders (2008). There is a collective mindset within the wide scope of corporate communication: 'approaching organizational communication with integrity and collectivity.' When looking at its roots in Latin; the word "corpus" means a merging of a collective entity into one body, which metaphorically invokes unity and collectivity (Christensen and Cornelissen, 2011, p. 387).

Corporate communications is a managerial function with three fundamental aims brought forth by various researchers and academics. One of them is the company establishing auspicious relations with affiliated (dependent) groups. Another being: evaluating social inclinations and by means of offering corporate policies, helping the company to renew itself and proactively keep up with changes in society. Another function is supporting marketing campaigns by keeping all communication under one strategy (Illia and Balmer, 2012, p. 418).

## Research

The purpose of the paper is to look at the territories, the nature, and the differences and similarities between public relations and corporate communication. The paper analyzes these territories through literature review in terms of their definitions and scope. In addition to the theoretical point of view, the paper also aims to investigate the current understanding of these terms by conducting semi-structured interviews with Turkish academics and professionals in the cities of Istanbul and Izmir. Public relations is a usually misunderstood concept basically for two main reasons: one is related with the negative portrayal of public relations in the media, and the other one is that it stills suffers from its roots which were initially related to persuasion and propaganda. When it comes to corporate communication, we can say that different disciplines have produced different conceptualizations of corporate communication. At one point, discussing terminologies of public relations and corporate communication can be interpreted as an unnecessary attempt, but definitions/concepts should be studied, discussed, agreed upon and developed as well. Otherwise, individual interpretations of public relations and corporate communication limit or prevent the objective understanding of the theoretical and practical framework. The goal of this study is to explore the conceptualization of public relations and corporate communication ideas by academics and professionals, and to contribute to the academic literature and its practice. In this respect, a qualitative study has been conducted. Semi-structured, face-to-face interviews took place in Istanbul and Izmir with practitioners as well as academics at the rank of associate professor or professor. A total of 14 people were interviewed. The practitioners represented different sectors such as health, energy, automotive, food, education, public and white goods sectors, and all were in high rank corporate communications posts. When compared to the quantitative method, although a small group was reached, interviews that lasted 30 to 90 minutes each generated more in-depth data about the issues addressed. Data on how the concepts of public relations and corporate communication are understood and defined, how success is defined, and which factors affect success were gathered. The interviews took place between 28 March and 14 April 2018. Our findings reveal that all practitioners prefer corporate communication over public relations. They view corporate communication as more comprehensive, closer to the business function, and as having more support from top management. The negative past of public relations is stated as another reason. Academics seemed to favor public relations over corporate communication. Academics who preferred the former explained that public relations includes the public, and it does not see its stakeholders as an economic unit only. Most interviewees did not emphasize a prominent difference between corporate communication and public relations. In general, the success factors involved in corporate communication and public relations were reported as being similar. It was mentioned that practitioners have similar qualifications, but some participants stress that corporate communication practitioners need to be knowledgeable about business practices. The factors affecting the success of both public relations and corporate communication functions are mentioned as follows: management's approach (support), knowledge of different disciplines, possession of basic communication skills, and a good working team and budget. The study leaves us with further questions to elaborate upon and deliberate: as stated, the preference for corporate communication over public relations can be attributed to some

extent to the negative connotations of public relations, but what will happen if one day corporate communication also carries negative perceptions? Will other alternative names be generated? Moreover, choosing corporate communication over public relations can endanger the representation of the people in society. We also discuss the implications of our findings in terms of education and professionalism in the field of public relations. basic communication skills, and a good working team and budget. The study leaves us with further questions to elaborate upon and deliberate: as stated, the preference for corporate communication over public relations can be attributed to some extent to the negative connotations of public relations, but what will happen if one day corporate communication also carries negative perceptions? Will other alternative names be generated? Moreover, choosing corporate communication over public relations can endanger the representation of the people in society. We also discuss the implications of our findings in terms of education and professionalism in the field of public relations.

## Feeling in Responding Advertising Exposure on YouTube: The Moderation Influence of Online Experience

Tri Weda RAHARJO\*

### Abstract

The use of YouTube as a medium of social networking to promote the products proved to be quite effective, yet sometimes it can cause disruption to the users. It is due to the advertisement has interrupted the streaming activity, causing annoyance and displeasure followed by avoidance. Regarding with the problem, this study examined the feelings while response to ad impressions on YouTube. The population of the study is including the YouTube users in Indonesia. Questionnaires used for collecting data which is involving 105 samples of 263 samples that had been spread on colleges and government offices in Surabaya. From the results of this study, it can be concluded that: (1) ad intrusiveness significantly affect ad irritation; (2) online experience does not significantly provide impact in weakening the relation among ad intrusiveness and ad irritation; (3) online experience significantly impact on weakening the relation among ad intrusiveness and ad avoidance; (4) ad intrusiveness significantly affect ad avoidance; (5) ad irritation significantly affect ad avoidance; (6) ad avoidance does not significantly affect the attitude toward the brand.

**Keywords:** Ad Intrusiveness, Ad Irritation, Ad Avoidance, Attitude toward Brand, Online Experience

### Introduction

Nowadays, the existence of internet in societies which exists in line with the globalization, have made it such an important thing. The usefulness reflects on daily activities to business activities that can generate profit. Among the various activities that are supported by the presence of the Internet, one of the activities that gained quite a lot of people's preference is access to a variety of social media services. Social media classification as a tool for commercial necessary are divided into six kinds including social bookmarking, sharing media content, social networks, voting sites, blogs, and micro blogs (Boyd and Ellison, 2007; Singh, Veron and Cullinane, 2008).

Further, social media existence has been provide good advantageous in build brand reputation, knowledge's sharing, and marketing utilities (Kaplan and Haelein, 2010; Bolotaeva and Cata, 2010).

---

\* Research and Development Agency, East Java, Indonesia, triweda03@gmail.com. Orcid ID: 0000-0002-1298-1454

Therefore, social media marketing appears as system which allows the marketers for interacting and also utilizes many resources collectively for marketing importance. This system has integrated the social media principles along with marketing elements communications in an effort to create a strong and lasting relationship (Chikandiwa, Contogiannis and Jembere, 2013).

Before digital era, to advertise products through television, radio, or newspapers need much cost. But, for now, by utilizing social media, advertising the products do not need to cost a lot of money, just simply create an account, activate and do direct promotion in certain social media. In the recent years, social networking sites such as YouTube, Twitter, Facebook, MySpace, LinkedIn and Friendster have become an integral part in everyday live.

The large numbers of network users have opened new loop holes for media marketing. Thus, the conventional system has developed into online system with software development and networking in particular such as social networking: YouTube. Previously, it has been known that, to establish an online sales system need a lot cost of money, but nowadays anyone can utilize YouTube as marketing place. It does not require sophisticated information technology since basically this media merely show the items through video content.

Brands could easily deliver their marketing messages and reach the target market through YouTube. The supremacy of YouTube video content for marketing activity is that the video may turn into viral. In simple definition, viral marketing can be described as a strategy that uses the concept of viral techniques (such as viruses) to hook a huge visitors through the impression of content. Hence, it will lead the visitors to share the video which has captured his/her attention on other social media platforms and also numerous accounts. For instance, when a person watches a funny video in YouTube, unconsciously, the person will be impressed and shared the video to their community via another social media, such as Instagram, Twitter, WhatsApp, or even Facebook.

Thus, viral marketing technique is considered to be the primary key for brands to be existed in cyberspace up to now. However, such a brand needs to pay attention to the business pillars in social media, hence the advantageous of YouTube as well as another social media networks can be obtained for information exchange and self-branding. Moreover, the users also can express its own argument or opinion, praise as like in direct communication (Andre, Bernstein, and Luther, 2012, pp. 36-37).

In this case, YouTube depicted as a website that provides a wide range of video from video clips or even movies. YouTube has several benefits for its users such as for entertainment and sharing knowledge by uploading variety of useful tutorials. Moreover, it can be used also for market products, by uploading video contents related to products, services or corporate brands, so therefore it can be regarded as free advertising.

## **Literature Review**

Several studies have been conducted in relation with perceived ad intrusiveness. Thus, the result showed that several dimension are exist including: disturbances on individual's privacy (Sipior and Ward, 1995), cognitive, task performance (Li, Edwards and Lee, 2002) and content media (Ha, 1996).

According to the dimensions above, ad intrusiveness can be described as the level of unrequested communications interferes with the individual's cognitive and tasks performance and offensive material. Another aspect of ad intrusiveness is represented by interference performance of one's duties namely the person's cognitive processing. Ad intrusiveness is social media users' cognitive process which assumes ad as disturbing and distracting the thoughts or activities (Li, Edwards and Lee, 2002; pp. 37-47). From the foregoing description, it can be concluded that ad intrusiveness is cognitive processes disorder of the social media users generated by advertising.

Furthermore, the disruption caused by the perceived intrusiveness will rise to dissatisfaction with the ad called as ad irritation. Ad irritation as proposed by Aaker and Bruzzone (1985) is dissatisfaction, impatient, and unpleasant stimuli caused by various forms of advertising (pp. 47-57). It can be concluded that ad irritation is negative feelings or displeasing feeling brought about by stimulus advertising.

The result of several previous studies showed that some potential factors able to trigger the ad irritation and ad intrusiveness on the advertised products (Aaker and Bruzzone, 1985; Aaker and Norris, 1982; De Pelsmacker and Van den Bergh, 1998; Li, Edwards, and Lee, 2002; Fennis and Bakker, 2001; Friz, 1979; Ha, 1996; Li, Edwards, and Lee, 2002; Stayman and Aaker, 1988). Ad irritation has also described to be the first reaction of consumers towards advertising (Aaker and Bruzzone, 1985; Aaker and Stayman, 1990; De Pelsmacker and Van den Bergh, 1998). However, ad irritation always leads to more negative attitudes on advertising and dissatisfaction of social media users caused by stimulation of the advertising (De Pelsmacker and Van den Bergh, 1998, p. 6).

In facing the problem dealing with ad intrusiveness and ad irritation, social media users may try to withdraw from the disturbing ad by doing ad avoidance. Thus, ad avoidance can be defined as all the actions performed by the users to avoid exposure to advertising (Speck and Elliott, 1997a, p. 61).

The relationship among ad intrusiveness, ad irritation and ad avoidance need to be investigated for the following reasons: first, ad intrusiveness is considered as thing that easily capture people's attention, such as the existence of billboards which disturbing the pedestrian (Vespe, 1997, pp. 176-179). In a recent study on consumers in the United States, Bauer and Greyser (1968) acknowledged that the ad intrusiveness is a primary cause of irritation to the advertising (pp. 3-7). Although, advertisers sometimes prefer consumers, hence, consumers tend to form negative behavior towards this tactic. This negative behavior then will affect the perception and behavior towards the brand (MacKenzie and Lutz, 1989) and sometimes leads to the rejection of the advertisement (ad avoidance) (Abernethy, 1991; Clancey, 1994; Krugman and Johnson, 1991).

In addition, Rust and Varki (1996) give opinion that advertising on the media will be less interfere due to interactivensess (pp. 173-191). Yet, several studies have noted that online advertising is irritating (Reed, 1999, pp. 25-26). It can be seen in the new tactics such as pop-up ads that isolate users as passive viewers of a forced message, the same as advertising on television. Ad intrusiveness has been addressed in several studies (Bauer and Greyser, 1968; Greyser, 1973; Ha, 1996; Pollay, 1986), but it is still not optimal yet (Li, Edwards, and Lee, 2002).

The study related to the relationship between ad intrusiveness, ad irritation and ad avoidance conducted by Li, Edwards, and Lee (2002) showed that the relationship among variables is that one of five relationships proved to be insignificant, i.e between ad intrusiveness and cognitive ad avoidance (pp. 37-47).

The description dealing with the relationship among ad intrusiveness and ad avoidance, showed that ad intrusiveness lead to the rejection on the advertisement (Abernethy, 1991; Krugman and Johnson, 1991; Clancey, 1994). It means that the relationship between ad intrusiveness directly related to the ad avoidance. Hence, there is insignificant relation between ad intrusiveness and cognitive ad avoidance which strength the reason to conduct research about ad irritation, ad intrusiveness and ad avoidance.

Feeling on the brand is including the response of the consumers whether please or displeasing to the brand after the ads stimulus delivered to someone (Phelps and Hoy, 1996, p. 79). As the conception of the relationship between elements in the Model Attitude-Toward-Ad proposed by Schiffman and Kanuk (2007), that the cognitive component represents the probability of an individual will perform certain actions or behave in a certain way with regard to the attitude object. Meanwhile, ad avoidance is the actions performed by users in different media that reduce the exposure to advertising content. Thus, the ad avoidance influences the attitude toward advertising.

Hwang, Yoon and Park (2011) found that the response to the advertising is positively associated with attitudes website, while the web site attitudes will positively affect attitude toward the brand. Ad avoidance is a form of negative attitudes toward advertising. Furthermore, Schiffman and Kanuk (2007) states that attitude toward advertising influences the attitude toward the brand. So it can be said that ad avoidance affects the attitude toward the brand (p. 210).

Individual's experience in using online media will affect their feelings while facing the disruption caused by the perceived intrusiveness. Online experience is including several elements such as browsing, selecting, finding, and evaluating information, and interacting as well as transact with the online company (Constantinides, 2004, pp. 111-121).

User experience is dynamic, constantly changing from time to time due to the different change in use and individual change systems as well as the broader context of the use they could find. Organism refers to the organic experience of individuals that includes the flow, engagement, cognitive networks, schemes, and so on Li, Edwards, and Lee (2002) argues that consumers learning from the experience by interacting with their environment (pp. 37-47).

Moreover, Keng, Smoski and Robins (2011) have classified the online experience into two kinds: (1) direct product experience; and (2) indirectly product experience. Direct product experience occurred when users obtain information directly interact with the product. Meanwhile, indirectly product experience occurred when the user experiencing product through advertising (p. 1045). In particular, product experience will lead the user or consumer to do future purchasing (Spudich and Chiou, 2008, p. 280). Thus, the response can be in many forms from please or displeasing reaction and of internal to external.

According to Constantinides (2004) the main elements of the online experience or web experience are as follows: (1) the functionality of the website which includes elements relating to usefulness and interactivity of the website, (2) the psychological elements that are intended to reduce consumer uncertainty over the trust and credibility communications on online vendors and website, (3) the content elements include aesthetic aspects of the presentation and the marketing mix (p. 112). These three factors are included into major marketing tool marketers who are in control of electronic (e-marketers) (Constantinides, 2004, p. 121). The description is a perspective view of a marketer. Meanwhile, from the perspective of the consumer or user, according to the online research experience with reference to the opinion of Dzaujak (2004) is a person's performance in using social media YouTube based on its duration, level of frequency as well as the type and number of results (information) which has been obtained. Thus, a person's online experience describes based on the using of online media using relate to the duration, level of frequency as well as the type and number of results (information) which has been obtained (p. 57).

A person, who is experienced in using online media (in this case, YouTube) for a long duration time, will be accustomed to overcome the ad intrusiveness, ad irritation, ad avoidance. Hence, it will lead more on accommodating to advertise on YouTube since the accommodative attitude towards advertisement will facilitate their acceptance of the brands advertised. It is in line with MacKenzie, Lutz, and Belch's (1989) statement that, the negative behaviors which are influenced by the intrusiveness will affect the perception and behavior towards the brand perception and feelings (pp. 48-65).

## Method

### Model of Research

The model developed in this study is explained in the figure below. It is divided into two models: model 1 without moderation online experience. Meanwhile, model 2 includes the influence of the online experience.

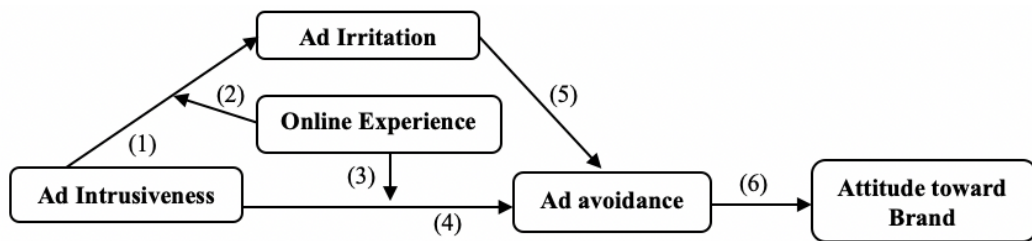


Figure 1. Conceptual Framework



Ad intrusiveness is a disorder of cognitive processes in social media user generated by advertising. The measurement of this variable refers to research conducted by Li, Edwards and Lee (2002), with only took four indicators from eight indicators, namely: (1) bothersome; (2) intrusive; (3) forced and (4) distracting. Each indicator is measured using Likert scale research and provided five answer options, which the lowest answers rated 1 and the highest rated 5, by the type size is interval. On these indicators, the higher the value then more negative the numbers which indicating indicator assessment of the indicator.

Ad irritation is users' negative or unpleasant feeling toward social media YouTube caused by stimulation of the ad. The measurement of this variable refers to research conducted by Aaker and Bruzzone (1985), with the indicators: (1) annoyance with the duration of ad; (2) annoyance with the frequency of ad exposure; (3) uncomfortable with the content of ad; and (4) uncomfortable with the sound generated ad impressions (pp. 47-57). Each indicator is measured using Likert scale research and provided five answer options, which answers the lowest rated 1 and the highest rated 5, the type size of the interval. On these indicators, the higher the value the more negative numbers indicating indicator assessment of the indicator.

Ad avoidance is all different action to avoid or reduce to advertising content exposure on YouTube. By adopting the opinion of Speck and Elliott (1997a) ad avoidance depicted as cognitive and behavioral, the indicator variables include: (1) see some ads served then click on the ads; (2) allow the ads served without seeing it; and (3) close the ads served (pp. 61-76). Each indicator is measured using Likert scale research and provided five answer options, which the lowest answers, rated 1 and the highest rated 5, the size type is interval. The higher the value of the variable numbers indicating more negative assessment of this indicator.

Online experience is one's experience in using social media YouTube based on duration, level of frequency, and type and number of results (information) which has been obtained, with under reference Djauzak (2004), the factors that affect the experience include: time, frequency, and application. So that, the indicators of this variable are: (1) period in using; (2) frequency in using; and (3) the main media used to get information (p. 57). Each indicator is measured using Likert scale research and provided five answer options, which the lowest answers rated 1 and the highest rated 5, with the size type is interval. On these indicators, the higher the numerical value indicates more positive indicators on the indicator assessment.

Attitude toward the brand is a tendency to respond in a way that is favorable or unfavorable to the particular brand after stimulus delivered ads. With reference to the research conducted by Kruger, Kühn, Petzer and Mostert (2013), the indicators of these variables include: (1) brand which promoted are quite good; (2) trust in the promoted brand (3) please with the promoted brand; and (4) prefer to use promoted brands. Each indicator is measured using Likert scale research and provided five answer options, which answers the lowest rated 1 and the highest rated 5, the type size of the interval. On these indicators, the higher the numerical value indicates more positive indicators on the indicator assessment.

Regarding with the explanation of model research above, this study used quantitative explanatory which aims to analyze the relationships between variables and explain the influence between variables through hypothesis testing. These variables are: ad intrusiveness, ad irritation, ad avoidance, online experience, and attitude toward the brand.

The population in this study was taken from YouTube users in Indonesia. The sampling technique used was purposive sampling and accidental sampling which is combined to be purposive accidental techniques. This sample technique use some consideration based on chance or coincidentally met the researchers following several respondents criteria: (1) the Indonesian society; (2) 17 years old or more; (3) doing video streaming activities via YouTube for the last two weeks; and (4) seeing ads while video streaming on YouTube. Then, the primary analysis used to determine the effect is Structural Equational Modelling (SEM) analysis.

## Results

### Description of the Research Object

In this study, the Internet users in the government offices circumstance and/or in the campus area in Surabaya are chosen as respondents. The reason to choose those respondents are due to the majority of YouTube users are Indonesian women aged between 17-21 years. Most of the respondents were users of YouTube with high school education background and undergraduates, university students and civil servants. Furthermore, most of the respondents were stay in big cities. It showed that the development of internet technology today is rapid and has already reached into various areas, especially large cities, especially Surabaya as big city in Indonesia. From 105 of the 263 people surveyed, was selected as the respondent in accordance with the criteria of screening in this study. A description of the character of the respondent is important as the initial information that supports the results of research conducted on YouTube users.

**Table 1.** Sex and Age

Criteria	Frequency	Percentage
<b>Sex</b>		
Male	43	41.0
Female	62	59.0
Amount	105	100.0
<b>Age</b>		
17-21	53	50.5
22-26	23	21.9
27-31	10	9.5
32-36	6	5.7
37-41	4	3.8
42-46	3	2.9
47-51	2	1.9
52-56	4	3.8
Amount	105	100.0

Table 1 showed that from 105 YouTube users in Indonesia, it was about 43 people (41%) are male and 62 (59%) are women. The age range in this study restricted from 17 years to 56 years, in which the majority (50.5%) were aged 17-21 years YouTube users. Then YouTube users aged 22-26 years (21.9%) and 27-31 years (9.5%).

**Table 2.** Education

<b>Education</b>		
<b>Criteria</b>	Frequency	Percentage
High school education	65	61.9
Bachelor	3	2.9
Graduate	27	25.7
Post-graduate	10	9.5
Amount	105	100.0

The age of population were dominated by the range of 17-21 years are suitable for review based on educational background. Mostly the ages were educated high school (61.9%). Then, about 27 people Undergraduate (27%), Post graduate (9.5%), and the least are Diploma III which only three people (2.9%).

**Tabel 3.** Occupations and Residences

<b>Criteria</b>	Frequency	Percentage
<b>Occupation</b>		
Entrepreneurs	5	4.8
Employees	9	8.6
Civil servants	32	30.5
Honorary	1	1.0
Student	58	55.2
Amount	105	100.0
<b>Residence</b>		
Village	25	23.8
Medium-sized cities	33	31.4
Urban	47	44.8
Amount	105	100.0

From Table 3, based on the occupations which are around 55.2% of the 105 YouTube users surveyed were students. Meanwhile, 30.5% are working as civil servants. The rest are private sector employees (8.6%), entrepreneurs (4.8%), and honorary (1%). Based on the residence, the majority of YouTube users surveyed live in large urban areas (44.5%), 31.4% medium-sized cities, and 23.8% in villages.

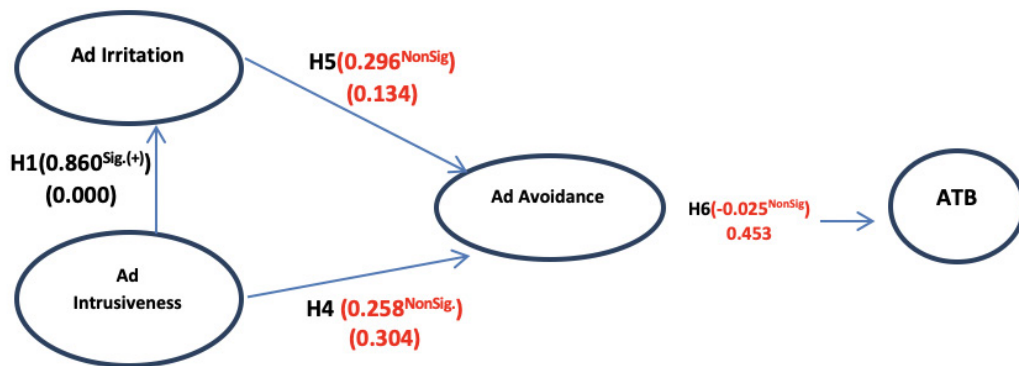
**Table 4.** Streaming Purpose

Criteria	Frequency	Percentage
Streaming purpose		
News	1	1.0
News; Certainty Information	1	1.0
Entertainment	<b>64</b>	<b>61.0</b>
Entertainment; Entertainment	5	3.8
Entertainment; News; Certainty Information	6	5.7
Entertainment; Certainty Information	12	11.4
Certainty Information	17	<b>16.2</b>
Total Amounts	105	100.0

The majority of respondents' purpose in streaming YouTube is for entertainment (61%) and certain information (16.2%). This is supported by the rapid technological development in various areas, especially large cities with the different life style with intermediate cities or even villages, so that the level of activity of mobile and internet access can also be obtained easily and even facilitated for free.

### Model 1

This model is a model without moderating online experience. The results show as the picture below:



**Figure 2.** Models without moderation of Online experience

In Figure 2 above shows the relationship between variables as follows: (1) Ad intrusiveness significantly influence ad irritation on advertising for users of social networking YouTube; (2) Ad intrusiveness does not significantly influences the ad avoidance on advertising for users of social networking YouTube; (3) Ad irritation does not significantly influence the ad avoidance on advertising for users of social networking YouTube (4) Ad avoidance does not significantly influence the attitude toward the brand in the advertising for users of social networking YouTube.

## Model 2

This model is a model with online experience moderation. The results show as follows:

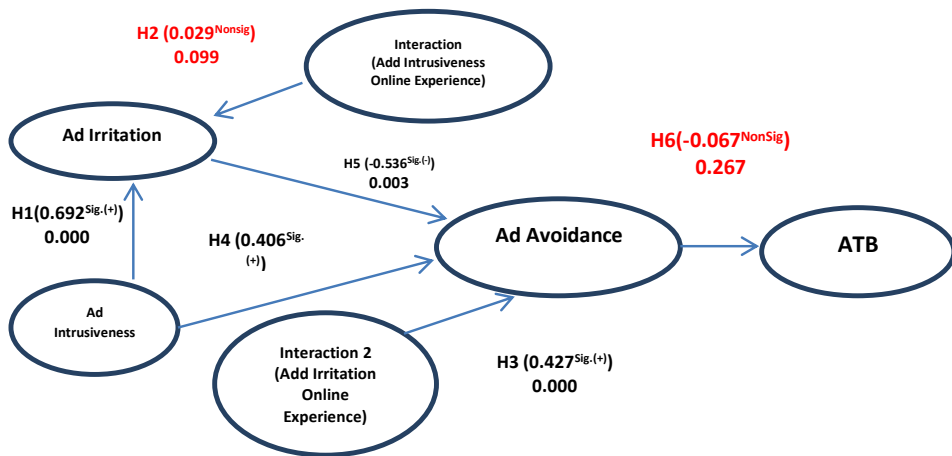


Figure 3. Models with moderation of online experience

In Figure 3 above, it indicates several matters: (1) Ad intrusiveness significantly affect ad irritation on product advertising for users of social networking YouTube; (2) Online experience does not have significant effect in weakening the relationship of ad intrusiveness and ad irritation on product advertising for users of social networking YouTube; (3) Online experience significantly weaken the relationship of ad intrusiveness and the avoidance on product advertising for users of social networking YouTube; (4) Ad intrusiveness significantly influence ad avoidance on product advertising for users of social networking YouTube; (5) Ad irritation significantly influence ad avoidance on product advertising for users of social networking YouTube; (6) Ad avoidance does not significantly influence the attitude toward the brand in the product advertising for users of social networking YouTube.

## Discussion

Results of hypotheses testing (H1) indicates that the ad intrusiveness impacts positively on the ad irritation. In more detail, it is known that the indicator intrusive (x1.2) of most respondents reflect on ad intrusiveness, this condition indicates that the ad intrusiveness most felt by YouTube users on ad serving mainly because of intrusive. Meanwhile, the indicator that dominates ad irritation condition is the duration or period (x2.1). Ads that interfere with the process of programming the consumers or editorial content in the media environment will cause irritation of the ads that will be welcomed. Feelings of irritation may increase to the extent that annoying ads because of their execution (i.e., too hard or too long) or placement (i.e., too much or too often).

Results of testing the hypothesis (H2) suggests that the online experience has no significant effect in weakening the relationship of ad intrusiveness to the ad irritation. In more detail, it is known that the interaction between ad intrusiveness with online experience shows that the most dominant indicator intrusive (x1.2) interactions with a frequency of access (x3.2). Meanwhile, the indicator that dominates ad condition irritation is the duration (x2.1). The result which states that online experience has no significant role in moderating influence on the ad intrusiveness irritation can be explained with the opinion of Huang (2003). Huang states that online experiences involve the desire or willingness to browse or interact with the web. During exploration, some interaction occurs between the user and the web, which may involve the user to spend time reading the text or looking at the graph, or could involve questioning the user to complete the transaction or database (pp. 2223-2253).

Results of hypotheses testing (H3) showed that online experience has a moderating role to influence the relationship between ad intrusiveness with ad avoidance. In more detail, it is known that the interaction between ad intrusiveness with online experience shows that the most dominant indicator interaction intrusive (x1.2) with a frequency of access (x3.2). Meanwhile, the indicator that dominates ad avoidance is by immediately closed the ads that appear during streaming YouTube (y1.3). Thus, the online experience weakens the influence of ad intrusiveness relationship towards ad avoidance. Referring to the opinion of Djauzak (2004), is a person's performance in using online media based on its duration, level of frequency also the type and number of results (information) which has been obtained, thus someone who has more experience would reduce rejection of ad impressions that disturb them.

Results of hypothesis testing (H4) showed that ad intrusiveness positively impacts on ad avoidance. Ad intrusiveness character is reflected by the most intrusive indicator (x1.2). Meanwhile, the indicator that dominates ad avoidance condition is closed immediately the ads that appears on YouTube (y1.3). So, the psychological consequences that arise from Internet users on Youtube ad serving is boredom. This boredom turned out to cause a reaction in the form of behavioral ad exposure which directly closes pop-up ads on YouTube. The results are in line with the results of the study by Li, Edwards and Lee (2002), which indicates that there is a significant relationship between ad intrusiveness and behavioral ad avoidance (pp. 37-47). Also, in line with Cronin and Menelly (1992) described that viewers who might avoid ads while recognition of what happened, not in specific ad content (pp. 1-7). They generally do not distinguish between ads that they avoid the ads they watch; they just avoid all the ads (Abernethy, 1991, pp. 223-231).

Results of hypotheses testing (H5) indicate that ad irritation impact negatively on ad avoidance. Indicators ad irritation that most reflects his character is the duration (x2.1), in other words the reaction of most ad irritation felt by YouTube users on ad serving mainly because of the duration of the ad is. While the indicator that dominates ad avoidance condition is immediately closed ads that appear on YouTube (y1.3). The negative sign on the path coefficient means higher ad caused irritation on ads on YouTube, then the lower the ad avoidance reaction YouTube users on the ad. The results are in line with the results of Li, Edwards and Lee (2002), that there is a significant relationship

between ad irritation and cognitive ad avoidance and as well as a significant correlation between ad irritation and behavioral ad avoidance (pp. 37-47).

Afterward, the results of hypothesis testing (H6) showed that ad avoidance has no significant influence on the Attitude toward Brand. These results are in line with the argument expressed by MacKenzie, Lutz and Belch (1986); Olney, Labruyere, Wang, Wozniak, Price and Sesma (1991); and Park, Jaworski, and MacInnis (1986) regarding with the role of advertising in building trust and feeling of the brand. However, there is no significant relationship between ad avoidance and Attitude toward Brand. Thus, it shows that the reaction while seeing ads on YouTube by directly closes pop-up ads does not necessarily affect the attitude of YouTube users to the brand ads they see.

## Conclusion

The use of YouTube as a medium of social networking to promote the products proved to be quite effective, yet sometimes it can cause disruption to the users. It is due to the ads that appear has interrupted the streaming activity, causing annoyance and displeasure followed by avoidance. Thus, the result show that: (1) ad intrusiveness significantly affect ad irritation; (2) online experience does not have a significant effect in weakening the relationship of ad intrusiveness of the ad irritation; (3) online experience significantly weaken the relationship of ad intrusiveness toward the ad avoidance; (4) ad intrusiveness significantly affect ad avoidance; (5) ad irritation significantly affect ad avoidance; (6) ad avoidance does not significantly affect the attitude toward the brand.

In addition, for further researches, it is hoped that the discussion will be used another social media beside YouTube. Since, the advertisements are not merely appear in YouTube, rather it also appear in Instagram, Facebook, as well as Twitter. Hence, the feeling of social media user will be different based on the certain social media they mostly used.

## References

- Aaker, D. S. and Bruzzone, D. E. (1985). Causes of irritation in advertising. *Journal of Marketing*, 49(2), 47-57.
- Aaker, D. A and Norris, D. R. (1982) Characteristics of TV commercials perceived as informative. *Journal of Advertising Research*, 22(2), 61-70.
- Aaker, D. A. and Stayman, D. M. (1990). Measuring audience perception of commercial and relating them to ad impact. *Journal of Advertising Research*, 30(4), 7-17.
- Abernethy, A. M. (1991). Physical and mechanical avoidance of television commercials: An exploratory study of zipping, zapping and leaving. In R. Holman (ed.), *Proceedings of the American academy of advertising* (pp. 223-231). NY: The American Academy of Advertising.
- Andre, P., Bernstein, M. and Luther, K. (2012). What makes a great tweet? *Harvard Business Review*, 90(5), 36-37.
- Bauer, R. A. and Greyser, S. A. (1968). *Advertising in American: The consumer view*. Boston, MA: Harvard University.
- Bolotaeva, V. and Cata, T. (2010). Marketing opportunities with social networks. *Journal of Internet Social Networking and Virtual Communities*, 2010, 1-8.
- Boyd, M. D. and Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210-230.

- Chikandiwa, S. T., Contogiannis, E., and Jembere, E. (2013). The Adoption of social media marketing in South African banks. *European Business Review*, 25(4), 365-381.
- Clancey, M. (1994). The television audience examined. *Journal of Advertising Research*, 34(4), S1-S1.
- Constantinides, E. (2004). Influencing the online consumer's behavior: the Web experience. *Internet Research*, 14(2), 111-126.
- Cronin, J. J. and Menelly, N. E. (1992). Discrimination vs. avoidance: "Zipping" of television commercials. *Journal of Advertising*, 21(2), 1-7.
- De Pelsmacker, P. and Van den Bergh, J. (1998). Advertising content and irritation: A study of 226 TV commercials. *Journal of International Consumer Marketing*, 10(4), 5-28.
- Djauzak, A. (2004). *Peningkatan Mutu Pendidikan Sebagai Sarana Pembangunan Bangsa*, Jakarta: Balai Pustaka.
- Fennis, B. M. and Bakker, A. B. (2001). "Stay tuned—we will be back right after these messages": Need to evaluate moderates the transfer of irritation in advertising. *Journal of Advertising*, 30(3), 15-25.
- Friz, C. T. (1979). A numerical taxonomic study of six species of the free-living amoeba. *Archiv für Protistenkunde*, 122(3-4), 360-371.
- Li, H., Edwards, S. M. and Lee, J. H. (2002). Forced exposure and psychological reactance: Antecedents and consequences of the perceived intrusiveness of pop-up ads. *Journal of Advertising*, 31(3), 83-95.
- Greyser, S. (1973). Irritation in advertising. *Journal of Advertising Research*, 13(1), 3-7.
- Ha, L. (1996). Advertising clutter in consumer magazines: Dimensions and effects. *Journal of Advertising Research*, 36(4), 76-84.
- Huang, Z. M., Zhang, Y. Z., Kotaki, M. and Ramakrishna, S. (2003). A review on polymer nanofibers by electrospinning and their applications in nanocomposites. *Composites science and technology*, 63(15), 2223-2253.
- Hwang, J., Yoon, Y. S. and Park, N. H. (2011). Structural effects of cognitive and affective responses to web advertisements, website and brand attitudes, and purchase intentions: The case of casual-dining restaurants. *International Journal of Hospitality Management*, 30(4), 897-907.
- Kaplan, A. M. and Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53(1), 59-68.
- Keng, S. L., Smoski, M. J. and Robins, C. J. (2011). Effects of mindfulness on psychological health: A review of empirical studies. *Clinical Psychology Review*, 31(6), 1041-1056.
- Kruger, L. M., Kühn S. W., Petzer, D. J. and Mostert, P. G. (2013). Investigating brand romance, brand attitude and brand loyalty in the cellphone industry. *Acta Commercii*, 13(1). DOI: 10.4102/ac.v13i1.178.
- Krugman, D. M. and Johnson, K. F. (1991). Differences in the consumption of traditional broadcast and VCR movie rental. *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, (35), 213-232.
- Li, H., Edwards, S. M. and Lee, J. H. (2002). Measuring the intrusiveness of advertisements: Scale development and validation. *Journal of Advertising*, 31(2), 37-47.
- MacKenzie, S. B., Lutz, R. J. and Belch, G. E. (1986). The role of attitude toward the ad as a advertising effectiveness: A test of competing explanation. *Journal of Marketing Research*, 23(2), 130-143.
- MacKenzie, S. B. and Lutz, R. J. (1989). An empirical examination of the structural antecedents of attitude toward the ad in an advertising pretesting context. *Journal of marketing*, 53(2), 48-65.
- Olney, J. W., Labruyere, J., Wang, G., Wozniak, D. F., Price, M. T. and Sesma, M. A. (1991). NMDA antagonist neurotoxicity: mechanism and prevention. *Science*, 254(5037), 1515-1518.
- Park, C. W., Jaworski, B. J. and MacInnis, D. J. (1986). Strategic brand concept-image management. *Journal of Marketing*, 50(4), 135-145.



- Phelps, J. E. and Hoy, M. G. (1996). The Aad-Ab-PI relationship in children: the impact of brand familiarity and measurement timing. *Psychology and Marketing*, 13(1), 77-101.
- Pollay, R. W. (1986). The distorted mirror: Reflections on the unintended consequences of advertising. *Journal of Marketing*, 50(2), 18-36.
- Reed, M. (1999). Going beyond the banner ad. *Marketing*, (April), 25-26.
- Rust, R. T. and Varki, S. (1996). Rising from the ashes of advertising. *Journal of Business Research*, 37(3), 173-191.
- Schiffman, L. G. and Kanuk, L. L. (2007). Purchasing behavior. 207-215.
- Singh, T., Veron, J. L. and Cullinane, J. (2008). Blogging: a new play in your marketing game plan. *Business Horizons*, 51(4), 281-292.
- Sipior, J. C. and Ward, B. T. (1995). The ethical and legal quandary of email privacy. *Communication of the ACM*, 38(12), 48-54.
- Speck, P. S. and Elliot, M. T. (1997a). Predictors of advertising avoidance in print and broadcast media. *Journal of Advertising*, 26(3), 61-76.
- Spudich, P. and Chiou, B. S. (2008). Directivity in NGA earthquake ground motions: Analysis using isochrone theory. *Earthquake Spectra*, 24(1), 279-298.
- Stayman, D. M. and Aaker, D. (1988). Are all the effects of ad-induced feelings mediated by AAd? *Journal of Consumer Research*, 15(3), 368-373.
- Vespe, F. (1997). High-tech billboards: The same old litter on a stick. *Journal of Public Policy and Marketing*, 16(1), 176-179.

## Sağlık Haberlerinde Risk Söylemi\*

### The Discourse of Risk in Health News Stories

**Bahar KAYIHAN\*\***  
**Himmet HÜLÜR\*\*\***

#### Öz

Hayatta kalmak ve bununla ilişkili olarak da güvenlik ve risk insanlık tarihi boyunca en temel konulardan olmuştur. Algıladığımız haliyle modern riskin ortaya çıkışı, modernliğin ortaya çıkışı ile paraleldir. Hem modernliği hem de modernliğin risklerini yaygınlaştıran ise sanat, felsefe ve kitle iletişim araçları gibi üst yapılarıdır. Bu çalışmada sağlık ile ilgili haberlerdeki risk söylemi incelenmektedir. Bulaşıcı ve ölümcül hastalıklarla, kürtajla, çocukların cinsel istismarıyla ve otizmle ilgili haberler, çeşitli hastalıklara karşı önleyici tavsiyeler veren ve hastalıkların nedenlerini ya da ne yapılması gerektiğini söyleyen haberler, gömülü anlamları açığa çıkarabilmek için eleştirel söylem analizi yöntemi ile incelenmiştir. Hem geleneksel gazeteciliğin haberleri hem de yurttaş gazeteciliğinin haberlerinin incelendiği çalışmada, risk söylemi açısından yurttaş gazeteciliğinin anlamlı bir farklılık ortaya koymadığı anlaşılmıştır. Ayrıca, sağlık haberlerinde söz edilen riskin, belli davranışları yaptırmak için ya da belli ürünleri tüketmek için bir aracı olduğu görülmüştür. Sağlık haberlerinin iktidar politikasına, iktidarı eleştiren görüşlere, ataerkil düzene ya da mevcut toplumsal söyleme karşıt görüşe, milli birlik ve beraberliğe dayalı görüşlere ya da ilaç şirketlerine hizmet eder bir tutuma sahip olduğu anlaşılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Risk, Risk Söylemi, Sağlık Haberciliği, Eleştirel Söylem Analizi, Yurttaş Gazeteciliği

#### Abstract

Survival, safety, and risk have been the most fundamental issues throughout human history. The emergence of modern risk, as we perceive it, is parallel to the emergence of modernity. The ones that promote modernity and modern risks are the superstructures such as art, philosophy and mass media. This study

\* Bu çalışma, ilk yazarın Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Anabilim dalında tamamladığı ‘Toplumsal Dönüşüm Sürecinde Risk Söylemi Bağlamında Haber Çözümlemesi’ başlıklı doktora tezinden üretilmiştir.

\*\* Arş. Gör. Dr., AHBV Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Ankara, Türkiye, bahar.kayihan@hbv.edu.tr. Orcid ID: 0000-0001-5196-4350

\*\*\* Prof. Dr., AHBV Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Ankara, Türkiye, himmet.hulur@hbv.edu.tr. Orcid ID: 0000-0002-5863-4976

examines the risk discourse in health news stories. News items about infectious and deadly diseases, abortion, children's sexual abuse, and autism, reports about preventive measures against various diseases, the reasons of diseases or news about the things that need to be done were analyzed by critical discourse analysis method. In the study, in which both the news of traditional journalism and the news of citizen journalism are analyzed, it was understood that citizen journalism did not present a meaningful difference in terms of risk discourse. In addition, the risk discourse in health-related news stories has been seen as a tool to perform certain behaviors or to consume certain products. It has been understood that the health-related news stories serve for; government policy, dissenter opinion, patriarchal structure or views against current social discourses, views based on national unity and cohesion, or an attitude that serves for pharmaceutical companies.

**Keywords:** Risk, Risk Discourse, Health News, Critical Discourse Analysis, Citizen Journalism

## Giriş

Modern toplumda risk, önceki dönemlerde hiç olmadığı kadar önemli bir konu haline gelmiştir. Risk, önceleri hem olumlu hem de olumsuz durumları tanımlamak için kullanılırken, modern dönemde yalnızca olumsuz belirsizlikleri ifade etmek için kullanılır olmuştur (Furedi, 2001, s. 44). Luhmann (1993) önceki toplumlarda tehlikelerin daha bariz olduğunu, modern toplumlarda ise riskin daha belirgin olduğunu vurgular (s. 24). Modern toplumun gündemi tamamen insanların karşılaşılabileceği risklere odaklı hale gelmiştir. Ölümcül hastalıklar, salgınlar, küresel ısınma ve çevre felaketleri ile ilgili kaygıları nedeniyle insanlar panik yaşamaktadırlar (Furedi, 2001, s. 47-51). Luhmann'a (1993) göre teknolojinin gelişimi tüm diğer faktörlerden daha fazla oranda insanların dikkatini risklere yöneltmiştir (s. 83).

Modernlikle birlikte belirsizlik ve olumsuzluk riskin temel bileşenleri haline gelmiştir. Algıladığımız haliyle modern riskin ortaya çıkışı, modernliğin ortaya çıkışı ile paraleldir. Beck (2011), günümüzdeki risklerin ve tehditlerin Ortaçağdaki risk ve tehlikelerden ayrıldığını, risk kavramının modernleşme kavramıyla doğrudan bağlantılı olduğunu ve bizzat modernleşmenin yarattığı risklerden söz edilebileceğini söyler (s. 25). Fromm (1991), ise, en popüler modern kavramlardan birinin güvenlik olduğunu belirtir. Güvenlik yaşamın temel amacı haline gelmiştir. Bunun nedeni ise, uzun yıllardır dünyayı egemenliği altına alan savaş riski ve otomatizasyon ile birlikte aşırı konfor arzusudur. Buna bağlı olarak da Batılı ülkelerde her vatandaşın işsizliğe, hastalıklara ve yaşlılığa yönelik olarak bir güvencesinin olması zorunluluk haline gelmiştir. İnsanlar, problemlerinin olmamasını, şüphelerinden arınmayı, hiçbir risk almamaları ve her zaman güvende hissetmeleri gerektiğini giderek daha fazla hissetmektedirler (s. 188-189).

Her ne kadar Beck (2002) kendi tezinin sınıflı bir toplum yapısı fikrine dayanmadığını vurgulasa da, risklerin sonuçlarının eşit olmayan bir şekilde dağıtıldığını belirtir (s. 42). Lacy (2002), Beck'in farklı sınıfların riske farklı şekilde maruz kaldığı yönündeki görüşünü, Marx'ın 18. yüzyıl İngiltere'sinin fabrikalarında çalışan işçilerin sağlık riskleriyle karşı karşıya oluşunu vurgulamasına benzetir. Güvenlik, bir metaya dönüşmektedir ve bu da örneğin ne kadar fakir olursak o kadar fazla çeşitli kirlilik biçimleriyle yüzleşeceğimiz anlamına gelir (s. 54).

Neyin ne derece riskli olduğunu belirleyen ve riskleri daha eşitsiz hale getiren ise medyadaki risk söylemidir. Rwanda'da binlerce, hatta milyonlarca kişi öldüğünde bunu görmezden gelen medya, Boston'da on kişinin ölümüne neden olan bir patlamayı günlerce, haftalarca ve aylarca konuşmaya devam eder. Patlama riski Ortadoğu'da çok daha fazladır, ama Avrupa medyası sürekli olarak kendilerini tehdit eden patlama riskinden bahseder. Çeşitli korku öğeleriyle insanları söz ettiği risklerden endişe eder hale getirir. Bazı ABD medya organları Irak'ın barındırdığı kitle imha silahları nedeniyle büyük bir risk olduğunu, o nedenle Irak'a mutlaka müdahale edilmesi gerektiğini söylediğinde halkın büyük bir çoğunluğu bu riske gerçekten inanmıştır. ABD'nin dış politikası böylece meşrulaşmış ve bu örnekle medya güçlü olanın gücünü pekiştiren bir araç olduğunu gözler önüne sermiştir. O halde medyanın bahsettiği riskler kimi zaman gerçeklikle ilişkisi olmayan kurgulardan ya da güçlü olanların risk olarak değerlendirdiği politik olgulardan ibarettir. O halde, medya anlatılarının edebiyat anlatılarından çok da farklı olmadığını söylemek mümkündür. Farklı olansa, ilkinin gerçekliğin temsili zannetmemiz ve kurgu olduğunu bilmememiz, ikincisinin ise kurgu olduğunu bilmemizdir.

Tüm disiplinler riski sosyokültürel bir inşa olarak görmezler. Sosyologlar genellikle riski bir inşa olarak görme eğilimindeyken, ekonomistler riski bu şekilde görmemeye eğilimlidirler (Bullen, Fahey ve Kenway, 2006 s. 57). Bu çalışmada ise riskler birer inşa olarak, risk haberlerini sunan medya ise çeşitli odaklar (iktidar, muhalif görüşler, ataerkil yapı, muhafazakâr düzen, ilaç kartelleri, vb.) tarafından geliştirilen risk inşalarını pekiştiren bir araç olarak değerlendirilmektedir. Çalışma kapsamında hem geleneksel basının haberleri hem de yurttaş gazetecilerin haberleri eleştirel söylem analizi yöntemi ile incelenmiştir. Teun A. van Dijk'ın eleştirel söylem analizinden yola çıkılarak haberlerdeki risk söylemleri üzerine bir inceleme yapılmıştır. Robinson ve arkadaşlarının (2018) gerçekleştirdiği bir araştırmaya göre Amerikadaki internet kullanıcılarının %80'i internette sağlık konularını aramaktadırlar (s. 925). İnternet ve yeni medya platformları yaygın kullanılır hale geldiği için, bu çalışma kapsamında yurttaş gazetecilerin haberleri de incelenmiştir. Yurttaş gazetecilerin risk ile ilgili farklı söylemler kullanıp kullanmadıkları araştırılmıştır.

### **Sağlık Haberciliği**

Gazeteciler zaman sıkıntısı, karmaşık istatistikler, tıbbi terminoloji ve uzman görüşüne erişim zorlukları nedeniyle nitelikli sağlık haberleri üretmekte zorlanmaktadır (Schwitzer, 2008, s. 700-703). Amanda Wilson, Billie Bonevski, Alison Jones ve David Henry (2009) Avustralya basınında yayınlanan 1200 haber hikâyesini incelemiş ve sağlıkla ilgili haberlerin oldukça niteliksiz olduğu sonucuna ulaşmışlardır (s. 1-4). Çoğu sağlık haberi, diyet yapmayı normal ve arzu edilebilir olarak göstermekte, çok az haber popüler kültürün dar güzellik anlayışını vurgulamaktadır (Saguy, 2010, s. 243). Ayrıca, haberlerde sağlık konuları nadiren tematik bir biçimde tanımlanmaktadır (Chavez ve Dorfman, 1996; Dorfman ve Wallack 1998; Lawrence, 2004; McManus ve Dorfman, 2005). Sağlık haberlerinin nasıl sunulduğu önemlidir, çünkü medyada yer alan sağlık konularının negatif sunumu, kitlesel şiddet, sağlık krizleri ve doğal afetler posttravmatik stres belirtilerine neden olabilmektedir (Ben-Zur, Gil ve Shamshins, 2012; Goodwin, Palgi, Hamama-Raz ve Ben-Ezra, 2013; Holman, Garfin ve Silver, 2014). Wormwood, Devlin, Lin, Barrett ve Quigley (2018), sağlık haberlerinin

akıl sağlığında sorunlara neden olabileceğini bulmuşlardır (s. 9). Sağlık çalışanları da, medyanın sağlık haberleri sunumundan her zaman memnun değildir; çünkü sağlık haberlerindeki bağlama ve toplumsal katkılara odaklanmayan bireysel odaklanma çoğunlukla problem hakkında yetersiz bir fikir sağlamaktadır (Coleman, Thorson ve Wilkins, 2011, s. 941). Araştırmalar, medyanın hastalıkları ahlaki bir problem olarak yansıttığını ve çoğunlukla hastalıkların sebebi olarak kötü bireysel tercihleri gösterdiklerini söylemektedir (Lawrence, 2004; Boero, 2007; Saguy ve Almeling, 2008; Saguy, 2010). Bu tarz bir habercilik anlayışı da sağlık problemlerini insanların sorumluluğunda olan ve değiştirmeleri mümkün olan durumlar olarak yansıtmaktadır ve hastalıklara neden olan sosyal faktörleri ve hastalık oranlarını düşürebilecek politika değişimlerini görmezden gelmektedir (Coleman, Thorson ve Wilkins, 2011, s. 943). Sağlık haberlerini inceleyen çalışmalarda ise hastalıkların sosyal nedenlerini göz önünde bulundurmaya yönelik öneriler mevcuttur.

Coleman, Thorson ve Wilkins (2011), ölüm ve yaralanmaları kaçınılmaz değil önlenebilir olarak sunan kamu sağlık modelini önerirler. Bu modele göre, fail, çevre ve hasta arasındaki etkileşim incelenerek risk faktörleri tanımlanır, ardından da kamu sağlığını tehdit eden problemlere yönelik yöntemler değerlendirilir. Örneğin, obeziteyle ilgili haberlerde kamu sağlık modelini kullanan bir gazeteci, çevrede taze meyve ve sebze satan marketleri araştırarak, bunları diğer muhitlerdeki marketlerle kıyaslayacaktır ya da alt sınıftan insanların yaşadığı yerleşim yerlerinde sağlıklı beslenme seçenekleri sunan restoranlardansa fastfood restoranlarına daha sık rastlandığını, egzersiz salonlarının çok daha az olduğunu açıklayacaktır. Böylece obezite sorunu yalnızca kişisel tercihlerle değil, sosyoekonomik sebeplerle, sağlıklı beslenmeyle ve egzersiz olanaklarıyla ilişkili olarak açıklanacak ve okuyucu obezite sorununun tembellikle ilgili olmadığını farkına vararak hastalığın sosyal sebeplerini anlayacaktır (s. 942-943).

### **Risk, Medya ve Söylem**

Simon Cottle (1998), Beck'in risk toplumu kuramında medyanın rolüne ilişkin değerlendirmesinin yeterince gelişmemiş olduğunu söylese de Beck'in çalışması risk ve medya ilişkisini anlamak için önemlidir (s. 25). Beck (2002) küresel, çevresel ve ekonomik risklerin medya tarafından yeniden üretildiğini söyler. New York ve Washington'daki terör saldırılarının korkunç görüntüleriyle terörist gruplar, uluslarla rekabet halinde olan küresel aktörlere dönüşürler. Böylece, terör tehdidi de yeniden üretilir (s. 45). Denney'e (2005) göre, medyanın kimi zaman riskleri olduğundan daha önemsiz, kimi zaman da olduğundan daha önemli yansıttığını belirtir (s. 83). Brindle (1999) risklerin gerçekleşmesi durumunda haber değerlerinin daha fazla olduğunu ifade eder. Örneğin bir uçak kazasında pilot ya da mühendis suçluya haber bu durumun üzerine inşa edilerek aktarılır. Robinson ve arkadaşları (2018) gerçekleştirdikleri çalışmada, haberlerin %77'sinin risklerden bahsettiğini, ancak sağlık müdahalesi risklerinin kanıt olduğu durumlarda bile hikâyeye dâhil edilmediğini bulmuşlardır (s. 928).

Medyada riski inceleyen çalışmalar çeşitlidir. Toplumda risk olarak değerlendirilen konuların medyada nasıl yer aldığını inceleyen çalışmaların bir kısmı sağlıkla ilgili risklere odaklanmaktadır. Eleanor Singer ve Phyllis M. Endreny (1994), 3,828 haberden 1984 yılından 952 haber, 1960 yılından

ise 323 haberi incelemişlerdir. Risk olarak tanımlanan şeyin zaman içerisinde değiştiği sonucuna ulaşan Singer ve Endreny, 1960 yılında kürtajla ilgili haberler çoğunlukla yasal olmayan kürtajın anneye yönelik risklerini vurgularken, 1984 yılındaki haberler yasal kürtajların fetusa yönelik risklerini vurguladıklarını bulmuşlardır (s. 262-269).

Vasconcellos-Silva, Castiel ve Griep'in (2015) çalışması, aşılammama tutumu ve otizm riskini medya üzerinden incelemektedir. Johnstone (2016), alzheimer hastalığının medya temsilini ve ötenazi konusunu incelemiştir. Riski bir inşa olarak değerlendirmiştir. Raupp (2014) Almanya'da 2011 yılında salgın haline gelen koli basiline dair bir çalışma yürütmüş ve hem geleneksel medyanın hem de sosyal medyanın riski kuvvetlendirdiği sonucuna ulaşmıştır. Rousseau, Moreau, Dumas, Bost, Lefebvre ve Atlani-Duault (2015) ise, Quebec ve Fransa'da domuz gribine dair haberlere yönelik algıyı incelemişlerdir. Sağlık otoriteleri ile medya arasındaki net bilgi ve koordinasyonun önleyici davranışı sağladığını, ancak risklerin aşırı abartılmasının sağlık otoritelerinin itibarını zayıflattığı sonucuna ulaşmışlardır. Riskle ilgili haberlerdeki söylemleri inceleyen çalışmalara da literatürde rastlanmaktadır. Carter, Reyes-Foster ve Rogers (2015), ABD'de kamusal tartışmalara neden olan insan sütünün değişimi ile ilgili haberleri söylem analizi ile incelemişlerdir. Süt paylaşımına katılan kadınların incelenen haberlerde kötü ihtisas sahibi ve sorumsuz olarak temsil edildikleri sonucuna ulaşmışlardır. Ayrıca ABD gibi yüksek gelire sahip ülkelerin haberlerinde söylemler yoluyla kadın bedeninin kontrol ve gözetim altına alınmaya çalışıldığını vurgulamışlardır.

### **Araştırmanın Bulguları: Sağlık Haberlerindeki Risk Söylemlerinin Analizi**

Çalışma kapsamında, sağlıkla ilgili konularda risk söyleminin ne şekilde kullanıldığı, haberlerdeki söylemlerinin belli anlamları inşa ettiğini söyleyen Teun A. van Dijk'in (2006) eleştirel söylem analizinden yola çıkılarak incelenmiştir. van Dijk'in eleştirel söylem analizi gömülü bağlam ilişkilerini açığa çıkarmaktadır (Sheyholslami, 2011), bu nedenle bu yöntem tercih edilmiştir.

Bu doğrultuda, haberlerin makro ve mikro yapıları analiz edilmiştir. Makro düzeyde haber başlıkları, spot, arka plan bilgisi, bağlam ve haber kaynakları incelenmiştir. van Dijk'a göre, arka plan bilgisi habere konu olan olayın toplumsal ve politik yönünü yansıtır (akt. Durna ve Kubilay, 2010, s. 68). Yine van Dijk'in (2015) da belirttiği gibi, söylemlerdeki rakamlar ve istatistikler ikna etmenin birincil araçlarıdır. Bu doğrultuda başlıklar, spot, arka plan bilgisi ve bağlam çerçevesinde ikna etme araçları sorgulanmıştır. Grup içi çıkarların vurgulanıp vurgulanmadığı, ötekileştirici bir tutumun olup olmadığı ve diğer söylemsel stratejiler incelenmiştir (s. 90). Grup çıkarlarının vurgulanması söylemde vurgulanan anlamın grup içerisinde meşrulaştırılmasına, "onlar" hakkında olumsuz şeylerin vurgulanması ideolojik söyleme, insanların kaçaklar ya da yasaları çiğneyen kişiler olarak sunulması ise suçlulaştırma stratejisine hizmet eder (van Dijk, 2015, s. 46-85).

Mikro düzeyde ise kelime seçimleri, kelimeler ve cümleler arasındaki ilişkiler ve nedensel bağlantılar incelenmiştir. van Dijk'a (2006) göre haberde hangi kelimelerin seçildiği önemlidir, çünkü kelime seçimleri ideolojik yapılanmaya işaret ederler (s. 125). Bu kapsamda, haberde hangi kelimelerin tercih edildiğine bakılmıştır. Örneğin, haberlerde "biz" ve "onlar" ikiliklerine ve bu ikiliklerin ile ideolojik bir söyleme neden olup olmadığı incelenmiştir; çünkü bu tarz ifadeler

ideolojik söylemlerdir (van Dijk, 2015, s. 60). Ayrıca, van Dijk'ın (2015) da ifade ettiği gibi, “çok akıllı olabilirler ama” şeklindeki ifadeler yadsıma ifadeleridir. “Ama”dan önceki duruma yönelik sözde bir kabulleniş, “ama”dan sonraki ifadelerde ise öncesinde belirtilen duruma yönelik bir olumsuzlama mevcuttur. “Elbette olur ama” ifadesinde sözde bir kabul etme olduğu görülmektedir. van Dijk bu tarz ifadelerin sözde kabul etmeye dayalı yadsıma ifadeleri olduğunu belirtir (s. 59). Bu nedenle, haber metinlerindeki ifadeler incelenmiş ve bu ifadelerin arkasındaki gömülü anlamlar açığa çıkarılmıştır.

Haberde söz edilen riskler, haberde söz edilen riske neden olan odak, habere göre riski engelleyen/ engelleyebilecek odak/faktör, habere göre söz konusu risk önlenmezse olacaklar, haber aktörü ve haberdeki risk söyleminin hangi odağa/ fikre hizmet ettiği bu kapsamda incelenmiştir. Ayrıca haberdeki risk söylemlerinin hangi argümanları kurduğu/ pekiştirdiği de tartışılmıştır. Nitel bir analiz yürütüldüğü için ve haber kaynaklarının ideolojik yapılanmasından yola çıkan karşılaştırmalı bir analiz hedeflenmediği için, haber seçiminde eşit haber sayısı olması önemsenmemiştir. Bunun yerine, risk söyleminin belirgin olduğu farklı örnekler seçilmeye çalışılmıştır. Bu nedenle de haber kaynaklarından seçilen haber sayılarının eşitsiz bir dağılımı olmuştur.

Bu çalışma kapsamında da kitle iletişim araçlarının mevcut düzenin devamına neden olduğu ve medyanın egemen değerleri aktararak hegemonyayı yeniden ürettiği, kısacası yalnızca toplumsal üretim ilişkilerinin değil, üstyapının rolünün vurgulandığı eleştirel bir kuramsal çerçeveden yola çıkılarak haberlerdeki risk söylemlerine odaklanılmıştır.

Kürtaj, çalışma koşulları, sağlığa iyi gelebilecek gıda ve uygulama tavsiyeleri, travma haberleri, otizm, AIDS ve domuz gribi, zika virüsü ve bulaşıcı hastalıklarla ilgili haberler ele alınmıştır. *Milliyet* gazetesinin internet sitesinden dört haber, *Sabah* gazetesinin internet sitesinden dört haber, *Cumhuriyet* gazetesinin internet sitesinden bir haber, *Dokuz8haber*'in internet sitesinden üç haber, *Globalvoices*'in internet sitesinden iki haber, *Onedio*'nun internet sitesinde bir haber, *140journos*'un internet sitesinden bir haber olmak üzere toplamda 16 haber riskin farklı sağlık konularında nasıl ele alındığını incelemek için seçilmiştir.

Sağlık haberlerinde bahsedilen risk genellikle çeşitli hastalıklara (Domuz gribi, AIDS, diğer bulaşıcı hastalıklar, kanser, vb.) yakalanma riskidir. Ancak bu riske neden olan odak, kimi zaman mevcut toplumsal yapının dışında davranışlar (erkeklerin evlilik dışı ilişkileri gibi), genetik faktörler, çeşitli uygulamalar (kürtaj, vb.), sendikalar, iktidar politikaları, devlet, toplum ve yargı sistemidir. Kimi zaman ise, çeşitli eylemleri yapmak ya da yapmamak riskleri engelleyebilecek bir faktör olarak sunulmaktadır (kahve içilmesi, saunaya girilmesinin kalp krizine karşı önleyici olması, vb.). Sağlık haberlerinin aktörlerinin devlet temsilcileri, uzmanlar, sendika ya da dernek temsilcileri ve nadiren sıradan insanlar ve hasta yakınları oldukları görülmüştür. Uzmanlar; sağlık bakanı, diyetisyen, öğretim üyeleri, doktorlar ya da uzmanlardır.

### **Bulaşıcı Hastalıklar ile İlgili Haberler**

*Cumhuriyet* gazetesinin internet sitesinde 30 Kasım 2009 tarihinde “7 bin kişi domuz gribinden öldü” başlığı ile yayınlanan haberde, domuz gribinden ve sonuçlarından bahsedilmektedir. Sayısal veriler ile domuz gribinin ölümcül bir hastalık olduğu hem başlıkta hem de spotta vurgulanmaktadır.

Haber metninde, gribin Türkiye’de ölümlere neden olduğu ifade edilmektedir. “Ölen hasta sayısının 100’ü” geçtiği ve “ay sonunda hasta sayılarında büyük artış” yaşandığı söylenmektedir. Haberde söz edilen riskin özellikle genç popülasyonu etkileyeceği, gençlerin daha fazla “risk altında” oldukları vurgulanmaktadır. Haber metnindeki cümlelerden gençlerin bir sağlık sorunu olmamasına rağmen domuz gribinden ölebilecekleri düşüncesi ortaya çıkmaktadır. Haberde söz edilen riskin önlenmesi için de bir öneri sunulmaktadır. Aşılansadan, domuz gribi riskinden koruyabilecek bir önlem olarak söz edilmektedir. “65 milyon doz aşı kişilere uygulandı. Aşıyla ilişkilendiren ölümlerin otopileri sonucunda, bunların hiçbirinin aşıyla ilgisinin bulunmadığı saptandı” cümleleriyle aşılansmanın ölümlere neden olmadığı, ölümlere neden olanın domuz gribi olduğu belirtilmektedir.

Gribin mutasyona uğrama ihtimalinden bahsedilmesi, söz konusu riski daha ürkütücü hale getirmektedir. “Mutasyon olduğunda klinik seviye daha da ağırlaşabilir” cümlesi, domuz gribinin haber yayınlandığı tarihteki halinden daha kötü sonuçlar yaratabileceğini düşündürmektedir. Haberde, domuz gribinden bahsedilirken sayısal veriler sunulması, uzman görüşünün haberde yer alması gibi faktörler söz edilen riski daha önemli hale getirmektedir.

Haberde risk, “büyük artış”, “hızlı artış”, “pandemik”, “dikkat çekici boyutlara ulaştı”, artış”, gibi kelime ve ifadelerin kullanılması ile ve ölenlerin sayılarının verilmesi ile endişe verici bir şekilde sunulmaktadır. Ancak domuz gribinin gerçekten büyük bir risk olup olmadığı sonraki yıllarda tartışmalı bir konu haline gelmiştir. Aşılansanın da zararlı olduğu yönünde pek çok görüş dile getirilmiştir. Bu görüşü savunan F. William Engdahl’a (2009) göre, 2009 yılında domuz gribi salgını ilan edilmesine karşın, hastalığın belirtileri aslında çok hafiftir ve belirti gösterenlerin büyük çoğunluğu da kısa süre içerisinde iyileşmektedir. Salgın ilanı ile sağlıklı bireylere zarar verebilecek bir aşılama kampanyası yaratılmıştır. Ayrıca bazı ilaç kartelleri domuz gribi vakaları bildirilmeden önce aşı için patent almışlar ve Novavax gibi zarar etmekte olan bazı ilaç üreticileri de domuz gribi aşısı geliştirmek için vakit kaybetmemişlerdir (s. 6-18). Engdahl’ın görüşleri, basın organlarının kimi hastalık risklerinin büyüklüğünden söz ederken, aslında insanları aşı olmaya yönlendirerek ilaç kartellerinin kar sağlmasına yardımcı olan birer araç haline gelebildiklerini düşündürmektedir. Haberdeki risk söyleminin şu argümanları geliştirdiği/pekiştirdiği söylenebilir: Domuz gribi ölümlere neden olan önemli bir risktir; domuz gribi riskini önlemek için aşı yaptırmak gereklidir; domuz gribi aşısının bir zararı yoktur.

*Onedio*’nun internet sitesinde 23 Nisan 2016’da yayınlanan “Zika Virüsünde Tehdit Büyük: 2.2 Milyar Kişi Risk Altında” başlıklı haberde Zika virüsünden, yayılımından ve sonuçlarından bahsedilmektedir. “Tehdit” kelimesinin iki kez kullanıldığı spotta “risk”, “sanılandan çok daha büyük” gibi ifadelerin kullanılması ve “2.2 milyar kişinin tehdit altında” olduğunun söylenmesi konuyu endişe verici hale getirmektedir. Spotta özellikle hamile kadınların ve bebeklerinin risk altında olduğu anlaşılmaktadır. Haber metninde virüsü “Aedes sivrisineklerinin taşıdığı” ve “Dünya Sağlık Örgütü (WHO) tarafından küresel acil durum ilan edildiği” belirtilmektedir. Dünya Sağlık Örgütü’nün küresel acil durum ilan etmiş olması da endişe vurgusunu artırmaktadır.

Habere göre, Zika virüsünün yaratabileceği olumsuz sonuçlar “bebeklerin beyin gelişiminin etkilenmesi” ve “bebeklerin kafa deformasyonu”dur. Bunların dışında ne gibi sonuçları olduğundan



ya da yetişkin sağlıklı insanları nasıl etkileyebileceğinden bahsedilmemektedir. Ayrıca haberde, zika virüsünün yalnızca sinekler yoluyla değil “cinsel ilişki yoluyla da bulaşabileceği” belirtilmektedir. Belirsizliğin vurgulandığı ifadeler haberdeki risk söylemini güçlendirmektedir. “Zika virüsünün tehdit yarattığı alanları belirlemek sanılandan daha güç”, “Asya ve Afrika’da belirsizlik” gibi ifadeler, Zika virüsünün pek çok kişi için “risk” olduğunu düşündürmektedir. Güney Amerika ülkelerinin virüsün en etkin olduğu yerler olduğunun, “hem Afrika’da hem de Asya’da virüsün geniş alanlara yayılabileceğinin” belirtilmesi, virüsün pek çok kıtada etkili herkesi etkileyebilecek bir risk olduğu algısı ortaya çıkmaktadır.

Haberde, sıcak hava ve kalabalık insan nüfusunun da virüsün sivrisineğin bünyesinde kalabileceği ortamlar olduğu, dolayısıyla bu ortamların virüsü kapmak için riskli olduğu Oxford Üniversitesi öğretim görevlisi Dr. Oliver Brady’den aktarılmaktadır. Bu değerlendirmenin dışındaki cümleler ise turnak içerisinde sunulmayan ve kaynağı belli olmayan değerlendirmelerdir. Asya ve Afrika’nın virüs için elverişli ortamlar olmasına rağmen, bu kıtalarda virüse rastlanmamasının ise “yanlış tanı olasılığı” ile ilişkilendirilmesi ve “Zika virüsüne yakalanan kişilere sıtma ya da deng humması teşhislerinin konulmuş olabileceği”nin söylenmesi, virüsün teşhisinin çok da kolay olmadığı fikrini pekiştirmektedir. Haberde son olarak ise “Avrupa kıtasının virüsten etkilenmediği” söylenmektedir. Avrupada yaşayan insanların virüsü kapma ihtimalinin fazla olmadığı fikri ancak bu son cümle okunduğunda anlaşılabilir. Haberdeki risk söylemi şu argümanları kurmaktadır/pekiştirmektedir: 2.2 milyar kişinin Zika Virüsüne yakalanma riski vardır. Zika virüsü Aedes sivrisinekleri ve bu virüsü taşıyanlar ile cinsel ilişkiye girilmesi durumunda bulaşabilir. Zika Virüsü, Güney Amerika, Asya ve Afrika’da var olabilme özelliklerine sahiptir. Zika virüsünün hamile kadınlara bulaşması halinde, bebeklerde beyin gelişimi etkilenebilir ve kafa deformasyonları olabilir. Haberde, Zika virüsünü engelleyebilecek bir aşı ya da ilaçtan bahsedilmemektedir.

Elderidge (1999), AIDS hastalığının medya tarafından paniğe yol açacak şekilde abartılı bir şekilde sunulduğunu ve hastalığın bir LGBT vebasıymış gibi temsil edildiğini söyler. Örneğin, *The Daily Star* gazetesinin 1988 yılında uzmanların AIDS ile enfekte olmuş kişilere yönelik ada kolonileri oluşturulmasını önerdikleri hakkında yayınladığı haberin paniğe yol açtığını belirtir. *Globalvoices*’ın internet sitesinde 19 Aralık 2017’de yayınlanan “Brezilyalı Doktor Bilimin İlerlediğini, Ama HIV’e Karşı Olan Damgalamanın Devam Ettiğini Söylüyor” başlıklı haber ise, toplumda hâkim olan görüşün aksine, AIDS hastalığına sahip kimselerin aslında “yüksek risk” grubuna dâhil olmadıkları belirtilmektedir. Bu haber, risk söylemini örneklendirmek için değil, toplumda hâkim olan risk söylemine karşıt medya söylemini örneklendirmek için seçilmiştir. Haber başlığında insanların AIDS hastası insanları “damgaladıkları”, yani dışladıkları, ötekileştirdikleri belirtilmektedir. Bilimin gelişmesine rağmen, insanların bilinçlenmedikleri ifade edilmektedir.

Brezilyalı halk sağlığı doktoru ve eylemci Carué Contreiras’un açıklamalarının yer aldığı haberde istatistiksel verilerin sunulması ve uzman görüşü haberdeki risk söylemini pekiştirmeye yardımcı olmaktadır. Haber, bir doktorun AIDS/HIV ile ilgili toplumda hâkim olan risk söylemine karşıt söylemini okuyucuya aktarmaktadır. Habere göre asıl risk AIDS/HIV hastası kişilerin toplum için oluşturacağı riskler değil, AIDS/HIV hastası kişilerin karşılaşacağı risklerdir. Bu riskler ise “bireyin yaşadığı bağlam”, “kişi haklarının ihlali”, “güç dengesizliği” ve hastaların “hizmete erişim”leridir.

## Kürtaj ve Çocukların Cinsel İstismarı ile İlgili Haberler

*Milliyet* gazetesinin internet sitesinde 26 Aralık 2012’de yayınlanan “İşte hükümetin yeni kürtaj politikası” başlıklı haber, Sağlık Bakanlığının kürtajla ilgili yaptığı yeni düzenlemeyle ilgilidir. Haberde söz edilen risk, kürtaj sırasında annenin sağlığına yönelik oluşabilecek riskler ya da hayati risktir. Bu risklerin önlenmesi kürtajın olmamasıyla mümkün olabilecektir. Kürtajın olmaması da iktidarın çok çocuk politikasıyla örtüşmektedir. Risk söylemi hem gerçekten olması muhtemel bir riskten bahsetmekte, hem de bu güçlü risk söylemiyle iktidarın politikasını meşrulaştırmaktadır. Bu durum, haberin ikinci alt başlığı olan “çok çocuğu destekliyoruz” mesajına da yansımaktadır.

Kürtajla ilgili bu haberin mikro yapısı incelendiğinde ise haberin dönemin Sağlık Bakanı Recep Akdağ’ın ifadelerinden oluştuğu, en çok kullanılan kelimenin “Akdağ” olduğu ve haberin “açıkladı”, “söyledi”, “konuştu” gibi yüklemlemlerle kurulduğu görülmektedir. Dolayısıyla denilebilir ki, haber bir konuya ilişkin değil bir kişinin düşüncelerinin aktarımına ilişkindir ve risk söylemi de yine haber kaynağının ifadelerinde kullanılmakta, haberde de tırnak içerisinde aktarılmaktadır. Ancak haberde tırnak içerisinde verilmeyen ifadeler de Akdağ’ın savduklarıyla örtüşmektedir. İlk alt başlık olan “kürtaj doğum kontrol yöntemi değildir” ifadesi bu şekilde tırnak içinde verilmeyen, haberin sunduğu mesajlardandır. Haberde rakam ve istatistik kullanımı ise yoktur.

*Globalvoices*’ın internet sitesinde 23 Mayıs 2015’te yayınlanan “Uruguay’da 11 Yaşındaki Hamile Kız Kürtajı Reddediyor” başlıklı haberde Uruguay’da 11 yaşındaki hamile bir kız çocuğunun kürtajı reddettiğinden bahsedilmektedir. Alt başlıkların ya da spotun olmadığı haberde hamile kızın “zihinsel engelli” olduğunun vurgulanması kızın bu kararı vermesinin bir nedeni olarak sunulmaktadır. Haberde “teşvik etti”, “hükümetin yanıtı onların lehine olmadı” gibi ifadelerin kullanılması, haberin kızın kürtaj olması gerektiği fikrini doğru bulduğunu göstermektedir. “Teşvik etmek” olumlu bir durum hakkında kullanılır. Çocuğun kürtaj olması doğru bulunmuyor olsaydı, “teşvik etti” ifadesi yerine “yönlendirdi” gibi bir ifade tercih edilebilirdi. “Şu an hamileliğin ilk 12 haftasında kürtajın yasal olduğu Uruguay’da 11 yaşındaki kızın kürtajı reddetmesi ülkeyi şaşırttı” cümlesinde de kızın kürtaj olmaması “şaşırtıcı” bir durum olarak ifade edilmektedir.

INAU Müdürü Monica Silva’nın “Çocuğun ya da bebeğin hayati riski olmadığından dolayı onu kürtaja zorlayamayız” şeklindeki açıklaması da haberde yer almaktadır. Kürtaj ile ilgili olarak bahsedilen risk, annenin ya da çocuğun hayati riskidir. Erken yaşta hamile kalmanın zihinsel engelli bir çocuğa psikolojik etkisi, ya da dünyaya gelecek çocuğun hayatta kalabilme koşullarından ise bahsedilmemektedir. Bu çalışma kapsamında incelenen *Milliyet* gazetesinin internet sitesinde yayınlanan haberde ise çocuk hamileliklerin topluma ve çocuğa zararından bahsedilmektedir. Her iki haberde de bir çocuğun çocuk dünyaya getirmemesi gerektiği yönünde bir bakış açısı mevcut olduğu halde, *Globalvoices*’ta yayınlanan bu haberde çocuğun ya da annenin hayati riski olduğunda kürtajın zorunlu olması gerektiğinden bahsedilmektedir. Oysa *Milliyet*’te yayınlanan haberde çocuk hamileliklerinde evliliğe izin veren sistemin riskinden bahsedilmektedir. Bir haberde kürtajın zorunlu olması gereken durum olarak anne ya da çocuğun hayati riskinden bahsedilirken, diğer haberde çocukların hamile kalmasından ve bu çocukların evliliklerine izin verilmesinden risk olarak bahsedilmektedir. Yani *Globalvoices*’ın haberinde çocuğun kararına yönelik bir kabul varken,

*Milliyet*'te yayınlanan haberde çocuğun kararına yönelik, hatta çocuğun ailesinin kararına yönelik bir kabul yoktur. Haberdeki risk söyleminin ise şu argümanı pekiştirdiği/desteklediği söylenebilir: Annenin ve çocuğun hayatı riski olması durumunda kürtaj zorunlu olmalıdır.

*Globalvoices*'ta yayınlanan haberde daha önce yine bir çocuk hamileliğinin bir habere konu edildiğinden şöyle bahsedilmektedir: "İddiaya göre üvey babası tarafından tecavüze uğrayan fakat ülkenin yasal sınırlamalarından dolayı kürtaj yapamayan Paraguaylı 10 yaşındaki kız hakkında yakın zamanda yazmıştık." Bu haberde ise kürtaj olmak istediği halde yasal kısıtlamalar nedeniyle kürtaj olamayan bir kız çocuğundan bahsedilmektedir.

*Dokuz8haber*'de 4 Şubat 2018 tarihinde "Yılmaz: Devlet gebe çocuklar olayında dolaylı ortak" başlığı ile yayınlanan haberde Gündem Çocuk Derneği'nin kurucularından Mehmet Onur Yılmaz'ın çocukların cinsel istismarı hakkındaki görüşlerine yer verilmiştir. Mehmet Onur Yılmaz'ın gebe çocuklar ilgili düşünceleri hem başlığa hem de spota taşınmıştır. Hem başlıkta, hem spotta, hem de alt başlıklarda cinsel istismar ile devletin ilişkilendirildiği görülmektedir. Haberin alt başlıkları ile çocukların cinsel istismarının yeni bir durum olmadığı, devletin bu istismara göz yumduğu, çocukların satıldığı ve çocukların cinsel birer meta olarak görülmemesi gerektiği vurgulanmaktadır.

Bu haberde "risk", "tehdit", "belirsizlik" gibi kelimeler kullanılmamıştır. Ancak risk söyleminin mutlaka bu kelimeleri içermesi gerekmez. Haberde çocukların erken yaşta gebe kalmaları, önlenmesi gereken bir risk olarak anlatılmaktadır. "Kriz" kelimesinin de haberde kullanıldığı görülmektedir. Haberde "kriz" olarak bahsedilen konu "Kanuni Sultan Süleyman Eğitim ve Araştırma Hastanesi'nde 2017 yılında 5 ayda yaşları 18'in altında 39'u Suriyeli 115 çocuğun hamile olduğunun saptanması"dır. Bu durum ile ilgili şöyle bir ifade de haberde yer almaktadır: "...durumun polise bildirilmemesine ilişkin soruşturma süreci devam ederken..." Bu ifade ile hamile çocukların polise bildirilmemiş olması eleştirilmektedir ve hastane yönetimi suçlanmaktadır; çünkü bu durumu polise bildirmesi gereken hasta yetkilileridir. Ayrıca haber metninde, bu tür konuların konuşulamaz hale geldiği, bunun nedeninin de Türkiye'nin muhafazakârlaşması olduğu da Mehmet Onur Yılmaz'ın ifadeleriyle söylenmektedir. Ancak Kanuni Sultan Süleyman Eğitim ve Araştırma Hastanesindeki gibi bir "kriz" çıktığı zaman bu gibi konuların konuşulabilir hale geldiği belirtilmektedir. Toplumun "çocuğun cinsel bir nesne olarak arzulanabilir ve hamile bırakılabilir olduğunu kabul" ettiği de haberde dile getirilmektedir. Ayrıca "Toplumun zaten kanıksadığı, bildiği, meşrulaştırdığı bir sorun bu kez bir Sosyal Hizmet Uzmanı ve gazetecinin çabasıyla toplu halde görünür kılındı" denilmektedir. Bu cümle ile toplumun bu sorunu meşrulaştırdığı şeklindeki görüş açıkça ifade edilmektedir.

Haber söylemi şu argümanları inşa etmektedir/desteklemektedir: 18 yaş altı çocukların hamile kalması yanlıştır; çocukların hamile kalmasına göz yumulması, hamile çocukların bildirilmemesi yanlıştır; 18 yaş altı evliliklere hiç bir koşulda izin verilmemelidir; erken yaşta evlilik çocuğun cinsel istismarına yol açar. Çocukların hamile kalmasından devlet de sorumludur. Cümlelerde sıklıkla "devlet" kelimesiyle birlikte "cinsel istismar" kelimesinin kullanıldığı, "kriz" kelimesi ile birlikte "cinsel istismar" ifadesinin kullanıldığı, "toplum" kelimesi ile "yeni değil", "yepyeni bir şey görmüş gibi", "kanıksamak", "meşrulaştırmak" gibi kelimeler ile birlikte kullanıldığı, toplumda çocukların gebeliğinin yeni bir durum olmadığı vurgulandığı görülmektedir. Ayrıca haberde tercih edilen

yüklemlerin ise “dedi”, “değerlendirdi”, “belirtti”, “söyledi”, “konuşmasını şöyle bitirdi” oldukları görülmektedir. Haber kaynağının yalnızca Mehmet Onur Yılmaz olan haberin söylemi de onun ifadeleri ile kurulmaktadır.

### **Çeşitli Hastalıklara Karşı Önleyici Tavsiyeler Veren, Çeşitli Hastalıkların Nedenlerini ya da Ne Yapılması Gerektiğini Söyleyen Haberler**

*Milliyet* gazetesinin internet sitesinde yayınlanan “Kansere karşı Türk kahvesi” başlıklı haberde, Türk kahvesinin faydalarından bahsedilmektedir. Haberde sayısal ve istatistiksel veriler de kullanılmaktadır. Ayrıca her gün 2-3 fincan Türk kahvesi içilmesinin kanser riskini yüzde 13 oranında azalttığı, Türk kahvesinin düzenli olarak içilmesinin kolon kanseri riskini de yüzde 25 oranında azalttığı belirtilmiştir. Bu veriler bir diyetisyenin ifadeleridir ve hangi araştırmaların sonuçları olduğu belirtilmemektedir.

Pek çok yiyecek ve içeceğin hem yararları hem de zararları hakkında çok fazla haber yapılmaktadır. Son dönemde sağlıklı beslenme popüler hale gelmiş konulardandır. İnsanlar sağlıklı beslenmeye yönelerek ömürlerini uzatmak ve sağlıklı birer ömür sürebilmek arzusundadır. Ancak haberlerde ve diğer medya yayınlarında aynı ürün hakkında kimi zaman olumlu kimi zaman ise olumsuz haberler yapılabilmektedir. Bunun da dışında bir ürünün hem bazı faydalarının hem de bazı zararlarının olması olasıdır. Ancak haberlerde genellikle bunlardan biri üzerine odaklanılırken, diğeri yok sayılmaktadır. Ayrıca bazı ürünler bazı insanlar için faydalı olabileceği gibi, bazı insanlar için de zararlı olabilirler. Örneğin, bu haberde türk kahvesinin faydalarından bahsedilmektedir, kanser riskine karşı önleyici olduğu söylenmektedir. “Risk” vurgusuyla, türk kahvesi içilmemesinin zararlı/riskli bir durum olabileceği ifade edilmiştir. Türk kahvesi içmeyen insanın kansere yakalanma riski içene göre daha fazla olacağından, türk kahvesi içmeyen zarardadır. *Sözcü* gazetesinin internet sitesinde 12 Nisan 2017’de yayınlanan “Fazla kahve kalp ritmini bozuyor” başlıklı haberde ise, bir uzman doktorun şu ifadesine yer verilmiştir: “Ritim bozukluğu olan insanlarda kalp istemsiz olarak hızlı çalışıyor. Dolayısıyla bu kişiler de çay ya da kahvenin fazla tüketilmesi sonucu hastalarda çarpıntı şikâyetleri artıyor”. *Milliyet*’teki haberde kahve içmenin yararlarından bahsederken fazla kahve içmenin zararlarından bahsedilmemesi, *Sözcü*’de ise fazla kahve içmenin zararından bahsederken fazla olmayan miktarda kahve içmenin yararından bahsedilmemesi haber metninin oluşturulmasında söylemsel öncelikler olarak ortaya çıkmaktadır. Aynı konudaki haberler çeşitlendirilebilir; ancak bu iki örnekten de görülmektedir ki, bir ürünün tüketilmesinin mi yoksa tüketilmemesinin mi faydalı olduğu ve kime göre faydalı olduğu konusu oldukça belirsizdir.

Denney (2005), *The Daily Mail* gazetesinde 2002 yılında yayınlanan bir haberde cipslerin kansere neden olduğu ile ilgili bir haber yayınlandığını ve bir “kansere uyarısı”nın yapıldığını, ancak aslında gerçek risklerin muhtemelen ve zaman içerisinde fazla tüketim nedeniyle oluşabileceğini belirtmektedir (s. 90). O halde, belli ürünleri tüketmenin ya da tüketmemenin hastalıklara yol açabileceğine yönelik haberlerin ne denli gerçeği yansıttıkları şüphelidir.

*Sabah* gazetesinde 3 Mayıs 2018’de yayınlanan ‘Aşı yaptırmayana suç duyurusunda bulunurum’ başlıklı haber, hekimlerin çocuklara aşı yapılmasının reddedilmesine yönelik olarak eleştirileri

ile ilgilidir. Bir doktorun çocuğuna aşı yapılmasını reddeden aileler ile ilgili “suç duyurusunda bulunurum” ifadesi başlığa taşınmıştır. Başlıkta çocuğa aşı yaptırmamanın, kişisel bir karar değil, suç teşkil edecek bir davranış olduğu vurgulanmaktadır. Haberin alt başlığı ise şöyledir: “Aşı reddi 23 bine ulaştı”. Bu alt başlık ile çocuklarına aşı yapılmasını reddedenlere yönelik sayısal bilgi sunulmaktadır. Hekimlerin aşı reddine isyan ediyor olduğunun söylenmesi ve aşı reddine yönelik suç duyurusundan bahsedilmesi, aşı reddinin yanlış olduğu yönündeki görüşü sert bir şekilde vurgulamaktadır. Haberin başlığında, alt başlığında ve spotunda risk ifadeleri olmadığı halde, aşı yapılmamasına yönelik endişelerin aşı yapılmama riskini yansıttığı söylenebilir. Haber metnindeki cümleler ile aşı yapılmaması risk olarak tanımlanmıştır ve risk altındaki kişilerin aşılınmama nedeniyle daha da risk altında oldukları belirtilmektedir. Haberde risk söylemi ile şu argümanlar inşa edilmekte/pekiştirilmektedir: Çocuklara gerekli aşılar yaptırılmalıdır. Çocuklara aşı yaptırmayı reddeden aileler suç işlemektedir.

Oldukça yayılmış olan bazı hastalıkların aşılınma ile ortadan kalktığı düşünüldüğünde, aşılınmanın ne kadar önemli bir konu olduğu görülmektedir. Örneğin, 20. yüzyılda milyonlarca insanın ölümüne neden olan ve tedavisi olmayan bulaşıcı çiçek hastalığı, aşılama ile tüm dünyada 1977 yılında bitirilmiştir (Özkaya, 2016). Aşılamanın bulaşıcı hastalıkları önlemede etkili olduğu düşünüldüğünde, medyada aşılama ile ilgili haberlere yer verilmesinin faydalı olabileceği düşünülebilir olsa da, aşı yaptırap hayatını kaybeden çocuğa ilişkin bir haber (“Aşı ölüm getirdi”, 2014), ya da aşılınmayla ilgili yeterli uzman görüşüne başvurmayan haberler söz konusu riskleri aktarmada yetersiz kalabilirler. Ayrıca, aşılınmanın aşı yapmanın faydaları ile ilgili haberlerin ne kadar gerçeği yansıttığı da tartışmalıdır. Örneğin domuz gribine yönelik aşılınmanın gerekli olup olmadığı oldukça tartışmalı bir konudur. Domuz gribi aşısının yararından çok pek çok zararının da olması mümkündür. Örneğin; Nalbantoğlu, Benbir, Karadeniz, Altıntaş ve Oğuz (2014) domuz gribi aşısını takiben Narkolepsi-Katapleksi sendromu olgularının meydana geldiğini belirtmektedir (s. 283). Ancak domuz gribi ile ilgili birçok haberde, domuz gribine yönelik oldukça büyük bir endişe yaratılmıştır ve bu çalışma kapsamında incelenen *Cumhuriyet* gazetesinin internet sitesinde yayınlanan haberde olduğu gibi virüs riskini önleyebilecek bir faktör olarak aşılama bahsedilmiştir (“7 bin kişi”, 2009). Haberde görüşlerine başvuru alanlar 5. Ulusal Aile Hekimliği Kongresi kapsamında bir araya gelen hekimlerdir. Haber aktörleri doktorlardır ve haber doktorların açıklamalarından oluşmaktadır. Aşı yaptırmamanın son derece kötü bir şey olduğu vurgusu haberde hâkimdir. Hastalıklar ile birlikte “ölümcül” ifadesi, aşı yaptırmama ile birlikte ise “tedirginlik”, “suç” ve “tehlike” kelimeleri aynı cümle içerisinde kullanılmaktadır.

*Sabah* gazetesinin internet sitesinde 7 Mayıs 2012’de “Sauna kalp krizi riskini azaltıyor” başlığı ile yayınlanan haber, saunanın kalp krizi riskini azalttığı ile ilgilidir. Haber başlığı da, haber spotu da konuyu yansıtmaktadır. Sayısal veriler haber metninde risk söylemi ile birlikte kullanılmaktadır. Haber, Finlandiya’da gerçekleştirilen bir araştırmaya dayanmaktadır. Araştırma 53 ile 74 yaş aralığındaki kişileri kapsamaktadır. Ancak bu kişilerin herhangi bir sağlık sorunları olup olmadığı, cinsiyetleri, saunada ne kadar zaman geçirdikleri haberde belirtilmemektedir. Ayrıca, saunanın kalp krizi riskini düşürdüğü, ancak başka sağlık sorunlarının oluşma riskini düşürüp düşürmediği

de belirtilmemektedir. Habere göre yaşlıların sauna kullanmadan önce doktorlarına danışmaları gerektiğini söyleyen ise ABD’li bir Kardiyolog olan Dr. Philip Gorelick’tir.

Saunanın kalbe yararlı değil, tam tersine zararlı olduğu hakkında haberlere de rastlanmaktadır. Örneğin, 2007 yılında *Hürriyet* gazetesinin internet sitesinde yayınlanan bir habere göre “kalp damarlarında problem olan, kapak ve tansiyon problemi bulunan hastalar için sauna, hamam ve kaplıcaların uygun yerler” değildir (“Hamam sefası kalbe”, 2007). Dolayısıyla, saunaya girmenin nasıl haberleştirildiği önem kazanmaktadır. Saunanın kalp sağlığına etkisine yönelik risklerin haberleştirilmesinde ideolojik bir nedensellik ya da mevcut bir politikayı meşrulaştırmaya hizmet eden bir inşa olmadığı halde, bu ve benzeri haberlerdeki risk söyleminin okuyucuya bir fikri ikna etmeye aracı olacağı söylenebilir. Bu nedenle, sağlıkla ilgili haberlerde de risk söyleminin nasıl kullanıldığı önemlidir.

*Sabah* gazetesinin internet sitesinde 26 Mart 2018’de yayınlanan “Kan gruplarına göre hastalık riskleri araştırması yayınlandı” başlıklı haber, farklı kan gruplarının hastalıklara yakalanma açısından farklı riskler taşıdığı ile ilgilidir. Haberin başlığı da bu içeriği yansıtmaktadır. Haberin spotunda hastalıklara yakalanma riski ile kan grupları arasında bir bağlantı kurulmaktadır. Haberde risk söylemi ile şu argümanlar inşa edilmekte/pekişmektedir: 0 kan grubuna sahip kişilerin kansere yakalanma riski daha düşüktür; A, AB ve B kan grubuna sahip kişilerin kansere yakalanma riskleri daha fazladır. Haberde kanser açısından beslenme ve spor alışkanlığı gibi diğer bazı faktörlerin belirleyici olduğu vurgulansa da kan grupları ve kanser arasındaki ilişki üzerinde durulmaktadır. Haberde sayısal verilerden de faydalanılmaktadır. Araştırmanın 55 bin kişi üzerinde gerçekleştirildiğinin belirtilmesi ve farklı kan gruplarının hastalıklara yakalanma yüzdelerinin aktarılması araştırmayı daha önemli hale getirmektedir. “Olmuyor”, “bulunuyor”, “tercih ediyor”, “sıralanıyor” gibi fiillerin kullanılması, bu cümlelerde söz edilen durumun sürekliliğini vurgulamaktadır. “Kan gruplarına göre hastalık riskleri araştırması yayınlandı” başlığının haberde sürekli tekrar edilmesi ve “risk” kelimesinin haberde toplam 27 kez kullanılması A, AB, B kan gruplarının kansere yakalanma riskinin daha fazla olduğu algısını pekiştirmektedir.

Kan gruplarıyla kanser arasındaki bağlantı hakkında enformasyon araştırıldığında, habere kaynaklık eden Etemadi ve arkadaşlarının (2015) bir makalesine ulaşılmaktadır. Makalede kan grupları, kanser ve ölüm arasındaki bağlantı araştırılmıştır.<sup>1</sup> *Sabah* gazetesinde “Kan gruplarına göre hastalık riskleri araştırması yayınlandı” başlığıyla verilen haberin de bu araştırmaya dayalı olarak hazırlanıp hazırlanmadığı ise belirsizdir, çünkü haberde sunulan veriler bu araştırmayla farklılıklar göstermektedir. Haberin hangi yıl yapılan hangi araştırmaya dayalı olarak yapıldığının belirtilmemesi de bu belirsizliğe neden olmaktadır.

*Livescience.com* internet sitesinde 14 Ocak 2015’te yayınlanan başka bir haberde de Arash Etemadi ve arkadaşlarının yürüttüğü bu araştırmaya dayalı olarak kan gruplarıyla hastalıklar arasındaki ilişkiden söz edilmektedir. Haberde, araştırmanın yaklaşık 50 bin kişi üzerinde gerçekleştirildiği, orta

1 40-70 yaş aralığında 50,045 kişinin katıldığı bu araştırmada, kan gruplarının kanser ölümleriyle ilişkilendirilemeyeceği, ancak A, B ve tüm 0 olmayan kan gruplarının mide kanserine yakalanma riskinin daha fazla olduğu ve 0 olmayan kan gruplarında kardiyovasküler, yani kalp ve damar hastalıklarına bağlı ölümlerin daha fazla olduğu belirtilmiştir.

yaşlı ve yaşlı kişiler üzerinde gerçekleştirildiği ve araştırmanın Kuzeydoğu İnan'da gerçekleştirildiği belirtilmektedir. Bu haberde kan grubu A, AB ve B olanların kalp hastalıklarına yakalanma riskinin daha fazla olduğu ve belli kanserlere yakalanma risklerinin de 0 kan grubuna sahip kişilere kıyasla daha fazla olabileceği belirtilmektedir. Hem livescience.com, hem de Sabah gazetesinin internet sitesinde yayımlanan haberlerin Etemadi ve arkadaşlarının aynı araştırma makalesine dayandığı izlenimi oluşsa da, iki websitesinde söz konusu araştırmanın farklı haberleştirildiği görülmektedir. Livescience.com'da yayımlanan haberin, Sabah gazetesinde yayımlanan haberin aksine Etemadi ve arkadaşlarının (2015) araştırma sonuçlarını değiştirmeksizin sunduğu görülmektedir.

Dokuz8haber'de 2 Nisan 2018'de yayınlanan "2 Nisan Dünya Otizm Farkındalık Günü: Otizm için artık farkındalık yetmiyor, eylem şart" başlıklı haber otizm hastalığı ile ilgilidir. Haber metninde "Otizm Eylem Planı (OEP) uygulanmadığı için, özellikle eğitim sürecine katılmayan otizmlilerle çocuklar ile aileleri yaşlanan yetişkin otizmliler için ailelerinin gelecek kaygısı"nın giderek arttığı söylenmektedir. Ailelerin gelecek kaygısının arttığı yönündeki enformasyonun ise kaynağı belirtilmemiştir. Haber kapsamında yapılan değerlendirmelerin habercinin kendi değerlendirmeleri olduğu anlaşılmaktadır. Haberde sayısal ve istatistiksel verilerden de faydalanılmaktadır. Örneğin haberde erkek çocukların, kız çocuklara kıyasla otizme yakalanma riskinin daha fazla olduğu anlatılmaktadır. "Türkiye'de otizm gerçeği: belirsizlik!" başlığı altında "ülkemizde otizm alanında çalışan farklı STKların ısrarlı taleplerine rağmen, devlet nezdinde yıllardır net bir sayım yapılmaması nedeniyle, otizmlilerle çocuk ve birey sayısı halen bilinmiyor" denilmektedir. Bu söylem uygulamaya/uygulayıcılara yönelik bir eleştiri içermektedir. Haberde bir otizmlilerle çocuğun annesinin görüşlerine de yer verilmektedir. Haberdeki risk söylemi şu argümanları pekiştirmektedir/desteklemektedir: Otizm riski giderek artmaktadır. Erken tanı ve tedavi otizmde çok önemlidir. Otizm Eylem Planı halen uygulamaya girmemiştir. Devlet politikaları otizm konusunda yetersiz kalmaktadır. Türkiye'de otizm konusunda yetersizlikler/belirsizlikler vardır.

140journos'un internet sitesinde 31 Ağustos 2017'de "140journos WhatsApp Tartışma Grubu: İş Kazaları ve İşçi Ölümleri" başlığı ile yayınlanan haber, 140journos'un WhatsApp uygulaması üzerinden iş kazaları ve işçi ölümleri hakkında gerçekleştirdiği tartışmadan derlenen yorumlardan oluşmaktadır. Kimisi işverenlerin "işin özelliklerine uygun çalışma ortamı yaratmak yerine, daha fazla kâr uğruna çalışma koşullarını zorladığını", kimisi işçilerin kendilerinin güvenliklerini hiçe saydıklarını, kimisi ise "yüksek riskli alanlar"da işçi çalıştırılması yerine teknoloji kullanılması gerektiğini, bir başkası ise kurumsallaşmanın işçi güvenliğini sağlayabileceği fikrini aktarmaktadır. Kısacası haberde söz edilen riskin nasıl önenebileceği hakkında farklı görüşlere yer verilmektedir. Haberdeki risk söylemi şu argümanı desteklemektedir: İşçilerin hastalanma, yaralanma ve ölüm riskleri vardır. Söz edilen bu riske neden olan faktör hakkında farklı görüşlerin sunulması, haberin girişinde yer alan kapitalist sistemi eleştiren ideolojik görüşten farklı görüşlerin de temsil edilmesini sağlamıştır. Örneğin kapitalist sistemi eleştiren görüşün, söz konusu risklerin önlenmesi için çare olarak görmeyeceği teknolojikleşme ve büyük kurumsal şirketler işçi ölümlerinin önlenmesi için çare olarak sunulmaktadır.

## Farklı Konuları Pekiştiren Sağlık Haberleri

*Milliyet* gazetesinin internet sitesinde 6 Nisan 2017’de “Kadın travmaya daha dayanıklı” başlığı ile yayınlanan haberde, bir öğretim üyesinin yürüttükleri Kadını Destekleme Projesi (KADEP) hakkında verdiği enfomasyona yer verilmiştir. Haberde başlık olarak “Kadın travmaya daha dayanıklı” ifadesi turnak içinde verilmeksizin kullanıldığı halde, bu ifade Dr. Öğretim Üyesi Neslihan Arıcı Özcan’ın açıklamalarında yer almaktadır. Haberin alt başlıklarında da Özcan’ın açıklamalarının kullanıldığı görülmektedir.

Metnin içinde ise, riskle ilgili Neslihan Arıcı Özcan’ın ifadelerine yer verilmiştir. Kaygı, riskli bir durum olarak ifade edilmiş; çaba, merak, gelenek ve ritüeller ve mücadele ise tersine koruyucu faktörler olarak tanımlanmıştır. Haberde söz edilen risk ve riskten koruyucu bu unsurlar, bir uzmanın görüşüne dayalı olarak sunulmuştur. Bu haberde riskli durumların farklı cinsiyetleri farklı etkilediği vurgusu mevcuttur. Risk söylemi ile, kadınlar mücadele etmeye teşvik edilmekte, bu şekilde hem kendilerinin hem de toplumun daha güvende olacağı vurgusu hâkimdir. Her ne kadar haberin ana teması, kadınların desteklenmesi olsa da, 15 Temmuz Darbe Girişimi de haberin temalarındandır ve risk söylemi ile bu iki tema bir araya gelmektedir. Haberde “kadın” kelimesinin, “travma” kelimesinin, “destek” kelimesinin, “sistem” kelimesinin, “sosyal destek” ifadesinin, “koruyucu” kelimesinin, “darbe” kelimesinin, “dayanıklı” kelimesinin, “15 Temmuz” ifadesinin, “risk” kelimesinin, “şehit” kelimesinin, “gazi” kelimesinin en çok kullanılan kelimeler/ifadeler olması bu durumu doğrulamaktadır. Ayrıca “kadın” kelimesinin tüm bu diğer kelimeler ve ifadeler ile birlikte kullanıldığı görülmektedir. Kadınlar haberde hem desteklenmesi gereken, hem de dayanıklı kişiler olarak temsil edilmiştir. “15 Temmuz”, “kadın” ve “dayanıklı” kelimeleri de aynı cümle içerisinde kullanılmaktadır.

Haberde, kadınların darbe girişimi sırasındaki mücadelecisi rolü vurgulanmakta ve birlik ve beraberlik duygusu pekiştirilmektedir. Kadınları risklerin karşısına mücadelecisi olarak konumlandıran uzman görüşüyle birlikte düşünüldüğünde, haberin kadınların darbe girişimi sırasındaki mücadeleleri nedeniyle kadınları takdir ettiği ve onları bundan sonra da mücadele etmeye teşvik ettiği söylenebilir. Risk söylemi, kadınları mücadele etmeye yönlendirici bir bağlam içerisinde, dolayısıyla destekleyici, yüreklendirici bir bağlam içerisinde kullanılmıştır. Haber fotoğrafı olarak ellerinde Türk bayraklarını sallayan kadınların olduğu bir fotoğrafın kullanılması da bu bağlamdadır.

18 Nisan 2018 tarihinde *Dokuz8haber*’de yayınlanan “SES: Bu çalışma düzeni sağlıkta intiharları artırıyor” başlıklı haber, Sağlık ve Sosyal Hizmet Emekçileri Sendikası’nın (SES) sağlık sektöründe artan intiharlar ve nedenleri hakkında hazırladığı rapor ile ilgilidir. “SES: Bu çalışma düzeni sağlıkta intiharları artırıyor” başlığında SES’in mevcut çalışma düzeninin işçi ölümlerine neden olduğuna yönelik görüşüne yer verilmiştir. SES’in açıklamasının merkezinde intiharlar vardır, başlık da SES’in vurgulamak istediği kısmı yansıtmaktadır. Haber başlığında ya da alt başlıklarda risk söylemi olmadığı görülmektedir. Haberde SES Eş Genel Başkanı İbrahim Kara’nın görüşleri aktarılarak, haber söylemi şu argümanları pekiştirmektedir/desteklemektedir: Sağlık çalışanları intihar etmektedir. Sağlık çalışanlarının intiharları konusunda Sağlık Bakanlığı bir şey yapmamaktadır. Sağlıkta Dönüşüm Programı’nın işleyişi sıkıntılıdır. İşçi intiharlarını kişisel olarak yorumlamak doğru değildir. Ayrıca haberde psikososyal riskler, işçi ölümleri, iktidar politikaları ve OHAL ve KHK’lar arasında bir



bağ kurulmaktadır. Haberde söz edilen risklerin nedeni olarak iktidar politikaları gösterilmekte, OHAL ve KHK'lar ise bu riskleri artıran faktörler olarak değerlendirilmektedir. Haber kaynağı Sendika Genel Başkanıdır ve haberdeki tüm ifadeler de ona aittir. Dolayısıyla haber söyleminin sendika tarafından inşa edildiği söylenebilir. Sendika Genel Başkanı'nın dışında başka bir görüşe yer verilmeyen haberde tercih edilen fiiller ise “dedi”, “diye konuştu”, “sözlerine şöyle devam etti” ve “nedenlerini şöyle sıraladı” gibi ifadelerdir.

### **Toplumsal Kabulleri Pekiştiren Sağlık Haberleri**

*Milliyet* gazetesinin internet sitesinde 18 Haziran 2016'da yayınlanan “Çok çalışmak kadına zarar, erkeğe yarar” başlıklı haberde, çok çalışmanın kadınları ve erkekleri nasıl etkilediklerinden bahsedilmiştir. ABD'de Ohio State Üniversitesi'nde yapılan bir araştırmaya dayanan haberde, tırnak içerisinde verilen hiçbir bilgiye rastlanmamaktadır. Haberin başlığı olan “Çok çalışmak kadına zarar, erkeğe yarar” yargısı da, haberin alt başlığı olan “depresyonu önlüyor” yargısı da tırnak içerisinde kullanılmaksızın ifade edilmiştir. Alt başlıktaki “depresyonu önlüyor” yargısı ise çok çalışmanın erkeklerde depresyonu önlediğini vurgulamaktadır. Haberde “risk” kelimesi 6 defa kullanılmıştır. Haberde sayısal verilerden de faydalanılmıştır. Risk söylemi, erkeklerin çalışmasının uygun, kadınların çalışmasının ise çok da uygun olmadığı yönündeki muhafazakâr yapılanmayı meşrulaştırmaktadır.

Haberde, uzun çalışma saatlerinin erkekler için faydalı olduğu vurgulanmıştır. Buna göre, uzun saatler çalışan erkeklerde kalp hastalıklarına yakalanma, bağırsak problemlerine yakalanma ve depresyona yakalanma riski düşmektedir. Ancak uzun saatler ağırlık taşıyarak çalışan erkeklerde kalp hastalıklarına yakalanma riski düşmekte midir; uzun saatler oturarak çalışan erkeklerde bağırsak problemlerine yakalanma riski düşmekte midir; ya da stres altında uzun saatler çalışan erkeklerde depresyona yakalanma riski düşmekte midir? Uzun saatler çalışan erkeklerin kalp, bağırsak ve ruhsal hastalıklara yakalanma riskinin düştüğünü söylemek oldukça genelleyici bir bilgidir. Oysa sağlık üzerine yapılan araştırmaların mutlaka bir örnekleme vardır ve bu örneklemin kimlerden oluştuğu bilgisine haberde rastlanmamakta, böylece de risk söylemi kullanılarak erkeklik çalışmakla ilişkilendirilmektedir. Habere göre çalışmayan erkekler ve uzun saatler çalışmayan erkekler zarar göreceklerdir, hastalanacaklardır. Ancak her ne kadar başlıkta erkeklerin çok çalışması “yarar” olarak ifade edilse de, yine aynı haberde uzun saatler çalışan erkeklerde kireçlenme meydana gelebileceği vurgulanmaktadır. O halde erkeklerin uzun saatler çalışmasının tamamen yararlı olduğundan, haber kaynağına göre bile söz edilemez. Aynı zamanda risk söylemi ile kadınların çok çalışmaması gerektiği fikri de perçinlenerek, geleneksel yapı pekiştirilmektedir. Risk ifade eden cümleler, okuyucunun zihninde bu geleneksel yapılanmayı meşrulaştırabilecektir. Haberin mikro analizi de makro analizini doğrular niteliktedir. Haberde “belirledi”, “vurguladı”, “öne sürüldü”, “ifade edildi”, “ortaya çıktı” ve “belirtildi” yüklemelerinin kullanıldığı görülmektedir. Bu yüklemelerin kullanılması sayısal verilerin kullanılması gibi, haberi daha inandırıcı kılmaktadır.

*Sabah* gazetesinde 14 Nisan 2018'de “Mutlu evlilik kalbin ilacı” başlığıyla yayınlanan bir haberde ise mutlu evliliğin kalp sağlığını koruduğundan bahsedilmektedir. Haberin başlığı da bu içeriği

yansıtmaktadır. Başlıkta mutlu evliliğin kalbin ilacı olduğu söylenmektedir, dolayısıyla da evlilik yüceltilmektedir. Haberin ilk alt başlığı ise “İçine atanlar risk altında”dır. Hem başlıkta, hem de spotta mutlu evliliğin kalp sağlığını koruduğundan söz edilmektedir. Haber başlığı, alt başlıklar ve spot, mevcut toplum yapısının temel birleşenlerinden olan aileyi ve evliliği olumlu olarak yansıtmakta ve mevcut yapıyı meşrulaştırmaktadır. “Bahar kaçamak öldürür!” alt başlığı ise sadakate ve tek eşliliğe dayalı toplumsal yapıyı güçlendirmektedir.

Haberde, işinden memnun olmayan kadınların erkeklerin kalp sağlığını olumsuz etkilediğinin vurgulanması, erkek egemen yapıyı güçlendirmektedir. Kadınların işlerinden memnun olmaları ya da çalışmamalarının erkekler için daha olumlu yansıtacağı fikri açığa çıkmaktadır. Ayrıca haberde bahar aylarının “kalp sağlığı açısından riskli” olduğu ve “bahar aylarında, kalp kapağı hastalıklarına bağlı kalp yetmezliklerinde bahar nezlesi ile alerjik reaksiyonlara yakalanma riski” nin arttığı da ifade edilmektedir. Haber söylemi ile sadakate ve tek eşliliğe dayalı toplumsal yapı pekiştirilmektedir. Erkeklerin “başka bir kadın” ile ilişki halindeyken kalp krizi geçirdiklerinin vurgulanması, evlilik dışı ilişkileri hastalıklar ile ilişkilendirerek olumsuz bir şekilde temsil etmektedir. Haberdeki risk söylemi şu argümanları inşa etmektedir: Mutlu evlilik kalp sağlığını korur. İşlerinden memnun olmayan kadınlar ile evli erkeklerin kalp hastalığı riski daha fazladır. Kadınlar sorunları içine atmamalıdır. Erkeklerin, evlilik dışı ilişkileri kalp krizi geçirmelerine neden olabilir. Bu argümanlar, evlilik dışı ilişkilerin zararlı, evliliğin ise yararlı olduğu fikrini desteklemektedir. Dolayısıyla haberin mevcut ataerkil, muhafazakâr yapıyı pekiştirdiği söylenebilir.

## Sonuç

Çalışma kapsamında geleneksel gazeteciliğin ve yurttaş gazeteciliğin sağlık ile ilgili haberleri incelenmiştir. Yurttaş gazeteciliğinin sağlık ile ilgili haberlerde risk söyleminin inşası açısından anlamlı bir farklılık ortaya koymadığı gözlenmiştir. İncelenen tüm haberlerde, risk söylemini destekleyici nitelikte, uzman görüşlerinden faydalandığı, sayısal ve istatistiksel veriler kullanıldığı, endişe argümanlarının kullanıldığı, “risk”, “belirsizlik”, “tehlike”, “tehdit” gibi kelimelerin kullanılmasıyla söz edilen riskin daha önemli hale getirildiği görülmüştür. Haberlerdeki risk söyleminin farklı odaklara/faktörlere hizmet ettiği ve bu odak/faktörlerin görüşlerini pekiştirdiği görülmüştür. Sağlık ile ilgili haberlerin yayınlandığı medya organının ideolojik tutumuna bağlı olarak devlet/iktidar politikasına ya da mevcut iktidarı eleştiren görüşe, kimi zaman ataerkil düzene ya da mevcut muhafazakâr toplumsal söyleme karşıt görüşe, milli birlik ve beraberliğe dayalı görüşlere, kimi zaman ise ilaç şirketlerine hizmet eder bir tutuma sahip olduğu anlaşılmıştır. Sağlık haberlerinin, yalnızca belirsizlikleri ve riskleri güçlendirmede, aynı zamanda ortak küresel bir kültürü yaygınlaştırdığı da görülmüştür. Bu doğrultuda haberlerde çeşitli sağlık önerilerinin ve çeşitli hastalıklarının zararlarının vurgulandığı bir tutum da mevcuttur.

*The Washington Post* gazetesinin 1977 ve 2000 yıllarına ait sağlık haberlerini içerik analizi yöntemiyle inceleyen Arnoldi (2009), hastalıkla ilgili haberlerde gittikçe daha fazla oranda risklerden söz edildiğini ve sağlıkla ilgili haberlerdeki riskin diğer haberlerden farklı olarak temel konu değil, kişinin kendi vücudunu ve geleceği için yapabileceği stratejilere yönelik kullanılan bir

kavram olduğunu söyler (s. 133-134). Bu çalışmada da, sağlık haberlerinde söz edilen riskin, belli davranışları yapmak için ya da belli ürünleri tüketmek için bir aracı olduğu görülmektedir. Sağlık ile ilgili haberlerde çeşitli ürünleri tüketmek gerektiği ya da çeşitli uygulamalar yapmak gerektiği, böylece hastalık risklerinden uzak durulabileceği söylenmektedir. Bu haberlerde “Türk kahvesi kansere karşı koruyucudur”, “Türk kahvesi içmeyenlerde kanser görülme riski daha fazladır”, “Türk kahvesi içilmelidir”, “Sauna kalp krizi riskini düşürür”, “Sauna kalp sağlığı açısından faydalıdır”, “Domuz gribi riskini önlemek için aşı yaptırmak gereklidir” gibi argümanlar pekiştirilmektedir. Haberlerde kimi zaman, örneğin saunaya girmenin kimi zamansa saunaya girmemenin kalp sağlığına yönelik risk olarak tanımlandığı görülmüştür. Saunanın kalp sağlığına etkisine yönelik risklerin haberleştirilmesinde ideolojik bir nedensellik ya da mevcut bir politikayı meşrulaştırmaya hizmet eden bir inşa olmasa da, bu ve benzeri haberlerdeki risk söyleminin okuyucuya bir fikri ikna etmeye aracı olacağı söylenebilir.

İncelenen sağlık haberlerinde, “Kadınlar uzun saatler çalışmamalıdır”, “Erkekler uzun saatler çalışmalıdır”, “İşlerinden memnun olmayan kadınlar ile evli erkeklerin kalp hastalığı riski daha fazladır”, “Kadınlar dayanıklıdır”, “Kadınlar mücadele etmeye devam etmelidir” gibi cinsiyete dayalı argümanların desteklendiği görülmüştür. Haberlerde söz edilen kimi risklerin de cinsiyetlere göre tanımlandığı anlaşılmıştır. Sağlık ile ilgili haberlerde söz edilen riskin sağlıkla hiç ilgili olmayan bir konuyu/fikri desteklemek için de kullanılabilirdiği görülmüştür. Örneğin travmayla ilgili bir haberde, 15 Temmuz Darbe Girişimi’nde mücadele eden kadınlardan bahsedilmektedir ve hem kadınların mücadele etmesi fikri hem de millî birlik ve beraberlik fikri pekiştirilmektedir. İncelenen sağlık haberlerinin mevcut yapıyı meşrulaştıran “Çok çocuk yapmak iyidir”, “Mutlu evlilik kalp sağlığını korur”, “Evlilik dışı ilişkiler zararlı, evlilik ise yararlıdır” gibi argümanları pekiştirdiği de görülmüştür.



Şekil 1. Sağlık haberlerinde risk söyleminin inşası ve risk söyleminin hizmet ettiği odaklar/faktörler/görüşler

Sağlık haberlerindeki risk söyleminin kimi zaman mevcut sağlık politikalarını eleştirmeye yardımcı olduğu da görülmüştür. Bu haberlerde, “Devlet politikaları otizm konusunda yetersiz kalmaktadır”, “Çocukların hamile kalmasında devlet de sorumludur”, “Sağlık çalışanlarının intiharları konusunda Sağlık Bakanlığı bir şey yapmamaktadır”, “Sağlıkta Dönüşüm Programının işleyişi sıkıntılıdır”, “Otizm Eylem Planı halen uygulamaya girmemiştir”, “OHAL ve KHK’lar da işçilerin intiharlarının nedenlerindedir” gibi argümanlar risk söylemi ile pekiştirilmektedir.

Özellikle bulaşıcı hastalıklar ile ilgili haberlerde (Zika virüsü, domuz gribi, vb.), riskin gerçekleşmesi durumunda olabilecekler vurgulanarak risk daha önemli bir hale getirilmektedir. Örneğin, Zika virüsünün hamile kadınlara bulaşması halinde, bebeklerde beyin gelişimi etkilenebileceğinin ve kafa deformasyonlarının olabileceğinin söylendiği haberin en sonunda, hastalığın Avrupa’da henüz görülmediği belirtilmektedir. Domuz gribiyle ilgili haberde de risk, “büyük artış”, “hızlı artış”, “pandemik”, “dikkat çekici boyutlara ulaştı”, artış”, gibi kelimelerin kullanılması ve ölenlerin sayılarının verilmesiyle endişe verici bir şekilde sunulmaktadır. Ancak domuz gribinin gerçekten büyük bir risk olup olmadığı sonraki yıllarda tartışmalı bir konu haline gelmiştir. Bu nedenle, sağlık haberlerindeki risk söyleminin belirli bir bakış açısıyla oluşturularak kimi zaman gereğinden fazla bir endişe yarattığı söylenilebilir. Engdahl (2009), basın organlarının kimi hastalık risklerinin büyüklüğünden söz ederken, aslında insanları aşı olmaya yönlendirerek ilaç kartellerinin kar sağlamasına yardımcı olan birer araç haline gelebildiklerini söylemektedir (s. 6-18). Bu çalışma kapsamında incelenen haberde de domuz gribine karşı aşı yaptırılması gerektiği söylenmekte ve Engdahl’ın görüşü doğrulanmaktadır.

### Kaynakça

- 2 Nisan Dünya Otizm Farkındalık Günü: Otizm için artık farkındalık yetmiyor, eylem şart. (2018b). *Dokuz8haber*. 01.07.2018 tarihinde <http://www.dokuz8haber.net/dokuz8/2-nisan-dunya-otizm-farkindalik-gunu-otizm-icin-artik-farkindalik-yetmiyor-eylem-sart/> adresinden erişilmiştir.
- 7 bin kişi domuz gribinden öldü. (2009). *Cumhuriyet*. 01.07.2018 tarihinde [http://www.cumhuriyet.com.tr/haber/diger/102378/7\\_bin\\_kisi\\_domuz\\_gribinden\\_oldu\\_.html](http://www.cumhuriyet.com.tr/haber/diger/102378/7_bin_kisi_domuz_gribinden_oldu_.html) adresinden erişilmiştir.
- 140journos WhatsApp tartışma grubu: iş kazaları ve işçi ölümleri. (2017, 31 Ağustos). *140journos*. 15.06.2018 tarihinde <https://140journos.com/140journos-whatsapp-tartisma-grubu-isci-kazalari-51fde2a1e470> adresinden erişilmiştir.
- Aşı ölüm getirdi. (2014). *Sözcü*. 30.06.2018 tarihinde <https://www.sozcu.com.tr/2014/gunun-icinden/asi-olum-getirdi-492603/> adresinden erişilmiştir.
- Aşı yaptırmayana suç duyurusunda bulunurum. (2018). *Sabah* 20.08.2018 tarihinde <https://www.sabah.com.tr/saglik/2018/05/03/asi-yaptirmayana-suc-duyurusunda-bulunurum> adresinden erişilmiştir.
- Arnoldi, J. (2009). *Risk*. Cambridge: Polity Press.
- Beck, U. (2002). The terrorist threat: World risk society revisited. *Theory, Culture & Society*, 19(4), 39-55.
- Beck, U. (2011). *Risk toplumu: Başka bir modernliğe doğru*. İstanbul: İthaki Yayınları.
- Ben-Zur, H., Gil, S. ve Shamshins, Y. (2012). The relationship between exposure to terror through the media, coping strategies and resources, and distress and secondary traumatization. *International Journal of Stress Management*, 19(2), 132-150.

- Boero, N. (2007). All the news that's fat to print: The American "Obesity Epidemic" and the Media. *Qualitative Sociology*, 30(1), 41–60.
- Brezilyalı doktor bilimin ilerlediğini ama HIV'e karşı olan damgalamanın devam ettiğini söylüyor. (2017). *Globalvoices*. 01.07.2018 tarihinde <https://tr.globalvoices.org/2017/12/brezilyali-doktor-bilimin-ilerledigini-ama-hive-karsi-olan-damgalamanin-devam-ettigini-soyluyor/> adresinden erişilmiştir.
- Bullen, E., Fahey, J. ve Kenway, J. (2006). The knowledge economy and innovation: Certain uncertainty and the risk economy. *Discourse: Studies in the Cultural Politics of Education*, 27(1), 53-68.
- Carter, S. K., Reyes-Foster, B. ve Rogers, T. L. (2015). Liquid gold or Russian roulette? Risk and human milk sharing in the US news media. *Health, Risk & Society*, 17(1), 30-45.
- Coleman, R., Thorson, E. ve Wilkins, L. (2011). Testing the effect of framing and sourcing in health news stories. *Journal of health communication*, 16(9), 941-954.
- Chavez, V. ve Dorfman, L. (1996). Youth and violence on local Spanish language television news. *International Quarterly of Community Health Education*, 7, 121-138
- Cottle, S. (1998). Ulrich Beck, 'Risk Society' and the media: A catastrophic view? *European Journal of Communication*, 13(1), 5-32.
- Çok çalışmak kadına zarar, erkeğe yarar. (2016). *Milliyet*. 30.06.2018 tarihinde <http://www.milliyet.com.tr/cok-calismak-kadina-zarar-erkege-gundem-2264379/>, adresinden erişilmiştir.
- Denney, D.(2005). *Risk and society*. London: SAGE Publications.
- Dorfman, L. ve Wallack, L. (1998). Alcohol in the news: The role for researchers. *Contemporary Drug Problems*, 25(1), 65–84.
- Durna, T. ve Kubilay, Ç. (2010). Söylem kuramları ve eleştirel söylem çözümlenmeleri. T. Durna,. (Der.). medyadan söylemler içinde (s. 47-81) İstanbul: Libra Kitapçılık ve Yayıncılık.
- Elderidge, J. (1999). *Risk, society and the media: Now you see it, now you don't*. Harlow: Longman.
- Engdahl, W. (2009). *Sahte domuz gribi, gıdalar*. L.Kartal (Çev.). İstanbul: Bilim + Gönül Yayınları.
- Etemadi, A., Kamangar, F., Islami, F., Poustchi, H., Pourshams, A., Brennan, P., Boffetta, P., Malekzadeh, R., Dawsey S. M., Abnet, C. C. ve Emadi, A. (2015). Mortality and cancer in relation to ABO blood group phenotypes in the Golestan Cohort Study. *BMC Medicine*, 13(1), 8.
- Fazla kahve kalp ritmini bozuyor. (2017). *Sözcü*. 30.06.2018 tarihinde <https://www.sozcu.com.tr/2017/saglik/fazla-kahve-kalp-ritmini-bozuyor-1789387/> adresinden erişilmiştir.
- Fromm, E. (1991). *The sane society*. London: Routledge.
- Furedi, F. (2001). *Korku kültürü, risk almanın riskleri*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Goodwin, R., Palgi, Y., Hamama-Raz, Y., and Ben-Ezra, M. (2013). In the eye of the storm or the bullseye of the media: social media use during Hurricane Sandy as a predictor of post-traumatic stress *Journal of Psychiatric Research*, 47(8), 1099–1100.
- Holman, E. A., Garfin, D. R., and Silver, R. C. (2014). Media's role in broadcasting acute stress following the Boston Marathon bombings. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 111(1), 93-98
- Hamam sefası kalbe zararlı. (2007). *Hürriyet*. 30.06.2018 tarihinde <http://www.hurriyet.com.tr/gundem/hamam-sefasi-kalbe-zararli-5970129> adresinden erişilmiştir.
- İşte hükümetin yeni kürtaj politikası. (2012). *Milliyet*. 30.06.2018 tarihinde <http://www.milliyet.com.tr/iste-hukümetin-yeni-kurtaj-politikasi-siyaset-1647171/>, adresinden edinilmiştir.
- Johnstone, M. J. (2016). *Alzheimer's disease, media representations and the politics of euthanasia: Constructing risk and selling death in an ageing society*. London: Routledge.

- Kadın travmaya daha dayanıklı. (2017). *Milliyet*. 30.06.2018 tarihinde <http://www.milliyet.com.tr/kadin-travmaya-daha-dayanikli-gundem-2427154/>, adresinden erişilmiştir.
- Kan gruplarına göre hastalık riskleri araştırması yayınlandı. (2018). *Sabah*. 20.08.2018 tarihinde <https://www.sabah.com.tr/galeri/saglik/kan-gruplarına-gore-hastalik-riskleri-arastirmasi-yayinlandi> adresinden erişilmiştir.
- Kansere karşı Türk kahvesi. *Milliyet*. 20.08.2018 tarihinde <http://www.milliyet.com.tr/kansere-karsi-turk-kahvesi-pembelar-detay-sagliklibeslenme-2599839/>, adresinden erişilmiştir.
- Lacy, M. J. (2002). Deconstructing risk society. *Environmental Politics*, 11(4), 42-62.
- Lawrence, R. G. (2004). Framing obesity: The evolution of news discourse on a public health issue. *Press and Politics*, 9(3), 56-75.
- Luhmann, N. (1993). *Risk: A sociological theory*. Berlin: Walter de Gruyter.
- McManus, J. ve Dorfman, L. (2005). Functional truth or sexist distortion? Assessing a feminist critique of intimate violence reporting. *Journalism*, 6, 43-65.
- Mutlu evlilik kalbin ilacı. (2018). *Sabah*. 20.08.2018 tarihinde <https://www.sabah.com.tr/saglik/2018/04/14/mutlu-evlilik-kalbin-ilaci>, adresinden erişilmiştir.
- Nalbantoğlu, M., Benbir, G., Karadeniz, D., Altıntaş, A. ve Oğuz, F. S. (2014). H1N1 (Domuz Gribi) aşısını takiben ortaya çıkan narkolepsi-katapleksi sendromu olguları. *Archives of Neuropsychiatry/Noropsikiatri Arsivi*, 51(3).283-287
- Özkaya, H. (2016). Cumhuriyet döneminde bulaşıcı hastalıklarla mücadele. *Türkiye Aile Hekimliği Dergisi*, 20(2), 77-84.
- Raupp, J. (2014). Social agents and news media as risk amplifiers: a case study on the public debate about the E.coli outbreak in Germany 2011. *Health, Risk & Society*, 16(6), 565-579.
- Robinson, C., Cutfield, N., Mottershead, J., Sharples, A. P. K., Richards, R., Kingan, J.ve Stewart, F. (2018). Media reporting of health interventions in New Zealand: A retrospective analysis. *Internal Medicine Journal*. 48(8), 924-930.
- Rousseau, C., Moreau, N., Dumas, M. P., Bost, I., Lefebvre, S. ve Atlani-Duault, L. 2015. Public media communications about H1N1, risk perceptions and immunization behaviours: A Quebec-France comparison. *Public Understanding of Science*, 24(2), 225-240.
- Saguy, A. C. ve Gruys, K. (2010). Morality and health: News media constructions of overweight and eating disorders. *Social Problems*, 57(2), 231-250.
- Saguy, A., C. ve Almeling, R. (2008). Fat in the fire? Science, the news media, and the 'obesity epidemic'. *Sociological Forum*, 23, 53-83.
- Sauna kalp krizi riskini azaltıyor. (2018b). *Sabah*. 20.08.2018 tarihinde <https://www.sabah.com.tr/saglik/2018/05/07/sauna-kalp-krizi-riskini-azaltiyor> adresinden erişilmiştir.
- Schwitzer, G. (2008). How do US journalists cover treatments, tests, products, and procedures? An evaluation of 500 stories. *PLoS Medicine* 5(5), e95.
- SES: Bu çalışma düzeni sağlıkta intiharları artırıyor. (2018). *Dokuz8haber*. 30.06.2018 tarihinde <http://www.dokuz8haber.net/emekduyasi/ses-bu-calisma-duzeni-saglikta-intiharlari-artiriyor/> adresinden erişilmiştir.
- Sheyholislami, J. (2011). *Kurdish identity, discourse, and new media*. Springer.
- Singer, E. ve Endreny, P. M. (1994). Reporting on risk: How the mass media portray accidents, diseases, disasters and other hazards. *Risk*, 5(3) 261-270

- Uruguay'da 11 yaşındaki hamile kız kürtajı reddediyor. (2015). *Globalvoices*. 01.07.2018 tarihinde <https://tr.globalvoices.org/2015/05/uruguayda-11-yasındaki-hamile-kiz-kurtaji-reddediyor/> adresinden erişilmiştir.
- van Dijk, Teun A. (2006). Ideology and discourse analysis. *Journal of Political Ideologies*, 11(2), 115-140.
- Vasconcellos-Silva, P. R., Castiel, L. D. ve Griep, R. H. (2015). "The media-driven risk society, the anti-vaccination movement and risk of autism". *Ciencia & Saude Coletiva*, 20(2), 607-616.
- Wilson, A., Bonevski, B., Jones, A. ve Henry, D. (2009). Media reporting of health interventions: signs of improvement, but major problems persist. *PLoS One*, 4(3), e4831.
- Wormwood, J. B., Devlin, M., Lin, Y. R., Barrett, L. F. ve Quigley, K. S. (2018). When words hurt: Affective word use in daily news coverage impacts mental health. *Frontiers in psychology*, 9, 1333. 10.06.2018 tarihinde <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2018.01333> adresinden erişilmiştir.
- Yılmaz: Devlet gebe çocuklar olayında dolaylı ortak, (2018). *Dokuz8haber*, 01.07.2018 tarihinde <http://www.dokuz8haber.net/gundem/yilmaz-devlet-gebe-cocuklar-olayinda-dolayli-ortak/> adresinden erişilmiştir.
- Your blood type may put you at risk for heart disease. (2015). *Livescience*. 30.06.2018 tarihinde <https://www.livescience.com/49460-abo-blood-type-mortality.html>, adresinden erişilmiştir.
- Zika virüsünde tehdit büyük: 2.2 milyar kişi risk altında. (2016). *Onedio*. 01.07.2018 tarihinde <https://onedio.com/haber/zika-virusunde-tehdit-buyuk-2-2-milyar-kisi-risk-altinda-707068>, adresinden erişilmiştir.

## The Discourse of Risk in Health News Stories

Bahar KAYIHAN\*\*  
Himmet HÜLÜR\*\*\*

This study is about the risk discourses in the media, because survival, safety, and risk have been the most fundamental issues throughout human history. Further, the ones that promote modernity and modern risks are the superstructures such as art, philosophy and mass media. Therefore, in this study, the risks in media are examined. Based on the theoretical discussions concerning risk and empirical evidence of the studies, this study adopts a critical risk approach. From this point of view, the primary purpose of this study is to examine the risk discourses in health news stories. News items about infectious and deadly diseases, abortion, children's sexual abuse, autism, preventive measures against various diseases, and the reasons for conditions were analysed by critical discourse analysis method. Sixteen news articles were selected to be examined to show how risk discourse is used as a tool in different health stories. Teun A. van Dijk's critical discourse analysis was preferred since it reveals embedded context relationships (Sheyholislami, 2011). In this direction, macro and microstructures of news items were analysed. At the micro level; word selections, relations between words and sentences, and at the macro level; headlines, spot, background information, context and news sources were examined. According to van Dijk, background information reflects the social and political aspects of the event (Durna and Kubilay, 2010, p. 68). In this study, the risks are considered as a construction. While sociologists tend to see risk as a construction, economists argue the otherwise (Bullen et al., 2007, p. 57). Besides in this article, risk discourses on media are considered as a tool that reinforces the risk constructions developed by various powers (drug cartels, government, opponents, patriarchy, conservative society, etc.).

The emergence of modern risk, as we perceive it, is parallel to the rise of modernity. Some theorists emphasise different aspects of risk in contemporary society (Beck 2002, 2011; Furedi, 2001; Luhmann, 1993; Lacy, 2002). Beck (2011, p. 25) says that current risks and threats are separated from the risks and dangers of the middle ages, and the concept of risk is directly related to the

---

\*\* Research Assistant Dr., AHBV Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Ankara, Türkiye, bahar.kayihan@hbv.edu.tr. Orcid ID: 0000-0001-5196-4350

\*\*\* Prof. Dr., AHBV Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Ankara, Türkiye, himmet.hulur@hbv.edu.tr. Orcid ID: 0000-0002-5863-4976



idea of modernisation. Fromm (1991, pp. 188-189) states that one of the most popular modern concepts is security. Although Simon Cottle (1998, p. 25) says that Beck's assessment of the role of the media in risk society theory is underdeveloped, Beck's work is vital to understand the relationship between risk and media. Denney (2005), Brindle (1999), Robinson et al. (2018) have made different theoretical assessments of the media's reporting of risks. For example, according to Denney (2005, p. 83), media sometimes reflects risks more valuable than they are, and Brindle (1999) states that the news value of risks are higher in case they actualise. Eleanor Singer and Phyllis M. Endreny (1994), Vasconcellos-Silva et al. (2015), Johnstone (2016), Raupp (2014), Rousseau et al., (2015), Carter et al. (2015) have made studies analysing media's reporting of risks. They emphasise the biased attitude of media. Similarly, Elderidge (1999) states that AIDS is exaggerated in a way that causes panic and that the disease is represented as an LGBT disease.

Moreover, Engdahl (2009) argues that while press organs are talking about the magnitude of certain disease risks, they become a tool that helps drug cartels make profits. News stories about vaccination is an example of this situation. Infectious smallpox, which caused the death of millions of people in the 20th century, has been eliminated all over the world in 1977 by vaccination (Özkaya, 2016). For this reason, it can be said that it may be useful to include news stories about vaccination in the media. However, in the case of swine flu, a great deal of concern has been created, and vaccination was recommended in the news stories, but as Nalbantoğlu et al. (2014, p. 283) reported, cases of narcolepsy-cataplexy syndrome occurred following the swine flu vaccine. Hence, risk reporting is a highly sensitive issue. Although studies concerning risk and media are limited, studies on health journalism are varied. For example, Schwitzer (2008, pp. 0700-0703) says that journalists find it difficult to produce qualified health news stories due to time constraints, complex statistics, medical terminology and difficulties in accessing expert opinion. Amanda Wilson et al. (2009, pp. 1-4) concluded that health-related news items are unqualified. Saguy (2010, p. 243) argues that most health news emphasises the narrow understanding of beauty in popular culture. Also, it is frequently stressed that health issues in the news are rarely defined in a thematic way (Chavez & Dorfman 1996; Dorfman and Wallack, 1998; Lawrence, 2004; McManus and Dorfman, 2005). Besides, negative presentation of health issues, such as mass violence, health crises and natural disasters may cause posttraumatic stress symptoms (Ben-Zur et al., 2012; Goodwin et al., 2013; Holman et al., 2014). Wormwood et al., (2018, p. 9) found that health news stories may cause difficulties in mental health. Besides, health workers are not always happy with the media's presentation of health (Coleman et al., 2011, p. 941). Research suggests that media reflects diseases as moral problems and often show weak individual preferences as the cause of diseases (Lawrence 2004; Boero 2007; Saguy & Almeling 2008; Saguy 2010).

In the study, in which both the news of traditional journalism and the news of citizen journalism are analysed, it was understood that citizen journalism did not present a meaningful difference in terms of risk discourse. Also, the risk discourse in health-related news stories has been seen as a tool to perform certain behaviours or to consume certain products. It has been understood that the health-related news stories serve for; government policy, dissenter opinion, patriarchal structure or views against current social discourses, opinions based on national unity and cohesion, or an

attitude that serves for pharmaceutical companies. In all news articles, it was observed that expert opinions, numerical and statistical data were used, and arguments of concern were used to support risk discourse.

Furthermore, it can be said that risk discourse sometimes may become a tool to convince the reader an idea. Moreover, it is seen that some risks mentioned in health news items are defined according to gender, and the risk discourses can be used to support a subject/idea which is not related to health. For example, in the news about trauma, women who struggle in the coup attempt are mentioned, and both the idea of women's struggle and the concept of national unity and solidarity are reinforced. It has also been seen that the risk discourses enhance existing social acceptances such as 'having much children are good', 'happy marriage protects the health of the heart', 'extra-marital relations are harmful, marriage is useful'. Also, it has also been observed that risk discourse in health news stories has sometimes helped to criticise health policies.

## Koalisyon Hükümetlerinde Basın Özgürlüğü: Doğru Yol Partisi ve Sosyal Demokrat Halkçı Parti/Cumhuriyet Halk Partisi Örneği (1991-1996)\*

Freedom of The Press in Coalition Governments: True Path Party and Social Democratic People's Party/Republican People's Party Case (1991-1996)

Göksel BASMACI\*\*

### Öz

1991-1996 yılları arasındaki DYP-SHP/CHP koalisyon hükümeti, Türkiye'nin en uzun süre yönetimde kalan koalisyonu olmuştur. Bu süreçte, hükümeti oluşturan partilerde ve liderlerde çeşitli değişiklikler yaşansa da birlikteliğin sürdürüldüğü görülmüştür. Farklı ideolojilerdeki partilerin anlaşması sonucunda kurulan ortaklık döneminde, ekonomi ve hukuk başta olmak üzere, birçok alanda köklü dönüşümler yaşanmıştır. Öte yandan ülke genelinde, terör olayları artmış ve birçok kişi öldürülmüştür. Söz konusu gelişmelerin yanı sıra bu hükümet döneminde, basın alanında da önemli değişikliklerin ve sorunların yaşandığı görülmüştür. Bu doğrultuda, çalışma kapsamında, DYP-SHP/CHP koalisyon hükümeti yönetiminde, basına dair yapılan yasal düzenlemeler ve basının genel durumu incelenmiştir. DYP-SHP/CHP koalisyon hükümetinde, basının özgür olup olmadığını saptamak çalışmanın sorunsalı olarak belirlenmiştir. Bu bağlamda, basın özgürlüğünün ve çıkarılan yasaların ne yönde şekillendiğini ortaya koymak ise çalışmanın amacını oluşturmaktadır. Çalışma, DYP-SHP/CHP koalisyonu dönemindeki basının durumunu yansıtmaması nedeniyle önem taşımaktadır. Bu doğrultuda yürütülen çalışmada, betimleme yöntemi kullanılmış ve alana ilişkin yazılı kaynaklardan yararlanılmıştır. Sonuç olarak, DYP-SHP/CHP koalisyon hükümeti döneminde basına yönelik yoğun baskı ve denetim uygulandığı saptanmış ve basın özgürlüğünün açık bir şekilde kısıtlandığı görülmüştür.

**Anahtar Kelimeler:** Basın Özgürlüğü, Demokrasi, Basın Kanunları, Koalisyon, DYP-SHP/CHP Hükümeti

\* Bu makale, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Anabilim Dalında hazırlanan doktora tezinden üretilmiştir.

\*\* Arş. Gör., İstanbul Arel Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Gazetecilik, İstanbul, Türkiye, Orcid ID: 0000-0002-4640-9819

**Abstract**

The DYP-SHP/CHP coalition government between 1991 and 1996 became the longest-running coalition in Turkey. In this process, it was observed that although there were changes in the parties and the leaders that formed the government, the unity continued. During the partnership period established as a result of the agreement of parties in different ideologies, radical transformations were experienced in many areas, especially in economics and law. On the other hand, throughout the country, terrorist incidents have increased and many people were killed. In addition to these developments, significant changes and problems were experienced in the press during this period. In this context, legal arrangements made to the press and the general situation of the press were examined under the direction of the DYP-SHP/CHP coalition government within the scope of this study. This study discusses whether the press is free in the DYP-SHP/CHP coalition government. In this context, the aim of the study is to show how the freedom of the press and the laws enacted are shaped. This study is crucial since it reflects the state of the press during the DYP-SHP/CHP coalition period. In this study, the descriptive method and written sources related to the area were used. As a result of this study, it can be stated that during the period of the DYP-SHP/CHP coalition government, intense pressure and control imposed on the press were determined and freedom of the press was clearly restricted.

**Keywords:** Freedom of the Press, Democracy, Press Laws, Coalition, DYP-SHP/CHP Government

**Giriş**

Demokrasinin en temel şartlarından biri olan basın özgürlüğü, basının var olduğu günden bu yana en tartışmalı kavramlar arasında yer almıştır. Buna istinaden, kişinin öz değeri olan düşünce ve ifade hürriyeti üzerine yükselen basın özgürlüğünü sağlamak için birçok kanun geliştirilmiştir. Demokrasinin tam anlamıyla işlediği ve özgürlüğün esas alındığı yönetimlerde basına dair kararlar, çoğulcu ve hürriyet temelli işlerken, demokrasi kültürünün hâkim olmadığı yerlerde ise baskıcı bir yaklaşım sergilenmiştir.

Bu noktada, basın özgürlüğünün belirlenmesinde, ülke yönetiminde söz sahibi olan partilerin demokrasiye olan inancı kadar, yönettikleri sistemin de etkili olduğuna dikkat çekmekte fayda bulunmaktadır. Öyle ki bir ülkeyi yöneten iktidarın, tek partili ya da çok partili sistem içinde olması, politikaların şekillenmesinde belirleyici bir unsur olarak öne çıkmaktadır. Çok partili sistemde tercih edilen bir hükümet şekli olan koalisyon yönetimi, demokratik yapısı nedeniyle, basın açısından ideal bir sistem olarak değerlendirilebilir. Eşitlik, özgürlük ve uzlaşma kültürünün olduğu bu sistemlerde, basının demokratik bir zemin üzerinde hareket etmesi beklenmektedir.

Koalisyon hükümetinin Türkiye'deki örneklerine baktığımızda, bu çerçevedeki ilk ortaklığın 1961 yılında Cumhuriyet Halk Partisi ile Adalet Partisi arasında kurulduğunu görmekteyiz. Bu birlikteliğin ardından, günümüze kadar çeşitli özelliklerde çok sayıda koalisyon hükümeti kurulmuştur. 1991 yılına gelindiğinde de bu çerçevede bir hükümet sistemi tercih edilmiş ve farklı görüşlerdeki DYP ile SHP, koalisyon kurma konusunda anlaşmışlardır. Söz konusu partiler tarafından kurulan hükümet, geniş bir temsiliyete ve uzlaşma kültürüne sahip olması nedeniyle, 1991-1996 yılları arasında görevde kalmıştır. Çeşitli siyasal gelişmelerin yaşandığı bu dönemde, basın alanında da önemli olaylar meydana gelmiş ve hükümetin basına dair kritik uygulamalarda bulunduğu görülmüştür.

Bu bağlamda çalışmada, DYP-SHP/CHP koalisyon hükümeti yönetiminde, basına ilişkin yapılan yasal düzenlemeler ve basının genel durumu ele alınmıştır. Çalışmanın problemini, DYP-SHP/CHP koalisyon döneminde basın özgür olup olmadığını ortaya koymak oluştururken, bu süreçte basın özgürlüğünün ve çıkarılan yasaların hangi yönde şekillendiğini saptamak ise amacını oluşturmaktadır. Türk siyasal tarihindeki en uzun süren koalisyon hükümetinin basın özgürlüğü konusundaki tutumunu göstermek adına önemli olan çalışmada, yöntem olarak ise betimleme metodundan yararlanılmıştır. Bu doğrultuda çalışmada ilk olarak, araştırmaya zemin hazırlaması için demokrasi ve basın özgürlüğü konuları ele alınmıştır. Ardından parti sistemlerine ve koalisyon hükümetine ilişkin bilgilere yer verilmiştir. Daha sonra ise DYP-SHP/CHP hükümetinin işleyişinin ve basına yönelik tutumunun anlaşılır kılınması adına bu dönemdeki siyasal, hukuksal, ekonomik ve toplumsal olaylar aktararak, basına dair yasal ve genel gelişmeler, basın özgürlüğü bağlamında tartışılmıştır.

### Demokrasi ve Basın Özgürlüğü

Halkın kendi seçimlerinin bir sonucu olarak, yine kendisi tarafından yönetilmesi anlamına gelen demokrasi, halk ve yönetim gibi iki unsurun birleşimi temelinde ortaya çıkmaktadır (Heywood, 1997, s. 110). Bu bağlamda, halkın yönetecek kimseleri kabul etme veya reddetme hakkına sahip olması, demokrasinin en değerli kazanımı olarak göze çarpmaktadır (Schumpeter, 2007, s. 373). Çoğunluğun iktidarını kontrol altına alarak, azınlıkların haklarını ve menfaatlerini koruyan demokrasi, bu yönüyle hak ve hürriyet odaklı bir siyasi sisteme karşılık gelmektedir (Heywood, 2012, s. 102).

Demokrasi kavramının kelime kökeni, Yunanca'da *demos* (halk) ile *kratos* (güç-yönetim) sözcüklerinin birleşmesinden doğmaktadır (Çeçen, 2000, s. 58). İlk çağlarda toplumu oluşturan çoğunluğun basiretsiz ve istikrarsız bir egemenliği olarak tanımlanan demokrasinin, bir makama sahip olmayan bireylere yönelik kullanıldığı görülmüştür (Manfred, 2002, s. 28). Modern demokrasinin ortaya çıkışını, 18. yüzyılın sonlarındaki Amerikan (1776) ve Fransız (1789) Devrimlerinin yarattığı siyasete kadar götürmek mümkündür. Öyle ki 1787 yılında yazılan Birleşik Devletler Anayasası'yla, oy hakkı sadece mülkiyet sahibi olanlara verilse de ortaya demokratik bir sistemin çıkarıldığını söyleyebiliriz. Daha sonra, yönetimin halk egemenliğine dayandığı görüşünü ortaya atan Fransız Devrimi'nin ise daha radikal fikirlerin tartışılmasına zemin hazırlayarak, demokrasinin esas temelini oluşturduğunu savunabiliriz (Heywood, 1997, s. 109).

Ulaştığı nokta itibarıyla, insan onurunun yüceltilmesini temel bir değer gören demokrasi, bireysel hak ve özgürlükleri de güvence altına almaktadır. Bu noktada, özgürlük ve hak tanımının çerçevesinin net bir şekilde çizilmesi önemlidir. Nitekim her talebin özgürlük olarak değerlendirilmemesi ve hak söz konusu olduğunda kazanımın gereği sorumlulukların da olduğunun özümsemesi gerekmektedir (Ural, 1999, s. 2-3). Demokrasi kavramına ilişkin genel bir değerlendirilmenin ardından, basın özgürlüğü ile demokrasi ilişkisini ele almak, çalışma açısından önem arz etmektedir.

Demokratik bir düzende basın, bireylerin haklarının korunması ve kendisini hür bir şekilde ifade edebilmesi için en etkili güçlerin başında gelmektedir. Ayrıca basının özgür olması, ülkenin

gelişmişlik düzeyini gösterdiği için son derece değerli bir unsur olarak görülmektedir. Bu yönüyle, demokratik toplumlarda mevcut sistemin sağlıklı bir şekilde işleyebilmesi için bilgilerin dolaşımını sağlayarak önemli bir rol üstlenen basın, demokrasi zincirinin en kritik halkası olarak öne çıkmaktadır (Bülbül, 2001, s. 17). İçel ve Ünver'e (2009) göre basın özgürlüğü; gazete, televizyon, radyo, sinema ve internet gibi araçlarla haber, fikir ve bulguların, özgürlük çerçevesinde ele alınabilmesi ve söz konusu verilerin küresel ölçekte, hür bir şekilde paylaşılabilmesidir (s. 24).

Görüldüğü üzere, basın özgürlüğü, herhangi bir olayın öğrenilmesi kadar, özgürce dağıtımını da içeren bir haktır. Bu yönüyle, basın özgürlüğünün çerçevesinin gayet açık olmasına rağmen, basın alanına dair karar verici bir otorite olan siyasilere, söz konusu unsur üzerinde hemfikir olmadığı görülmektedir. Bu noktada, Fransız devlet adamı Napolyon; "Basın özgürlüğü mü? Asla... Bunu onlara verdikten sonra benim için yapılacak iş, bir arabaya binip çiftliğime gitmek ve artık orada yaşamaktır. Eğer basının dizginlerini elimden kaçırırsam, iktidarda üç aydan fazla kalamam" diyerek, siyasetçilerin basın özgürlüğüne ilişkin genel bakış açısını net bir şekilde özetlemiştir (Bülbül, 2001, s. 19).

Bir diğer örnekte ise ABD'nin 3. başkanı olan Thomas Jefferson, "Hükümsüz bir basını, basınsız bir hükümete tercih ederim" diyerek basına verdiği önemi göstermiş ve siyasilere, baskıcı tutumunun aksi yönünde bir politika takip etmiştir. Ayrıca Jefferson'un öncülüğünde, Amerikan Anayasası'nda basın özgürlüğüne yönelik ilk kalıcı düzenleme yapılmış ve mevcut hüküm ile basının özgürce faaliyetlerini yürütebilmesi demokratik sistemlerin vazgeçilmez unsuru olarak ifade edilerek anayasal güvence altına alınmıştır. Bu gelişmeler üzerine, Jefferson'un basın özgürlüğüne katkılarından dolayı, Columbia Üniversitesi Gazetecilik Fakültesi'ne bir heykeli bile dikilmiştir (Bülbül, 2002, s. 88-89).

Günümüzde gelinen noktada basın, dördüncü bir güç olarak kabul görse de, basın özgürlüğünün eşdeğer öneme sahip olamadığı ve bu hürriyetin sağlanması için samimi adımların atılmadığı görülmektedir. Ancak basının içerik oluştururken karşılaştıkları sınırlandırma, hem içeriği üreten hem de olayların iç yüzünü öğrenmeye çalışan halk adına sorun oluşturmaktadır (Büyükbaykal, 2004, s. 43-44). Bu noktada, bireyin oy verirken doğru bir seçim yapabilmesi için yansız şekilde bilgilendirilmesinin önemine dikkat çekmek gerekmektedir. Bu işleyişin aksaması durumunda, demokrasi zincirinin en değerli halklarından olan basın, işlevini yitirmekte ve ortaya hak ihlali çıkmaktadır. Bu nedenle, yönetimde hangi sistemde ya da dünya görüşünde bir iktidar olursa olsun, düşüncüyü açıklama ve basın özgürlüğünün güvence altına alınması büyük bir öneme sahiptir (Özek, 1999, s. 33).

Çalışma açısından önemli olan demokrasi ve basın özgürlüğü kavramlarına kısaca değindikten sonra, çalışmada ele alınan koalisyon hükümetinin daha iyi anlaşılması için parti sistemlerine ve çok partili sistem içinde değerlendirilen koalisyon hükümetine dair bilgi vermek faydalı olacaktır.

### **Parti Sistemleri ve Koalisyon Hükümeti**

Toplumunu oluşturan bireylerin hayatını düzenleyen kuralları hazırlama, muhafaza etme ve çağa uygun hale getirme kapsamında yürütülen çok yönlü bir süreç olan siyaset, ülkenin yarınlarının

belirlenmesinde etkili bir sistem olarak öne çıkmaktadır (Heywood, 2012, s. 22). Bu yönüyle, yerel ve küresel birtakım değerleri içinde barındıran siyaset, derin kökler üzerine yükselmektedir. Siyasetin odak noktasında yer alan siyasal partiler ise hedeflere uygun olan bir program etrafında örgütlenen, iktidara sahip olmak veya ortaklaşa yürütmek hedefinde olan kuruluşlardır (Kapani, 2012, s. 176). Partiler, halkın desteğini arkasına alarak ülke genelinde örgütlü bir şekilde devamlılık gösteren ve aynı görüşü benimseyen kişilerden oluşan teşkilatlar halinde görev yapmaktadırlar (Şimşek, 2002, s. 32). En temel olarak, iktidar olabilmek için mücadele eden partiler, demokratik sistemin en değerli yapı taşları arasındadır (Gümüş, 2013, s. 176). Bir ulusun geleceğini belirleyen partilerin işlevlerini temsil etme, seçkin bir sınıf meydana getirme, bir amaç belirleme, çıkarları ortaya koyma, sosyalleşme ve hükümet olma şeklinde sıralayabiliriz (Heywood, 2012, s. 325).

Söz konusu işlevlerin ve hedeflerin ise partilerin sistemlerine göre biçimlendiğini söylemek mümkündür. Bu yönüyle, yönetimin şekillenmesine doğrudan etki eden parti sistemleri ülkedeki politik, kültürel ve ekonomik düzen içinde oluşmaktadır (Öztekin, 2013, s. 115). Bu bağlamda, bir ülkede tek ya da çok partili sistemin olmasının ülkenin değerlerinin yansımaları oluşturduğunu söylemek mümkündür. Öyle ki, parti sistemleri rejimlerin arka planlarının ortaya çıkarılmasında büyük öneme sahiptir (Kışlalı, 1996, s. 238). Öte yandan, çeşitli özelliklerine göre değişiklik gösteren parti sistemleri arasında ayrıma gidilirken bunun çoğunlukla sayı kriteri üzerinden yapıldığı görülmüştür. Bu doğrultuda, en kabul gören ayırım ise, tek, iki ve çok partili sistem şeklinde yapılmıştır (Kapani, 2012, s. 194).

Tek partili sistem, bir ülkenin politikasını tek başına aldığı kararlarla yöneten ve başka bir güce olanak tanımayan siyasi oluşumdur. Söz konusu yönetimin olduğu yerde, parti ve devlet ilişkileri birbirine geçmiş durumdadır (Tunaya, 1995, s. 65). Siyasal ve anayasal olarak, iktidarın egemen olduğu sistemde, eşit rekabet şartlarından söz etmek mümkün değildir. Hep aynı partinin iktidar olduğu tek partili yapılarda, yasama ve yürütmede bir tekel hâkim olmaktadır (Özdemir ve Atılğan, 2014, s. 246).

Hükümet olma gücünü elde etmek için eşit şansa sahip, iki temel parti tarafından yönetilen iki partili sistemde iktidar, iki parti arasında sırayla paylaşılırken, diğer küçük partiler muhalefet partisi olarak görevlerini yürütmektedirler (Heywood, 2012, s. 335). İki partili sistemin kurulabilmesi ve doğru bir şekilde işleyebilmesi için ana sorunlar üzerinde hem fikir olunması gerekmektedir. Bu nedenle, söz konusu sistemde uzlaşma kültürünün olması son derece önemlidir (Teziç, 1997, s. 334).

Çok partili sistem ise çok sayıdaki siyasal partinin birbirini takip ettiği ve iktidar gücünü elde etme hakkına sahip olduğu düzendir (Kapani, 2012, s. 201). Bu sistemde hükümet, genel olarak seçim sonunda, partiler arasında yapılan pazarlıkların sonucunda ortaya çıkmaktadır (Kışlalı, 1996, s. 255). Çok partili sistemde tercih edilen bir hükümet yöntemi olan koalisyonu ise birden fazla partinin bir araya gelerek güvenoyu aldıktan sonra yürütme gücünü ortak kullanması şeklinde tanımlamak mümkündür. Bu noktada, siyasal gücün paylaşılmasının siyasal, toplumsal, ekonomik, kültürel ve birçok alanda etkili olduğunu söyleyebiliriz (Tutar, 2007, s. 16). Söz konusu yöntemde, ortaklığın yapısına da bağlı olmakla birlikte, koalisyon hükümetlerinin genel itibarıyla kısa süreli olduğu görülmektedir. Buna ilaveten koalisyonlar, farklı değerlere sahip siyasal partiler tarafından

oluşturduğu için net bir hükümet programı çıkarmak zorlaşmaktadır (Duverger, 1986, s. 42). Bu noktada koalisyonlara yönelik eleştiriler, söz konusu sorunlar üzerinden yapılırken, koalisyonun güçlü yanının ise uzlaşmacı zemin üzerine yükselmesinde gizli olduğunu söyleyebiliriz (Heywood, 2012, s. 339). Öyle ki bu hükümetlerde özgürlük, siyasi partiler için en değerli kavramlar arasında yer alırken, partilerin hiçbir şekilde engellenmediği görülmektedir. Öte yandan siyasi partiler arasında, eşitsizlik olmadığını da söylemek mümkündür (Öztekin, 2013, s. 117). Nihayetinde; özgürlük, insan hakları ve eşitlik gibi ana ilkeler üzerinde hassas olan koalisyon hükümetlerini, parti sistemleri arasındaki en demokratik yapılar olarak değerlendirebiliriz.

Çalışmada ele alınan hükümet yapısının kavramsal açıdan aktarılmasının ardından 1991 ve 1996 yılları arasındaki DYP-SHP/CHP koalisyonu döneminde yaşanan siyasi, ekonomik, hukuki ve toplumsal olaylara yer verilecektir.

### **DYP-SHP/CHP Koalisyon Hükümeti (1991-1996 Dönemi)**

20 Ekim 1991 tarihinde yapılan seçimde DYP %27 oranında oy alarak ANAP'ın tek başına kurduğu hükümete son vermiş ve 1990'lı yıllardaki koalisyon zincirinin ilk halkasını oluşturmuştur. Oyların %24'ünü alan ANAP ikinci parti olurken RP %16,9, DSP ise %10,8 oranında oy alarak meclise girmiştir (Kejanlıoğlu, 2004, s. 345). Seçimdeki en dikkat çekici parti, yaklaşık %17 oranında oy alarak mecliste kendine yer bulan RP olmuştur (Zürcher, 2011, s. 421). Bu sonuçlara istinaden, %48 oranındaki bir temsiliyete karşılık gelen DYP-SHP koalisyonu kurulmuş ve 20 bakanlık DYP'ye, 12 bakanlık ise SHP'ye verilmiştir. Uzun süredir iktidar olamayan iki farklı görüşün birlikteliği olan bu hükümet, 1961'de CHP ile AP arasında kurulan ilk koalisyona benzetilmiştir. Bu nedenle, DYP-SHP/CHP koalisyon hükümeti ülkedeki kutuplaşmanın sonlandırılması adına büyük bir umut olmuştur (Tutar, 2007, s. 294-297).

Beklentilere cevap vermek için demokratikleşmeyi temel hedef olarak belirleyen koalisyon, huzuru ve kalkınmayı sağlamayı da amaç edinmiştir (Kara, 2004, s. 229). Bu bağlamda, hükümet programında insan hakları ve özgürlüklere dayalı bir hukuk devleti kurulacağına, yurttaşlara verilen hak ve özgürlüklerin kullanmasının ve geliştirmesinin doğallığına dikkat çekilmiştir (Çavdar, 2013, s. 312). Programında demokratikleşme, insan hakları, basın özgürlüğü, üniversitelere özgürlük gibi vaatlerde bulunan hükümet, temelde bu görüşler üzerinden hareket etse de ilerleyen süreçlerde söz konusu unsurları sağlamaktan uzak bir politika izlemiştir (Zürcher, 2011, s. 421).

Siyasi gelişmeler yönünden oldukça hareketli geçen bu süreçte, 17 Nisan 1993 tarihinde Turgut Özal'ın ölmesinin ardından Süleyman Demirel yeni cumhurbaşkanı olmuştur. Bunun üzerine Tansu Çiller DYP'nin başına geçmiş ve Türkiye'nin ilk kadın başbakanı olarak yönetimi devralmıştır. Böylece birlikteliğin ikinci dönemi başlamıştır (Lewis, 2010, s. 24). 25 Haziran'da SHP ile koalisyon kuran Çiller güvenoyu almak üzereyken, 2 Temmuz 1993 tarihinde Sivas Katliamı gerçekleşmiştir. Protestocu kalabalığın Madımak Otelini ateşe vermesi sonucunda, Pir Sultan Abdal Etkinlikleri'ne katılmak için Sivas'ta bulunan sanatçı grubundan 35 kişi yanarak can vermiştir. Söz konusu olayda Süleyman Demirel, devlet ile halkın karşı karşıya gelmemesinin önemini vurgulamış, Tansu Çiller ise otelin etrafında yer alan vatandaşlara bir şey olmadığını belirtmiştir. Bu katliamın ılımlı ifadelerle



geçştirilmesi ve olayı düzenleyenlerin “halk” olarak anılması ise büyük bir tepkiye neden olmuştur (Akşin, 2007, s. 293).

Ülke genelindeki huzursuz ortam gitgide artarken, siyasi alanda SHP ve CHP'nin birleşmesi gündeme gelmiş ve görüşmeler sonucunda partiler, 6 Kasım 1994 tarihinde birleşmişlerdir. Sonrasında, 28 Ocak 1995'te CHP Kurultayı düzenlenmiş ve uzun tartışmaların sonucunda Hikmet Çetin'in liderliği üzerinde uzlaşmıştır. Bu gelişmeler sonrasında hükümet, DYP-CHP koalisyonu olarak faaliyetlerine devam etmiştir (Tutar, 2007, s. 325-327).

Söz konusu dönemin genelinde, en temel sorunlar arasında terör olayları yer almış ve ülke genelinde huzursuzluk hâkim olmuştur. Birçok polis ve sıkıyönetim yetkilisinin öldürüldüğü bu süreçte işkenceler artmış ve Güneydoğu'da görev yapan kişiler hedef haline gelmiştir. Ülkedeki söz konusu huzursuzluklara ilaveten, ekonomi alanında da krizler yaşanmıştır. Bu süreçte, enflasyonun yükselmesi önlenemezken, işsizlik ve gelir dağılımındaki sorun çözülememiştir (Çavdar, 2013, s. 314-320). Öte yandan bankaların iflas ettiği bu dönemde, faizler %95'i görmüş ve borsada büyük düşüşler yaşanmıştır. Dövizle borçlanan şirketler batarken, dövize yatırım yapanlar ise büyük kazançlar elde etmişlerdir (Tutar, 2007, s. 322).

Nihayetinde, 1996 yılına kadar süren koalisyon, ilk başlarda olumlu adımlar atsa da uzun vadede beklentileri karşılayamamış ve ekonomik, hukuki, siyasi ve toplumsal krizlerin yaşanmasına neden olmuştur. Ülkedeki huzur ortamını da sağlayamayan DYP-SHP/CHP koalisyon hükümeti, terör olaylarının önüne geçememiş ve çok sayıda kişinin öldürülmesini engellemek için çözüm üretememiştir. Bu nedenle, söz konusu koalisyon dönemini Türkiye'nin en karmaşık süreçlerin biri olarak değerlendirmek mümkündür.

### **DYP-SHP/CHP Koalisyon Hükümeti Döneminde Basın Özgürlüğü**

1990'ların başında kurulan DYP-SHP koalisyonu, farklı liderler üzerinden olsa da uzun süre yönetimde kalmış ve aldığı radikal kararlarla basın alanında dönüşüme neden olmuştur. Özelleştirme, baskı, denetim, şiddet, terör, hapis ve para cezaları üzerinden şekillenen bu süreçte, basına ilişkin birçok tartışmalı uygulamada bulunulmuş ve basın özgürlüğüne yönelik ihlaller dikkat çekmiştir. Ancak söz konusu hükümetin, iktidarının ilk zamanlarında aksi bir yaklaşım içinde olduğu ve politikalarını özgürlükçü bir felsefe üzerinden kurguladığı görülmüştür.

Bu bağlamda, kurulduğu yıllarda basın sorunlarının çözülmesi noktasında önemli vaatlerde bulunan koalisyon, 25 Kasım 1991 tarihinde hükümet programında, Başbakan Süleyman Demirel önderliğinde şu mesajları vermiştir:

Laik ve Atatürk ilkelerine bağlı Türkiye'de; inanç, düşünce, anlatım özgürlükleri toplumun temelidir, kısıtlanamaz. Hükümet, çağdaş akım ve gelişmelere paralel bir basın özgürlüğü anlayışını kesinlikle oluşturmak ve uygulamaya koymak kararındadır. Halkımıza, gerçekleri yansıtan ve doğru haber alma olanağı sağlayan tarafsız bir devlet radyo-televizyonu mutlaka sağlanacak ve özel televizyon ve radyo istasyonlarının da kurulmasına olanak veren hukuksal ortam hazırlanacaktır. Bu amaçla hükümet, bunun gereği olan anayasa

değişikliklerini sağlamaya çalışacak ve anayasa değişikliğini gerekli kılmayan düzenlemeleri gerçekleştirecektir. Ülkemizin her yanında terör önlenec, yurttaşların can güvenliği ve huzuru sağlanacaktır. Siyasi cinayetlerin son bulması, faillerin yakalanması devletin önemli görevlerinden biridir. Sansür, Muzır ve Basın Yasası gibi yasalardan kaynaklanan kısıtlayıcı düzenlemeler ise yaratıcılığı özgürleştirmek ve hükümetimizin temellendirmeye çalıştığı demokratikleşme ülküsünü hızlandırmak için kaldırılacaktır. (Neziroğlu ve Yılmaz, 2013, s. 6570-6592)

Konuşmadan anlaşılacağı üzere hükümet, özgürlükçü adımların atılacağını ifade etmiş ve hukukun üstünlüğüne, demokratik sistemin temel değerlerine verdikleri öneme ilişkin söylemlerde bulunmuştur (Kara, 2004, s. 231). Umut verici bir şekilde ilerleyen hükümet, siyasal özgürlüğü sağlama ve basın alanında yapılacak değişikliklerle heyecan yaratmıştır. Özellikle radyo ve televizyonun özelleştirilmesi ile devlet tekeline son verilmesi yönünde çalışmaların olabileceğinin belirtilmesi önemli bir gelişme olarak görülmüştür. Nitekim bu bağlamda, Devlet Bakanı Gökberk Ergenekon'dan 29 Mart 1992 tarihine kadar taslak hazırlanması istenmiştir (Çatalbaş, 2017, s. 495). Ancak bu süreçte, Magic Box isimli özel bir televizyon yayın hayatına başlamış ve söz konusu yayının durumu büyük bir tartışma yaratmıştır. Bunun üzerine, meclise araştırması için 29 Eylül 1992'de önerge verilmiştir. 15 Mart 1993 tarihine gelindiğinde ise İçişleri Bakanlığı, radyo frekanslarının telsiz iletişimde güvenlik sorunu yaratması nedeniyle, yasa dışı radyo ve televizyonların kapatılması için bir genelge yayınlamıştır (Asker, 2017a, s. 644). Bu kapsamda, Ulaştırma Bakanı Yaşar Topçu özel yayınların anayasaya aykırı olduğunu ifade ederek, valilere 24 saat içinde yayınların kapatılması gerektiğini bildirmiştir. Bu kararın gerçek nedeni, her ne kadar dini içerikli ve Kürt haklarını savunan yayınları engellemeye yönelik olsa da söz konusu kararla, bütün özel radyo ve televizyonların yayınına son verilmiştir. Halk tarafından demokrasi ile bağdaşmayan bir karar olarak görülen gelişme üzerine, ülke genelinde "Radyomu İstiyorum" eylemleri yapılmıştır (Duran, 2012, s. 27).

Basın özgürlüğü ve demokrasi vaatleri ile iktidara gelen hükümetin, özel yayınlar üzerindeki hamlesiyle tartışmalı bir karara imza attığını söyleyebiliriz. Söz konusu yıllar için "sakıncalı" olarak görülen, dini içerikli ve Kürt haklarını savunan yayınların önüne geçebilmek adına yapılan müdahale, hükümetin dönemin ruhuna uygun bir tutum içinde olduğunu göstermektedir.

Koalisyon hükümetinin ilk dönemi böyle geçerken, Cumhurbaşkanı Özal'ın vefat etmesi üzerine Demirel cumhurbaşkanı seçilmiş ve Tansu Çiller başbakan olmuştur. Yirmisi DYP'den, on ikisi SHP'den olmak üzere yeni bir kabine kuran partiler, yeniden ortak bir şekilde hareket etmiş ve 5 Temmuz 1993 tarihinde güvenoyu almıştır (Topuz, 2015, s. 297). Yeni kurulan koalisyonun protokolünde ise basın özgürlüğüne ilişkin şu ifadeler kullanılmıştır:

Temel hak ve özgürlükler sağlam güvencelere bağlanacaktır. Kişinin hakları genişletilecek ve güvenceleri artırılacaktır. Sosyal ve ekonomik haklar, başta sendikal haklar ve toplu sözleşme ve grev hakkı olmak üzere çağdaş demokrasi ve ILO standartlarına yükseltilecektir. Basın özgürlüğü ile yurttaşın gerçek, doğru ve çoğulcu bilgi alma hakkı güçlendirilecektir. Radyo ve TV yayınları üzerindeki devlet tekeli kaldırılacaktır. Düşünceyi yayma özgürlüğü genişletilecek, toplama, yasaklama, ağır cezalar uygulama gibi kısıtlamalar, demokrasilerdeki standartlara ulaştırılacaktır. (Neziroğlu ve Yılmaz, 2015, s. 1080-1822)

Yukarıdaki metinde de belirtildiği üzere, ilk iş olarak 8 Temmuz 1993'te anayasanın 133. maddesi değiştirilmiş, radyo ve televizyon üzerinde olan devlet tekeline son verilmiştir. Böylece, 1991 yılından beri engellenen radyo ve televizyonların üzerindeki yasak kaldırılmıştır. Bu gelişmeden sonra, 4 Kasım 1993 tarihinde Avrupa Sınır Ötesi Televizyon Sözleşmesi'ni onaylayan hükümet, 13 Nisan 1994 tarihinde ise radyo ve televizyon yayınlarını düzenleyen, 3984 Sayılı Kanunu yürürlüğe koymuştur (Asker, 2017a, s. 649). Söz konusu yasa kapsamında, meclisteki partilerin gösterdiği adaylar arasından seçilen RTÜK göreve başlamıştır (Tokgöz, 2015, s. 51). Bu sistem ile radyo ve televizyonlar üzerinde sıkı bir denetim kurulmuş ve yayınları durdurma ve kapatma hakkı yasal olarak sağlanmıştır (Biol, 2018, s. 66).

Hükümet, koalisyonun ikinci döneminde vaatlerin bir kısmını gerçekleştirmiş ve basın özgürlüğünü sağlamak adına devletin egemenliğinde olan yayıncılığı serbest hale getirmiştir. Bununla birlikte, yeni yayınlar ortaya çıkmış ve çeşitli görüşler tartışılmaya başlanmıştır. Bu yönüyle, son derece değerli bir adım olan bu karar, daha sonrasında farklı yasal düzenlemelerle törpülenmiş ve basın alanında sert bir denetim sistemi ortaya çıkmıştır. Özellikle azınlık olan görüşler üzerinde çeşitli cezalar uygulanmış ve basının çok sesliliği ortadan kaldırılmaya çalışmıştır.

Bir süre sonra ise siyaset ile İstanbul basını arasında dengeler değişmiş ve çıkarlar üzerinden yeni bir ilişki biçimi kurulmuştur. Bu süreçte, devletin olanaklarını elinde bir "sopa" olarak kullanan hükümet, medyayı ekonomik yönden baskı altına almış ve baskı düzeni ortaya çıkarmıştır (Tokgöz, 2015, s. 51). Öyle ki bu dönemde, kulislerde Çiller'in kendi çıkarları için devlet tarafından verilen teşvikleri medyaya ayrıcalıklı olarak aktardığı söylentileri dolaşmaya başlamıştır (Asker, 2017a, s. 647). Bu tartışmaların odak noktasında yer alan teşviklerin tutarlarını ise şu şekilde sıralamak mümkündür: "Sabah: 699 milyar 263 milyon TL, Hürriyet: 425 milyar 570 milyon TL, Milliyet: 334 milyar 683 milyon TL, Türkiye: 229 milyar 646 milyon TL, Zaman: 49 milyar 551 milyon TL." (Topuz, 2015, s. 355-356).

Hükümetin kendisine yakın olan yayınlara yönelik sunduğu imkânlar sonrasında basında kutuplaşmalar başlamıştır. Bu süreçte geline nokta halk, 1995 seçimleri öncesinde birbirine hangi gazeteye oy vereceğini sorar hale gelmiştir. Öte yandan bu dönemde ANAP Genel Başkanı Mesut Yılmaz, *Sabah* gazetesi Genel Yayın Yönetmeni tarafından şantaja maruz kaldığını belirtmiştir. Medyanın, Tansu Çiller tarafından satın alındığını söyleyen Yılmaz, Çiller'in eşinin ne yazık yazılmaması konusunda gazeteleri aradığına dikkat çekmiştir. Buna karşılık olarak, banka reklamlarının ise uyarıyı dikkate alan yayınlara verileceğini vurgulamıştır (Tılıç, 2009, s. 297-298).

Görüldüğü üzere, basın ve siyasiler arasında dönüşüme uğrayan ilişkiler, kısa süre sonra çıkar odaklı bir hal almaya başlamıştır. Basının değerlerinin görmezden gelindiği bu dönemde hükümet, basını siyasal çıkarlarına alet etmiş ve gücünü pekiştirmek adına maddi olarak baskı altına almıştır. Devletin olanaklarını kullanarak, basın için çeşitli çıkarlar sağlayan hükümetin kendisine yakın olan gazete ve gazetecileri ödüllendirirken, muhalif basını ise cezalandırdığı görülmüştür.

Bu yıllarda yaşanan bir başka sorun ise sendikasılaştırma yönünde atılan adımlar olmuştur. Sendika oranının düşük olduğu bir ortamda, sendikaya bağlı gazeteciler istifa etmesi yönünde zorlanmıştır. Buna karşılık, yeni sistemdeki birtakım gazetecilere ise yüksek ücretlerin ödendiği

görülmüştür. Gelinen noktada, maaş konusunda ayrımcılık ve emek sömürüsü sorunları ortaya çıkmıştır (Tokgöz, 2015, s. 54). Daha sonraları ise gazetecilere çeşitli güvenceler tanıyan 212 sayılı yasa da önemini yitirmiş ve sendikalar devre dışı bırakılmıştır (Özsever, 2004, s. 111).

Böylece basının sermayesindeki ve içeriğindeki dönüşümle birlikte, gazetecilerin hakları da ellerinden alınmıştır. Yaşanan gelişmeler üzerine, gazeteciler işten çıkarılmış ve basın hürriyetinin temel değerleri arasında yer alan gazeteci hakları, patronların ve siyasetçilerin çıkarlarına göre şekillenir hale gelmiştir.

DYP-SHP/CHP koalisyonu döneminde, Kürt meselesi de oldukça ciddi bir krize dönüşmüştür (Kara, 2004, s. 247). Öyle ki bu süreçte, Doğu bölgelerindeki çatışmalar ülke genelinde huzursuzluğa neden olmuş ve çok sayıda faili meçhul eylem yaşanmıştır (Kejanlıoğlu, 2004, s. 349). Bu yıllarda emekli komutanları öldürmeye başlayan PKK, sivil halk arasında kayıpların yaşanmasına neden olmuştur. Bunlarla birlikte, ülkenin önde gelen gazeteci ve yazarlarına yönelik saldırılar da görülmüştür (Duran, 2012, s. 50). Bu doğrultuda, 23 Mart 1992 tarihinde İzzet Keser ve 20 Eylül 1992 tarihinde Musa Anter öldürülürken, 24 Ocak 1993 tarihinde ise Uğur Mumcu öldürülmüştür (Topuz, 2015, s. 284-285). Başbakan Demirel ve İçişleri Bakanı İsmet Sezgin, bu ölümlerin devletle ilgili olmadığını savunurken, yaşanan olayların PKK ile bağlantılı kişilerce yapıldığını belirtmişlerdir. Ancak 1993 yılında gazeteci ölümleri üzerine bir araştırma yapan Andrew Yurkovsky, bu olaylarla devletin ilişkili olduğunu ve PKK'nın farklı olaylarla bağlantılı olduğunu öne sürmüştür. Yaşanan gelişmeler üzerine, 1992 yılının Haziran ayında Basın Konseyi, Başbakan'a açık bir mektup göndermiş ve Türkiye'nin gazeteci cinayetleriyle meşhur olan Kolombiya'nın da önüne geçeceğini iletmiştir. Daha sonrasında ise 1994 yılının Ocak ayında bir rapor yayınlayan konsey, 1993 yılını basın açısından kara bir yıl olarak ilan etmiş ve bu süreçte 51 gazetecinin saldırıya uğradığını, 8 gazetecinin yaşamını yitirdiği belirtilmiştir. Bu saldırıların 16'sı güvenlik kuvvetleri, 4'ü kamu görevlileri, 7'si ise bazı partilerin üyelerince yapılmıştır. Gazete ve dergilerin, 7 kez saldırıya uğradığı dönemde, polis gazetelere 15 defa baskın yapmıştır. Bu süreçte 95 gazeteci gözaltına alınırken, 49 gazetecinin ise tutuklandığı görülmüştür. Yaşananlar üzerine, Uluslararası Gazeteciler Federasyonu Türkiye'yi dünyanın en çok gazeteci öldürülen ülkesi olması nedeniyle gazeteciler için dünyanın en riskli ülkeleri arasında göstermiştir. Gazetecileri Koruma Komitesi ise 1992 yılında Türkiye'yi, 9 gazetecinin öldürüldüğü, iç savaş halindeki Yugoslavya'dan daha tehlikeli bir ülke olarak raporlamıştır (Tılıç, 2009, s. 294-295).

Çağdaş Gazeteciler Derneği'nin hazırladığı raporda ise bu yıllar, askeri rejimler altında yönetilen bir süreç olarak değerlendirilmiş ve basın özgürlüğünün oldukça sert bir şekilde sınırlandırıldığına dikkat çekilmiştir. Rapordaki verilere göre, 1992 yılında 57 gazeteci tutuklanmıştır. 36 gazeteci için açılan davalar sonucunda toplam, 229 yıl 4 ay hapis cezası verilirken, 16 gazeteci için 124 milyar para cezası uygulanmıştır. Ayrıca 17 gazeteci ve yayın kuruluşu için, 193 milyar 465 milyon lira tazminat istenmiştir. Basın Konseyi'nin verilerine göre ise 1991'den 1993'e kadar 15'i silahlı, 3'ü bombalı olmak üzere 309 gazeteci saldırıya uğramıştır (Topuz, 2015, s. 280-281). 1994 yılında ise öldürme olaylarında azalma görülse de gazetecilere baskılar devam etmiştir. Öyle ki, İstanbul Devlet Güvenlik Mahkemeleri'ndeki davaların %41'i basına yönelik açılırken, gazetecilere toplamda, 448 yıl 6 ay 25 gün hapis ve 2 milyon 400 dolar para cezası verilmiştir. Ayrıca 76 gazeteci ise görev başındayken, güvenlik kuvvetlerince dövülmüş ve çeşitli hakaretlere maruz kalmıştır (Tılıç, 2009, s. 295).

Ülkedeki terör olayları ve gazetecilere yapılan saldırılar karşısında önlem almayan hükümet, basına yapılan eylemlerin arkasında kimlerin olduğunu da araştırmamıştır. Bu nedenle hükümet, ülke içinden ve dışından birçok kuruluşun tepkisini çekmiştir. Çeşitli yerel ve uluslararası kuruluşlar tarafından sıklıkla kınanan koalisyon yönetimi, özgürlük temelli olan söz konusu otoritelerin çağrısına sessiz kalmıştır.

Öte yandan bu süreçte, Terörle Mücadele Kanunu'nun 8. maddesi nedeniyle 5404 kişi yargılanmıştır. Bunun sonucunda, 765 kişiye 114 milyar 307 milyon para cezası ve 557 yıl hapis cezası verilmiştir. 1994 yılının sonlarına doğru ise gazeteci-yazar Onat Kutlar, PKK tarafından bir otelin pastanesine yerleştirilen bombanın patlaması sonucunda yaralanmış ve 11 Ocak 1995 tarihinde hayatını kaybetmiştir. *Yeni Günaydın* gazetesinin sahibi Bekir Kutmangil, 23 Mayıs 1995 tarihinde yaşamını yitirirken, *Son* gazetesinin sahibi olan Nail Aydın 30 Temmuz 1995'te öldürülmüştür. *Yeni Politika* gazetesinin muhabiri olan Seyfettin Tepe ise gözüaltına alındığı Bitlis Emniyet Müdürlüğü'nde 30 Ağustos 1995 tarihinde ölü olarak bulunmuştur. Türkiye İnsan Hakları Vakfı'nın verilerine göre, dört yıllık süreçte 2689 kişi işkence sonucunda ölmüştür. Öte yandan Uluslararası Basın Enstitüsü düzenlediği toplantıda, 1995 yılının Ocak ve Şubat aylarında 1260 yayına el konulduğunu, Şubat ayı sonunda, 103 gazeteci ve yazarın hapiste olduğunu açıklamıştır. Bunlara ilaveten, 1995 yılının Ekim ayında ise DGM'lerdeki dava sayısının 6091, tutuklu yargılananların 6975, tutuksuz yargılananların 16917 kişi olduğu görülmüştür (Topuz, 2015, s. 304-305).

Ülkedeki güvensiz ortamın önüne geçebilmek adına yasal uygulamalara başvuran hükümet, Terörle Mücadele Kanunu kapsamında çözüm üretmeye çalışmıştır. Ancak bu düzenleme ile basın alanında sert müdahalelerde bulunulmuş ve basın kuruluşlarına ve gazetecilere ağır cezalar verilmiştir. Bu noktada, basının şiddet, ölüm ve çeşitli cezalar üzerinden sıkı bir şekilde baskı ve denetim altında tutulduğunu söylemek mümkündür.

DYP-SHP/CHP koalisyonunda Kürt basınına yönelik yapılan baskıları ise ayrıca ele almak gerekmektedir. Tılıç'a göre (2009), bu yıllarda Kürt hakları savunucusu basın üzerinde yoğun bir baskı hâkim olmuştur. Bu süreçte, *Özgür Ülke* gazetesinin İstanbul ve Ankaradaki büroları 3 Aralık 1994'te bombalanmış ve bir kişi hayatını kaybetmiştir. Saldırının, 30 Kasım 1994'te "gizli" ibareli Çiller'in imzasını taşıyan yazının kurumlara sevk edilmesinden sonra olması ise dikkatleri çekmiştir. Bu gelişmeler üzerine, 1995'te basının en büyük düşmanı listesini yayımlatan Gazetecileri Koruma Komitesi, öncelikle Tansu Çiller'i, 1996 yılında ise Mesut Yılmaz'ı listeye dâhil etmiştir (s. 296).

Öte yandan bu süreçte, Kürt milliyetçiliği yapan *Özgür Ülke*, *Özgür Gündem* ve *Yeni Politika* gazetelerinin yayın faaliyetleri ise sonlandırılmıştır. Özellikle dönemin en çok tartışılan konularından biri olan Terörle Mücadele Kanunu üzerinden, çok sayıda gazeteci, ağır cezalara çarptırılmış ve birçok gazete kapatılmıştır. Bu bağlamda; İsmail Beşikçi, Fikret Başkaya, Haluk Gerger ve Münir Ceylan gibi gazeteciler hapse mahkûm edilenler arasında yer almaktadır (Duran, 2012, s. 23).

1995 yılındaki seçimlerden önce ise basın üzerinde yoğun baskı yaratan Terörle Mücadele Kanunu'nun 8. maddesi düzenlenmiş ve güncellenen hüküm şu şekilde ifade edilmiştir: "Devletin ülkesi ve milletiyle bölünmez bütünlüğünü hedef alan yazılı, sözlü propaganda suçtur." Ayrıca 13. madde kapsamında cezaların ertelenmesine ya da paraya çevrilmesine olanak tanınmıştır (Asker,

2017b, s. 680). Düzenleme ile ülkede az da olsa bir özgürlük havası oluşmuş ve daha önceki maddeye istinaden hapiste bulunan 100 kişi serbest bırakılmıştır. Buna ilaveten, insan hakları ve demokratikleşme adına da bir adım daha atan hükümet, İnsan Haklarından Sorumlu Devlet Bakanlığı uygulamasını hayata geçirmiştir (Duran, 2012, s. 24). Söz konusu kararların alınmasında, hükümetin Avrupa Birliği'ne girme çalışmaları etkili olurken, bu çerçevede basın özgürleşmeye başlamış ve çeşitli konular tartışılır hale gelmiştir. Bu kapsamda, ifade özgürlüğünün kapsamı genişletilmiş ve basılı yayınlardaki ön denetime son verilmiştir (Hawks, 2002, s. 48).

Söz konusu koalisyonu değerlendiren Duran'a (2012) göre, demokrasi vaatleriyle hükümeti kuran partiler başlarda engelleri kaldırsa da basın özgürlüğü, Kürt meselesi ve huzurun sağlanması konularında çeşitli krizlerin yaşanmasına neden olmuşlardır (s. 10). Tokgöze (2015) göre ise bu yıllarda ülkedeki baskıcı ortama ilaveten, özelleştirme politikaları da bir adım öteye taşınmıştır. Tekelleşmenin bütün boyutlarıyla yaşandığı bu dönemde, reklam ve reyting kaygıları öne çıkmış ve gazeteciliğin değerleri görmezden gelinmiştir. Gazeteci aileleri ortadan kalkarken, basın içerik yönünden olduğu gibi fiziki olarak da dönüşmüş ve basın kuruluşları, İkitelli ve Güneşli'deki yeni medya binalarına taşınmıştır. Bu süreçte, editoryal ve finansal açıdan köklü bir değişim yaşayan basının, gazeteciliğin değerlerini de Babıali'de bıraktığı görülmüştür (s. 49).

## Sonuç

1991 yılında göreve başlayan DYP-SHP/CHP koalisyonu, sağ ve sol merkez partiler arasında kurulması ve uzun bir dönem yönetimde kalması nedeniyle, Türk siyasi tarihinde önemli bir yere sahiptir. Söz konusu ortaklık döneminin basına dair karnesine baktığımızda, ilk döneminde özgürlük vaatleriyle hükümeti kuran koalisyonun bir süre sonra özel yayınlara son vererek, basın özgürlüğünü kısıtladığı görülmektedir. Özellikle dini içerikli ve Kürt haklarını savunan yayınlarının önüne geçmek için yapılan bu hamle ile hükümet, basın alanında baskıcı ve denetimci bir hava yaratmıştır.

1993 yılında koalisyonun ikinci döneminde ise bu kez devlet tekeline son verilmiş ve özel yayıncılık özgür bırakılmıştır. Bu bağlamda, bazı yasal değişikliklerde bulunan hükümet, kanunlar çıkararak gazete, radyo ve televizyon üzerinde kritik kararlar almış ve kitle iletişim araçlarının dönüşmesinde rol oynamıştır. Basın kuruluşlarının yapısına ilişkin yapılan yasal düzenlemelerin sonucunda basın, medya gruplarına dönüşmüştür. Bunun üzerine, gazeteci kökenli aileler ellerindeki yayın kuruluşlarını çıkarmak zorunda kalmış ve basın alanına yeni patronlar dâhil olmuştur. Söz konusu durum, gazetecilerin çalışma koşullarında, haklarında ve özgür bir şekilde haber yapabilmelerinde sorunlara neden olurken, gazetecilik faaliyetlerinin medya patronlarının siyasi ve finansal çıkarları etrafında şekillenmeye başladığı görülmüştür.

Basındaki yapısal dönüşüme ek olarak, bu dönemde basının şiddetli bir baskıya maruz kaldığı da görülmüştür. Çok sayıda gazetecinin saldırıya uğradığı ve öldürüldüğü bu süreçte, aynı zamanda basın kuruluşları maddi yönden ağır cezalar ödemek zorunda kalmıştır. Bu yönüyle, baskıcı bir hükümet olarak ifade edebileceğimiz DYP-SHP/CHP koalisyonu, basın özgürlüğünün sınırlandırıldığı bir süreç olarak öne çıkmıştır. Özellikle Atatürkçü ve Kürt haklarını savunan gazeteci ve basın kurumlarına yönelik saldırı ve baskıların arttığı bu dönemde, birçok gazeteci hapse atılmış

ve çok sayıda faili meçhul cinayet yaşanmıştır. Öte yandan Doğu bölgelerinde ise anarşi ve terör olayları artmış ve birçok kişi hayatını kaybetmiştir. Söz konusu gelişmeler yaşanırken, hükümetin baskıyı ve denetimi arttırmayı tercih ettiği ve yaşanan sorunların artmasına sebebiyet verecek yasal uygulamalara başvurduğu görülmüştür.

Demokrasi, özgürlük ve insan hakları karnesi, inişli ve çıkışlı bir çizgide ilerleyen koalisyon döneminde, son yıllarda Avrupa Birliği'ne girmek amacıyla ise ılımlı adımlar atılmıştır. Bunun üzerine, baskıcı ve şiddete dayalı uygulamalar azalmaya başlamış ve hapisteki gazeteciler özgürlüklerine kavuşmuştur. Ancak bu tutumu, genele yayamayan koalisyonun, basına yönelik özgürleştirici uygulamalarını, iktidarının ilk ve son yılları ile sınırlandırdığı görülmüştür. Bu nedenle, DYP ile SHP arasında başlayıp, DYP ile CHP arasında sonlanan koalisyon döneminde, basın ağır koşullar altında çalıştığını söylemek mümkündür. Nitekim gerek yerel gerekse uluslararası basın örgütleri de bu süreci, Türk basını adına kara bir dönem olarak değerlendirmiş ve basın emekçilerine yönelik baskıcı ortamdaki dolaylı iktidarı kınamışlardır.

Sonuç olarak, ilk zamanlarda basın özgürlüğü, demokrasi, eşitlik ve insan hakları üzerine vaatleri olan hükümetin, söz konusu unsurları sağlamada başarılı olamadığı ve basın alanında otoriter bir yönetim sergilediği görülmüştür. Siyasi, ekonomik, hukuki ve toplumsal krizlerin çözümü noktasında da etkisiz kalan hükümet, bu problemleri tersine çevirmek yerine denetimi ve baskıyı arttırmayı seçmiş ve basın üzerinde çok ciddi hak ihlalleri yapmıştır. Bu noktada, koalisyon hükümetlerinde olması gereken temel şartları göz ardı eden hükümetin antidemokratik bir tutum içinde olduğunu söyleyebiliriz. Tüm bu tartışmalar ve bulgular çerçevesinde, DYP-SHP/CHP koalisyon hükümetinin basın özgürlüğünü sağlama konusunda başarısız olduğu ve çıkardığı yasalarla, basını ve basın emekçilerini, olumsuz bir yönde etkilediği sonucuna varılmıştır.

### Kaynakça

- Akşin, S. (2007). *Kısa Türkiye tarihi*. İstanbul: İş Bankası Yayınları.
- Asker, A. (2017a). Basının denetimi: Öncü ve BTV. K. Alemdar (Haz.), *Türkiye'de kitle iletişimi dün-bugün-yarın cilt-I* içinde (s. 644-673). Ankara: Gazeteciler Cemiyeti Yayınları.
- Asker, A. (2017b). Gazeteci milletvekilleri: 1980-2009. K. Alemdar (Haz.), *Türkiye'de kitle iletişimi dün-bugün-yarın cilt-I* içinde (s. 674-718). Ankara: Gazeteciler Cemiyeti Yayınları.
- Birol, S. (2018). *1980 sonrası Türk medyasında sermaye yapısının el değiştirmesinin basında köşe yazarlığına etkisi*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Bülbül, R. (2001). *İletişim ve etik*. Ankara: Nobel Yayınları.
- Bülbül, R. (2002). *Basın ahlakı, basın özgürlüğü, basında özdenetim*. İstanbul: Erdini Basım.
- Büyükbaykal, G. (2004). Basın özgürlüğü kavramının anlamı ve önemi. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 20(1), 43-47.
- Çatalbaş, D. (2017). 1980 Sonrası Radyo ve Televizyon. K. Alemdar (Haz.), *Türkiye'de kitle iletişimi dün-bugün-yarın cilt-I* içinde (s. 485-520). Ankara: Gazeteciler Cemiyeti Yayınları.
- Çavdar, T. (2013). *Türkiye'nin demokrasi tarihi 1950'den günümüze*. Ankara: İmge Yayınları.
- Çeçen, A. (2000). *İnsan hakları*. İstanbul: Gündoğan Yayınları.
- Duran, B. (2012). *Türk parlamento tarihi-TBMM-XIX. dönem (1991-1995) I. cilt-yasama*. Ankara: TBMM Basımevi.

- Duverger, M. (1986). *Siyasal rejimler*. T. Tunçdoğan (Çev.). Ankara: Sosyal Yayınlar (orijinal baskı tarihi 1986).
- Gümüş, B. (2013). *Siyasal Güçler*. B. Dural (Haz.), *Siyaset biliminde kuram-yöntem-güncel yaklaşımlar* içinde (s. 173-228). Edirne: Paradigma Yayınları.
- Hawks, B. B. (2002). *Terör olaylarının basın özgürlüğüne etkileri: ABD ve Türkiye örneği*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları.
- Heywood, A. (1997). Demokrasi. *Liberal Düşünce Dergisi*, 8(1), 108-121.
- Heywood, A. (2012). *Siyaset*. B. Özipek, B. Şahin, M. Yıldız, Z. Kopuzlu, B. Seçilmişoğlu, A. Yayla (Çev.). Ankara: Liberte Yayınları (orijinal baskı tarihi 1997).
- İçel, K. ve Ünver, Y. (2009). *Kitle haberleşme hukuku*. İstanbul: Beta Yayınları.
- Kapani, M. (2012). *Politika bilimine giriş*. Ankara: Bilgi Yayınevi.
- Kara, A. M. (2004). *Türk siyaset yaşamında 1961 sonrası bir olgu koalisyonlar*. İstanbul: Otopsi Yayınları.
- Kejanlıoğlu, B. (2004). *Türkiyede medyanın dönüşümü*. Ankara: İmge Kitabevi.
- Kışlalı, T. A. (1996). *Siyaset bilimi*. İstanbul: İmge Kitabevi.
- Lewis, B. (2010). *Demokrasinin Türkiye serüveni*. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Manfred G. S. (2002). *Demokrasi kuramlarına giriş*. E. Köktaş (Çev.). Ankara: Vadi Yayınları (orijinal baskı tarihi 1995).
- Neziroğlu, İ. ve Yılmaz, T. (2013). *Hükümetler, programları ve genel kurul görüşmeleri cilt 8. (9 Kasım 1989-30 Ekim 1995)*. Ankara: TBMM Basımevi.
- Neziroğlu, İ. ve Yılmaz, T. (2015). *Koalisyon hükümetleri, koalisyon protokolleri, hükümet programları ve genel kurul görüşmeleri cilt 1*. Ankara: TBMM Basımevi.
- Özdemir, E. ve Atılgan, G. (2014). *Siyasi Partiler*. G. Atılgan ve E. A. Aytekin (Haz.), *Siyaset bilimi, kavramlar, ideolojiler, disiplinler arası ilişkiler* içinde (s. 239-251). İstanbul: Yordam Yayıncılık.
- Özek, Ç. (1999). *Basın özgürlüğünden bilgilenme hakkına*. İstanbul: Alfa Yayıncılık.
- Özsever, A. (2004). *Tekelci medyada örgütsüz gazeteci*. Ankara: İmge Kitabevi.
- Öztekin, A. (2013). *Siyaset bilime giriş*. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Schumpeter, A. J. (2007). *Kapitalizm, sosyalizm ve demokrasi*. H. İlhan (Çev.). Ankara: Alter Yayınları (orijinal baskı tarihi 1942).
- Şimşek, H. (2002). *İnsan, siyaset ve demokrasi*. İstanbul: İnsan ve Demokrasi Vakfı Yayınları.
- Teziç, E. (1997). *Anayasa hukuku*. İstanbul: Beta Yayınları.
- Tılıç, D. (2009). *Utaniyorum ama gazeteciyim*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Tokgöz, O. (2015). *Temel gazetecilik*. Ankara: İmge Kitabevi.
- Topuz, H. (2015). *II. Mahmut'tan holdinglelere Türk basın tarihi*. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Tunaya, Z. T. (1995). *Türkiyede siyasi partiler*. İstanbul: Arba Yayınları.
- Tutar, H. (2007). *Türk siyasetinde sancılı yıllar*. İstanbul: Bizim Kitaplar Yayınevi.
- Ural, H. Ş. (1999). Demokrasi Kavramı, Toplumsal Değerler ve Birey. *İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 40(1), 1-9.
- Zürcher, J. E. (2011). *Modernleşen Türkiye'nin tarihi*. Y. Saner (Çev.). İstanbul: İletişim Yayınları (orijinal baskı tarihi 1993).



## Freedom of The Press in Coalition Governments: True Path Party and Social Democratic People's Party/Republican People's Party Case (1991-1996)

Göksel BASMACI\*\*

In this study, under the direction of the DYP-SHP/CHP coalition government, legal regulations for the press and the general situation of the press were examined. In this sense, the aim of the study is to determine the way in which the freedom of the press and the laws enacted are shaped in this period. The study is important since it reflects the state of the press during the DYP-SHP/CHP coalition period. In this study, the descriptive method was used and the relationship between democracy and press freedom was discussed in order to prepare the basis for the study.

Democracy is the rule of people by itself again (Heywood, 1997, p. 110). The fact that people have the right to accept or reject that people to rule is the triumph of democracy (Schumpeter, 2007, p. 373). The origin of word democracy stems from the unification of the Greek words of the people and the administration (Çeçen, 2000, p. 58). In the early ages, it was defined as the unstable sovereignty of the majority that formed society (Manfred, 2002, p. 28). Democracy guarantees individual rights and freedoms (Ural, 1999, pp. 2-3). In a democratic order, the press is important to protect the rights of individuals and to express themselves freely (Bülbül, 2001, p. 17). The freedom of the press is that news, ideas and findings can be handled within the framework of freedom and can be freely shared with mass media, such as newspapers, television, radio, cinema, internet, etc. (İçel and Ünver, 2009, p. 24). Thomas Jefferson, the third president of the United States, said: "I prefer a non-government press rather than a non-government government." and he showed the importance he gave to the press by saying this (Bülbül, 2002, pp. 88-89). Today, although the press is regarded as a fourth power, freedom of the press is not of equal importance (Büyükkayal, 2004, pp. 43-44). However, it is important for the individual to be informed in a neutral way in order to make the right choice when voting on the democratic grounds (Özek, 1999, p. 33).

---

\*\* Research Assistant, İstanbul Arel Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Gazetecilik, İstanbul, Türkiye, Orcid ID: 0000-0002-4640-9819

Afterwards, party systems were discussed in this study. Political parties are organizations formed by people who have an organized continuity throughout the country and have adopted the same view (Şimşek, 2002, p. 32). Their struggle is to become the most basic target of the state power (Gümüş, 2013, p. 176). Party systems, which directly affect the shape of management, are formed within the political, cultural and economic structure of the country (Öztekin, 2013, p. 115). The fact that there is a single or multi-party system in one country constitutes the reflection of the values of the country (Kıslalı, 1996, p. 238). Party systems is divided into a single, two and multiparty system (Kapani, 2012, p. 194). A single-party system is an organization that manages a country's policy with decisions taken by itself and does not allow other powers (Tunaya, 1995, p. 65). It is not possible to mention the competition conditions in this system (Özdemir and Atılgan, 2014, p. 246). In the two-party system, the state power is shared between the two parties, respectively (Heywood, 2012, p. 335). In order to establish a two-party system, it is decisive to agree on the main problems (Teziç, 1997, p. 334). In the multi-party system, the preferred coalition is that multiple parties come together to use the executive power in common (Tutar, 2007, p. 16). Since the government is formed by parties with different values, it is problematic to produce a clear government program (Duverger, 1986, p. 42).

Following these concepts, the study focused on the political activities of the government. In the elections on October 20, 1991, the DYP took vote 27% (Kejanlıoğlu, 2004, p. 345). The most remarkable party was the RP (Zürcher, 2011, p. 421). The coalition, which determined democratization as a goal, aimed to achieve peace and development (Kara, 2004, p. 229). After Turgut Özal died on 17 April 1993, Suleyman Demirel became the president. Tansu Çiller was the first female prime minister of Turkey and was the head of the DYP (Lewis, 2010, p. 24). In this process, 35 of the writers who went to Sivas to participate in the Pir Sultan Abdal events on July 2, 1993 were burned to death as a result of the fire of the Madımak Hotel (Akşin, 2007, p. 293). During this period, the most fundamental problems were the terrorist incidents and the unrest in the country (Çavdar, 2013, pp. 314-320). On the other hand, in these years when banks were bankrupt, 95% of the interest rates had raised serious decreases in the stock market (Tutar, 2007, p. 322).

In the study, after transferring political events during the DYP-SHP/CHP government period, the focus of the study was on the government's legal practices towards the press and the general situation of the press. On November 25, 1991, the government said that freedom of the press would be ensured and this would be supported by the law (Neziroğlu and Yılmaz, 2013, pp. 6570-6592). In this period, the privatized state monopoly of radio and television was terminated (Çatalbaş, 2017, p. 495). A special television called Magic Box started broadcasting, but later published a circular for the closure of illegal radios and televisions (Asker, 2017a, p. 644). In this context, special publications were closed since they were unconstitutional (Duran, 2012, p. 27). The government, which was re-established on July 5, 1993, received the vote of confidence (Topuz, 2015, p. 297). The government then made new promises to ensure freedom of the press (Neziroğlu and Yılmaz, 2015, pp. 1080-1822). On 8 July, 1993, 133th article of the constitution was revised and the monopoly on radio and television was abolished (Asker, 2017a, p. 649). Within the scope of the law which came into force on April 16, 1994, the RTUK started to come into office (Tokgöz, 2015, p. 51). With this system, an audit was established on radios and televisions (Biol, 2018, p. 66). The law number 212, which provides

various guarantees to journalists, also lost its importance (Özsever, 2004, p. 111). Unrest prevailed across the country and there were unknown acts of perpetrators (Kejanlıoğlu, 2004, p. 349). Although there was a decrease in the murder cases in 1994, the pressures continued. 41% of the cases in the Istanbul State Security Courts were opened for the press (Tılıç, 2009, p. 295). At the meeting held by the International Press Institute, 1260 publications were confiscated in Turkey between January and February 1995 and 103 journalists and writers were in prison at the end of February (Topuz, 2015, pp. 304-305). Before the elections in 1995, the 8<sup>th</sup> article of the anti-terror law was amended and the pressures were reduced (Asker, 2017b, p. 680). The government's efforts to enter the European Union were effective in making these decisions (Hawks, 2002, p. 48). As a result, the government, which had promised freedom of the press, democracy, equality and human rights during the formation process, failed to provide these elements and displayed an authoritarian management in the press field. Within the framework of these discussions, it was concluded that the DYP-SHP/CHP coalition failed to provide freedom of the press and with the laws it enacted, negatively affected the press and the press workers.

## Consideration of Digital Divide in Societies of Globalised Control: Extension of Social Contract

Küreselleşmiş Kontrol Toplumlarında Dijital Bölünmeyi Düşünmek: Sosyal Sözleşmenin  
Yayımları

Hüseyin TOLU\*

### Abstract

If social cybernetics is clarified as an 'emergent property' for the multifaceted established of interior associations in the midst of technology, policy and management foundations of wide-ranging resolution computing, we should ask are there any implementation of its definition in the sociology of technology? Therefore, this paper introduces multidimensional perspectives of techno-social interactions to diagram a theoretical concept of digital divide (DD) and elucidate its limitation stages within the relative literature. What the current reality is that we cannot escape from a global prison even if we do know we are in one, in this sense, this paper is interested in arguing how the definition of DD leads technocratic reasoning in which societies of globalised control cannot be separated from speculation, accumulation and circulation of technological commodities that actually lead an unspecific but an extension of social contract in any developed or developing nations throughout technological education. Political philosophy is then inseparable from ethnics of social cybernetics because the relative issue is rather assemblage of abstract technological control.

**Keywords:** Cybernetics, Digital Divide, Sociology of Technology, Sociology of Education, Social Contract, Communication

### Introduction

If social cybernetics in technoethics is clarified as an 'emergent property' for the multifaceted established of interior associations in the midst of technology, policy and management foundations of wide-ranging resolution computing, we should ask are there any implementation of its definition in the sociology of technology (Bunge, 1977)? This paper shall argue the dichotomous and

---

\* Dr., Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, Rize, Türkiye, huseyin.tolu@erdogan.edu.tr. Orcid ID: 0000-0003-0769-6779

multidimensional perspectives of techno-social interactions to diagram a theoretical concept of digital divide (DD) and elucidate its limitation stages within the relative literature. What the current reality is that we cannot escape from a global prison even if we do know we are in one (Chapman, 2015). In the modern era, socio-cultural institutions have been replaced with inclusion and exclusion impacts of ambiguous cybernetics feedbacks. Besides, express and communication among political orders have been reduced or increased to technocratic reasoning (e.g. values) by the technological manufactural socio-cultural memes in the process of global subjectification.

Social cybernetics includes a complex form of psychological and sociological precession, infantilization and recreation of technological complication in new extending inequalities and injustices by the techno-social conflicts, but it also shapes a humanitarian liberation under the guise of democratic utilitarianism, such as emphasising the freedom of connect and open interactions into new global and feasible spaces (Wiener, 1964). In this sense, any technological development, innovations and interventions are actually not technical, they are inherently in the social distributed networks, any technocratic reasoning has been personalised as a social form and acts like a neither a cause or an effect. "Power does not reside in institutions, not even the state or large corporations. It is located in the networks that structure society" (Castells, 2004). For this reason, social cybernetics is both visible and invisible, but it is a form for all global technological commoditises, including human being (Luppacini, 2010). Thus this paper is interested in arguing how the definition of DD leads technocratic reasoning in which societies of globalised control cannot be separated from speculation, accumulation and circulation of technological commodities that lead an unspecific but an extension of social contract in any developed or developing nations throughout technological education. Political philosophy is then inseparable from ethnics of social cybernetics because the relative issue is rather assemblage of abstract technological control.

### **The Literature of Digital Divide**

Initially, the digital divide (DD) was perceived as the dichotomous standpoint which elucidates DD as a twofold metamorphosis in the middle of possessing and not possessing, utilising and not utilising, and deliberating and not deliberating how to practice technology as having and not having knowledge pleasure seeking. From this consideration, the explanation of DD is realised as technological impartiality and so technical egalitarianism; DD would stop as soon as all of us ought to entrée to technological capacity. This dichotomous standpoint has been constantly argued, in an actual comparable disposition, by a variety of theoretical academics, with regard to particular aspects, such as its deficient appreciation of this topic in question. DD is deliberated as a manifold-interested and manifold-significant singularity which is complexly shaped as values of inequity of financial, communal, national and administrative felicities through societal assemblies (Tapscott, 1998).

In the multidimensional perspective, Wilson (2006) clarifies DD into eight facets: *Physical Access* (access to technology infrastructure and components, and their applications); *Financial Access* (correlation between expenses of technology services and individual annual income);

*Cognitive Access* (digital literacy, skills and knowledge); *Design Access* (usability of each technology device and application); *Content Access* (availability of appropriate technology applications); *Production Access* (potential of creating users' own content); *Institutional Access* (accessibility of institutional application and activities) and *Political Access* (availability of government applications such as legislation process, judicial decisions or sentence, capacity of critical analysis of government decisions) (p. 301). In parallel with Wilson, Selwyn (2004) draws a different picture of DD through the relationship between individual and community. His perspective is that; not only does DD exist in disparities between those who have *access and desire and skills and personal/physical feasibility* in terms of being able to use technology and those who have not *access or desire or skills or personal/physical feasibility*, but it can also be seen in its own consequential benefits within/to individuals and communities. As a result, there are four theoretical and conceptual stages of limitation notably; *access, usage, engagement and consequences*.

For DD, the first obstacle is the access stage, which is not totally but mainly driven by physical and financial access. The main factors of the access stage are; sufficient technological infrastructure, affordability of its service structure and requirements (electricity, telecommunication, etc.), ownership of/access to technology (computer, printer, etc.). In addition, quality and quantity of this accessibility is also important, such as the availability of technology at home, work place, mobile (remote) and/or local facilities, technical differences, completeness, and speed, to mention only a few. Access to technology is clarified as hierarchical construction, not binary (have/have-not). What is important is the extent and quality of access to technological capability. In practical terms, providing universal access to technology cannot ensure a guarantee of usage due to additional requirement of digital literacy and skills. The Central Intelligent Agency's estimates that 750 million illiterate adults live in only eighteen undeveloped countries and this means that they are already excluded from the information society (2016). Scholars underline that there are significant inequalities in access to/usage of technology as a consequence of inequalities in digital skills. It is commonly emphasised that younger generation or those with a higher educational level, better socio economic standards or more online savvy (frequency of use, online time spent and experience) have better digital skills. Nevertheless, not only does digital literacy and skills affect the level of technology usage, but also cultural capital. This type of capital determines the breadth of understanding of technology, such as how well envisioned and integrated technology is to society, and in what manner people intentionally or unconsciously use, socialise, respond to and interact with technology. For instance, the literature states that people who have a high education level use the internet for information and service oriented aims while people who have low levels of education use technology for merely entertainment. Thus, DD is also the information divide which is driven by the ability to operate technology and how well known technology is within a society.

DD is not only access and use of technology but also the significance of technology usage. To understand engagement of technology, technical, political, personal or psychological factors need to be considered. There should be appropriate circumstances and opportunities for any individual to use, create, control and manipulate their own content. Access to technology is empty unless people truly sense the ability to compose such prospects. In this context, this is known as *second level of digital divide*

or *second digital divide*. Kvasny and Keil (2006) clarify second DD as “the considerable difference in people’s ability to find various types of content on the web and time required to complete online tasks” (p.27) and distinctively, second DD is disparity in access to social networks and information through the internet, being online is not identical as being attached to a society of others. Kvasny (2006,) called it the ‘*digital inequality*’ instead of ‘*second digital divide*’. His aim is to emphasise disparities in access to technology (access and usage stages) and adaptation of the access (engagement stage) through pre-existing social inequality. He defines digital inequality as, “...not only disparities in the structure of access to and use of technology; it also reflects the ways in which longstanding social inequities shape beliefs and expectations regarding technology and its impacts on life chances” (p.120).

The technical factors are; inability of access to appropriate hardware, software and the internet content via ones mother`s tongue and alphabet and/or socio cultural backgrounds and their usability and feasibility, such as user friendliness, disability support, etc. Issues with these technological factors appear to indicate significant obstacles to meaningful access to technology opportunities. It is unrealistic to expect end-users to produce their own content by technology if they are not already reflected within it. While, UNESCO (2005) suggested that the internet should be culturally and linguistically diversified under the consideration of race, age, and gender, the Internet World Stats (2018) report indicates that 84.3% of the internet website is based on ten main languages notably, 25.3% English, 19.4 % Chinese, and 8.1% Spanish which is only three languages accounting for half of the total internet content. .

The political factors are; where, when, what, how and to what extent technology usage depends on political and institutional decision makers. There are significant advantages for any community where the government institutions and organisations have passed into the online world to create, support and maintain more open, fast and dependable relationships between a government and its citizens, and to facilitate citizens participation to government applications such as e-government, online voting, healthcare support, social service and legal advice etc. In political and institutional access, other points of consideration are that of the internet regulation and rating/filtering tools through individuals, local, national and supranational level. There is no international consensus on the internet’s rules, and this has led to further discussion around the complexities of access to whole and limited internet.

Norris (2001) also coined another term as ‘democratic divide’ to describe how policies related to technology, such as the internet, change how political power manifests on social media in different countries and systems, which can lead to the inadequate circulation of political power and a commiserate impact on political schemes (p.193). Besides these, there is now a technological legislation divide created by differences between the approaches of democratic and authoritarian governments towards online activity, and this divides is creating complications in legal frameworks on both national and international levels. Many of populations are not concerned about legal and/or illegal actions on the internet; even many government organizations pay little heed to such issues, which have allowed such consequences as cartels and lobbying groups using the online sphere for illegal or legal activity with little oversight. According to the Universal Declaration of Human Rights, 1948, “everyone has the right to ask for legal help when their rights are not respected” (No.8); if the pace of technological development is increasingly accelerating, and current legislation is following behind technological movements within a nonstop torrent of singular regulations and principles, the need of professionals to deal with issues of

technological legislation is essential. The informally recognised technique to bridge the technological legislation divide is the establishment of resources for lawful advocating. As authorized actions and constitution judgments are applied to the society overall, everyone is theoretically capable of or has the right of entry to information about such legislation. Obviously, the majority of population will not be able to make use of this information to the equivalent degree as an attorney or lawful academic can. Nevertheless, there will be second technological legislation divide (between technology experts and non-experts) or a third technological legislation divide (between international levels), and so on. Due to technocratic e-totalitarianism or democratisation, citizens of any nation regimes need 'new lawyers' to survive in the future.

Besides these, the personal and psychological factors include an individual's position (time and location), personality, motivation, expectation, and need towards technology (Downey and Smith, 2011). These factors affect their engagement of technology. The literature has stated that people such as Technophobes or Amishes, who do not want to use the internet, lack the motivation and interest because they think the internet is unnecessary, unsafe, harmful and difficult to manipulate (Brosnan, 1998). The psychological aspect is mainly driven by social capital which is defined as "the benefits that one can potentially derive from participating in communities and networks" (Kvasny, 2006, p.165). Face-to-face or online communications, such as peers and parental positive/negative pressure are social factors exerted upon users, and these interactions affect their online behaviour. According to Steyaert and Gould (2009), "information behaviour becomes the main driver of the influence of technology on social exclusion" (p.8). Social networks are not the same as computer networks and the concept of equality of internet access cannot ensure the concept of equality of social network access. "Online behaviour is not independent of existing social inequalities" (Hargittai, 2006, p.20). In this sense, there are mutual interactions between social structures and technological opportunities; each society has formed and developed their own content, support and maintains them through technology; but, current social structures are in huge stratification and some societies have already obtained their own socio-cultural online content.

Consequential benefits associated with the use of technology are compiled as products of economic, cultural and social capital. Although there are no actual boundaries between these forms of capital, the economic capital can be seen in the access stage (have technology); the cultural capital can be seen in the usage stage (how to know technology) and the social capital can be seen in the engagement stage (creating meaningful online opportunities and supporting within/to individuals and communities). These capitals have constitutive factors of promoting the individual consumer to turn into the producer and distributor of their own goods. Importantly, the impact of technology depends on the extent to which the individuals, who are attracted and supported by access to technology in their daily lives, engage to a level where they can self-realise, participate and enhance their learning and leaning of others (community) to achieve better 'social quality' such as, self-learning, better representation of government and individuals, and improving government and citizens relationships, altering the labour force (flexible and self-developed employees, new job opportunities), etc. There is also a route for how to evaluate the outcome of DD; it is driven by the extent at which individuals and communities have achieved five online activities namely; *production*



*activity* (looking for information on education, job or career), *political activity* (participate in any organisations as charity giver or environmentalist and reach local and centre government such as e-government, online petition etc.), *social activity* (online interactivity with peers or family), *consumption activity* (buy/sell goods online), *saving activity* (social security).

To diagram a DD framework, the relationship among the four theoretical limitations could be conceptualised based on Selwyn's perspective illustrated in the figure 1. A community that intend to reach the consequences stage (bridging DD) must progress through the other stages with the majority of the group; because, according to Wilson (2006), all disparities are not exactly the same as DD; the gap should be remarkable and distinguishable. The community could be seen as segmented in the framework as long as the Design, Content, Production, Institutional and Political Accesses allow it. The important point of this framework is to be totally dynamic, not static because of the fact that technology is always developing so its requirements are dynamic. The community could be forced to move back from right to left direction when new innovation emerges or any change occurs (Re-movements) in the century of technological singularity (era). Eight accesses by Wilson could be put into the framework within three main positions (underlined). In this framework, the transition from the engagement stage to the consequence stage is driven by individual effort which is built on the techno-social capital. The techno-economic capital is from the access to usage, the techno-cultural capital is from the usage to engagement stage. All these are also influenced by the democratic and technological legislation divides, and further possible divides. Technology in that sense defines human being or social being. For instance who is disable or superhuman defined by relative technology or which nation is the leader or the follower in societies of control defined by relative techno-existentialism capital which give emphasis to the existence of the single technological movement as a free but irresponsible agent defining their own expansion through entertainments of the puzzling will.

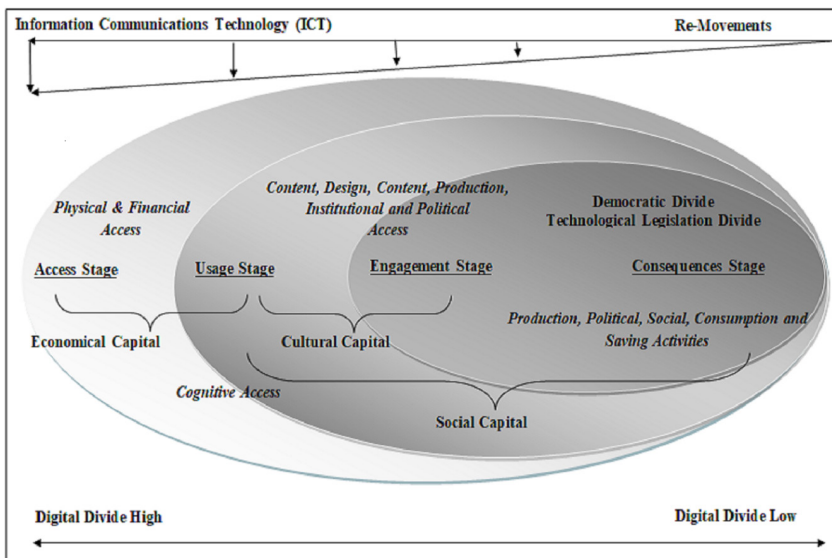


Figure 1: The Conceptualisation of Digital Divide

At this juncture, the argument detailing how a maximal DD arises, normatively, from a definition of its nature is now completed. It therefore behoves upon us to be wary and concerned about various doubts to the argument, and to comment further upon it, connecting it with some other relative issues, in particular societies of globalised control; thereby, the main thrust of the argument ought to be directly continued to the next section.

### **Technocratic Marriage between States and Corporations**

The literature strongly suggests a universal liberal democracy with technological reasoning, but there is any possibility to create an institution to control of uncontrolled controller. Democracy will not survive until people are willing to have democracy throughout democratic institutions (Hornik et. al. 2007). In this sense, technological development is not like the biological development in which societies change and alter throughout history or over time. In biology we have certain types of genetic codes to be a human being. In the process of social development, we have certain types of cultural codes to be a particular society. These developments have particular and regular patterns. Social communities have individuals and individuals have particular opinions, visions and wills. Is there any better nation to emulate for the technology education? There will be new ways of creativities needed to follow the future. Western nations change the institutional and constitutional principles for the future democracy. To some extent, the value of human being, such as dignity or principle is integrated with the educational system, but now this is all about technology education without a particular value of law (Akdeniz and Altıparmak, 2015)

In the subject of freedom and law, Karl Popper (1966) argued that historicists “were trying to comfort themselves for the loss of a stable world by clinging to the view that change is ruled by an unchanging law” (p.13). Therefore, unchanged law has been a real concern in the technological society, how to follow the technological enhancement with absolute legislative structures, or worse more and new authoritarian legislations. The principle of open society is critical to maintain to good rules and improve bad ones; the enemies of open society are people who use dreams of a utopian society to justify extreme beliefs and totalitarian practices. Thus, the argument is whether or not we can have absolute openness, defined by Popper as a society which is *tolerant*, *responsive* and *transparent*, and for these principles not to be governed by utopian ideas. In this sense, there are open systems in which all information is exposed to public inspection and each policy is formerly approved or rejected by the citizen body. Citizens are the senses and sensors engaging all public services, but there are still some policy sectors which are dominated by governmental bodies without citizen input. The question is then whether or not an alternative legislative body could be established to collectively create meaningful social networks to authentically provide meaningful oversight in this political dilemma. There are open systems in which all information is exposed to public inspection and each policy is formerly approved or rejected by the citizen body. Citizens are the senses and sensors engaging all public services, but there are still some policy sectors which are dominated by governmental bodies without citizen input. The question is then whether or not an alternative legislative body could be established to collectively create meaningful social networks to authentically provide meaningful oversight in this political dilemma, or let the internet to be.

In Karl Popper's book *Open Society and Its Enemy* (1966), we will be able to understand a bit more about open society by first considering its enemies. In the modern world, technocratic totalitarianism is the enemy in which something cannot be discussed or questioned and the right to freedom of opinion and expression is not protected by the state laws in even many developed nations. They are the primitive enemy of open society from the very outset with their unquestionable principles. According to Popper (1966), all political actions inevitably have unintended consequences, and some of these unintended consequences may have become obnoxious and intolerable for that particular society. This may not due to imperfection in the political action in and of itself, but the result of the relationship between the action and society. In this sense, what we ought to have in an open society is the capability and potential for those who are influenced by political actions to be able to criticise these actions and the law makers (technocratic governors) who initiated them. In closed societies, governors are mainly impervious and impermeable to criticism. They do not read, listen to or feel criticism. They are not willing to listen because they think the known they know cannot be known by others, as the Governments and Bureaucrats of USA do not desire to hear not only critical but also reasonable arguments from Edward Snowden (2015): "You don't care about the right to privacy because you have nothing to hide is no different than saying you don't care about free speech because you have nothing to say".

In open societies, instead of closed and unquestionable set of principles as in the Figure 1, the public relate to piecemeal political actions by watching developments closely and responding in turn, thus changing and influencing the application of policy in a continual learning process. This open society may also be referred to as the ultimate participatory democracy, in which there is real self-government by the public, who are directly involved in the decision-making process. Participatory apparatuses such as legal resident initiatives acquire more rights of legality. It is significant to remember that since political participation is engaged in by the public despite limited knowledge and interest and may not lead to genuine decisions, the public remains an essential part of the political apparatus, as they are the ones who listen to the speeches and to whom all discourse is addressed. What is the main principle of open society is that "it is important to tackle it early, for it constitutes a danger to democracy. We must plan for freedom, and not only for security, if for no other reason than only freedom can make security more secure" (Popper, 1966, p.390), especially now if DD is defined as in the Figure 1.

"All that is necessary for something to evolve, according to Dawkins, is a faithful but imperfect copying mechanism for instructions and a system that is ready to obey those instructions. DNA and the cell fulfill these requirements. So do computer programs and computers. And so do memes and the human mind" (Dawkins, 2011).

Due to the techno-social memetics lifestyle which is basically a constituency of a cultural system of behaviour copied from one person to another by imitation or other non-genetic meanings, supporters of technocratic marriage between states and corporations (e.g. e-totalitarianism) have no concerns about the dilemmas confronting us regarding the issues of e-democratism, such as peacefulness versus terrorism, multiculturalism versus chauvinism; cosmopolitanism versus individualism; and so forth, to distinguish between the cyber-thought and cyber-action of societies. That is the crucial

question and mainly neglected, indeed decision-makers postulate that no action is needed; it can be safely ignored as long as their power remains intact. However, there are actions which could and should be taken, such as establishing stable rule of law (perhaps, in the United Nations). In this sense, the actual question is who decides for whom: do the public decide by themselves within democratic structures or leave the privilege to technocrats (controllers of controllers without the democratic structure, such as courts). The critical point is that decisions affecting the public should be decided by the public and not by bodies of privilege. In order to understand and react to these dilemmas and the threat of undemocratic privilege-based orchestration, the public needs real freedom, privacy and liberty. As, the argument from Agamben (2003), the exceptional situation is delimited in the constitution and rules, nonetheless on the boundary of the rules denotes to a particular zone where the law-making, implementation and jurisdictional authorities do not divide and where the autonomous is in full power.

What the important thing is, 'being asked what was the most beautiful thing in the world', Diogenes replied, 'Freedom of speech' (cited in Hicks, 1925, p.13). Nevertheless, opponents of open society might repeat the concepts of self-regulation, claiming that democratisation is defined by fairness and justice, while belittling freedom and equality. Within the global political economy, we have a little information; global power dynamics are so complex, not simply flowing from one way to another. Democratisation is not simply voicing support for democratic principles, but actually putting those principles into practice. Otherwise, claims of democratic principles become merely pretexts and justifications for authoritarian behaviour and structures. Since the future is uncertain and there may be failures to progress, decision-makers claim they need to modify the system by governmental intervention in cooperation with corporate giants in order to overcome issues faced by the public. They claim such interventions are indispensable and inevitable. However the public is not and has never been simply playing pieces in a board game which can be moved one place to another, any democratic regime needs stable and secure rules with actual and practical democratic principles within the rule of law. For instance, Agamben (2003) rejects to study the particulars of permitted and constitutional expansions; rather his emphasis is exactly on the foundation of juridical administrative progression that sets the restrictions contained by which, for instance, Supreme Court is in forced. In the state of exception, Agamben (2003) argues "the complete separation between philosophical and legal cultures [and] the latter's decline" (p.37) whatsoever their defects as inclusive or convincing explanations, establish fundamental and confidently debateable experiments to the principal version of contemporary rule's extension as a modest and essential international allowance of the rule of law. "One day humanity will play with law just as children play with disused objects, not in order to restore them to their canonical use but to free them from it for good" (ibid, p.34). Therefore, the processes for settling techno-social disputes have not yet been satisfactorily and universally decided, even within the multi-national democratic bureaucracy of the EU, and there is as yet no consensus between governments on how to establish such processes in the cyber era.

The fundamental constitutional question is whether or not unselected courts should have power or authority to establish limits on what democratically elected governments or globally orchestrating corporations may or may not to do in particular traditional democratic system. Actually it is not

an actual dilemma because democratic systems (such as parliaments, technocratic technological reasoning) already ought to give the right of order to courts due to the principle of separation of powers that makes sure that those who make the laws ought to be liable to those laws. Nevertheless, our freedom of choice in a modern civilisation is encapsulated by the principle of technology that if a single individual declines to please our needs we may turn to someone else due to known or unknown technological singularity. An entrepreneur liberal democracy is a scheme in which the public have approaches to contribute to the decision making-process, and the rule makers cannot break them by conquest, captivity or strength (although it would be repeatedly considerable more suitable to do so). This pressure is a ubiquitous problematic for democratic civilisations, recognised as the 'core crisis of democracy' by Chomsky (1992, p.334). There are too many individuals who demand to contribute to the public judgement ground to be prepared into intelligible administrative organisations. Consequently, the harmony frequently desires to be manufactured to stretch the impress of democratic decision-making despite the fact that in truth maximum of the real influence of decision making lies with logical best able who dedicate themselves to political difficulties too multifaceted or troublesome for the public to resolve, as in the plutocracy. In the definitive libertarian literature, liberalism pursues to limit the huge control of the state and defend distinct human rights, but in the sense of the international technological term, this statement is ambiguous, since private corporate giants are supposed as a separate performer, not as shares of state power centres. Currently, liberalism has the denotation of 'state capitalism' because of the great degrees of state intervention in the international financier economy so as to defend private administrative corporations' benefits and schedules. That scheme might be similar to a method of democracy but in the definite delivery of shared and communal goods is not predominantly democratic. Capitalism is not only class conflict but also rest on the advancement of technological information. The manufacture of knowledge is what desirable for anthropological civilisation to govern who possesses that knowledge. Consequently in each period of anthropological past one class kept most of the resources of manufacture, and it was moderately flawless they did so.

If we are under the control of a monopolist or plutocratic system, we are at their mercy. And an authority leading the entire technological structure would be the most influential monopolist imaginable. Importantly, in democracy people ought to have the freedom to do wrong, which is the fundamental principle of being a human, but all states must presume innocence until guilt has been established and proven beyond doubt. We should not have to fear that authorities with technological reasoning would misuse their power in a way a private-public monopolist would surely do so, but with extreme technological expansion there are more opportunities for partnerships between government and corporate bodies to establish systems of control and techniques which manipulate the public into accepting their positions and legitimacy. Their intentions are not simply to choose what commodities and facilities are accessible to the public and in what amount, but to consolidate power and exert control over the public. Technological technocratic orchestration is thereby designed to maximize the power of government-corporate partnerships to encourage the discourse they favour while suppressing or hiding evidence of criticism, such as the American response to WikiLeaks and the Chinese government's censorship of sensitive search terms on social

media platforms. These partnerships seek not only to monitor our everyday lives and every breath we take, with the public taking the role as the mere object of their technological orchestration, but they even seek to co-opt the public as disseminators and propagators of the government-corporate line themselves. These two techniques of control are tightly intertwined, and can only be realistically and reasonably counter-balanced by an equivalent commitment to open society and the rule of law within democratic principles.

“Rightly understood, democracy is more than a regime; it is an interacting system. No single arena in such a system can function properly without some support from another arena, or often from all of the remaining arenas. For example, civil society in a democracy needs the support of a rule of law that guarantees to people their right of association, and needs the support of a state apparatus that will effectively impose legal sanctions on those who would illegally attempt to deny others that right.” (Stepan, 2011, p.304)

### **Society of Global Control**

“Civilisation is impossible without traditions, and progress impossible without the destruction of those traditions. The difficulty, and it is an immense difficulty, is to find a proper equilibrium between stability and variability” (Le Bon, 1896, p.49).

Various techno-social movements emerged in response to the new equilibrium between technology and society. For instance, techno-progressives are attempting to find a middle ground approach between techno-utopianism, derived from libertarianism, transhumanism, and extropianism, and techno-conservatism, comprised of both left and right wing bio-conservatism and neo-luddism. This middle ground approach represents an effort to find positions between absolute acceptance and absolute rejection of evolving technologies. Techno-progressives intensely follow the development and usage of social augmentation technologies and believe such technologies should be openly adopted worldwide. Techno-progressivism emphasizes the technological and scientific scope of social advancement, along with ethical concerns. From a techno-progressive standpoint, the progress of scientific understanding or the increase of technological controls do not in themselves represent progress unless there has been sufficient and clear analysis of the challenges, hazards and benefits of this new information and awareness. True progress must be defined by improved democratic principles, increased fairness, less coercion, and the extension of human rights (Sicko and Brewster, 2010). They argue all these criteria are required but have so far been insufficiently met by modern technological societies due to selected implementation values and levels of implementation in practice. Strong techno-progressivism emphasize that citizens must have an awareness of their rights as they exist currently and as they could and should be expanded in the possible future.

Similarly, democratic transhumanism put particular emphasis upon the significance of progress and readiness of new technologies to increase the scope of human experience while also transforming it (Hughes, 2004). They focus on how both private and public capital may advance technological progress as well as the expansion of individual human rights through such progress. They recognize the potential for emerging technologies to have both positive and negative effects

on society and seek to accentuate the former while limiting the latter. This movement holds to a worldview of methodological progress towards a world defined by secular liberal values, comprising democratic government, ethical and spiritual diversity, and moral pragmatism. They are inclined to see the potential of free market legal structures to promote and support these liberal values. The core value of democratic transhumanism is the 'well-being of all sentience', and the pursuit of this ideal forms the legitimizing basis for massive investment of capital into the progress and increase of human knowledge.

Besides these movements, the dialogue around the usage of the internet by various mediators in democratic governments has separated intellectuals into two politically diverse groups: 'technology utopians' whose supporters (also called 'technology evangelists' (Lucas-Conwell, 2006)) are attempting to shape a critical corpus for support for technological progress as the basis for practical standards in the free marketplace, emphasizing network effects. In particular, they are interested in the usage of the internet as a 'soft power' for the external democratic apparatus. On the other hand, there are also 'technology dystopias' (e.g. luddites, neo-luddites, and so on among other debunkers' (Glendinning, 1990)) that have many critical philosophical concerns and a more pessimistic outlook on technology. From this point of view, it is essential to conceptualise technology in society, and so DD. Noticeably, the defined four stages and eight accesses of DD in the Figure 1, have very diverse insights of struggle in the equal opportunities of technology, and their clarifications, but it is obvious that the momentum has its 'modern' sociological expectations, performing as a Techno-utopianist or, a subjugated technological-determinist or what Deleuze and Guattari (1972) titled it as "neoliberal technological capitalism in societies of control" (p.358) in which the association is beginning form averages of societies to enigmas of behaviours by the neoliberal corporate manipulation. Control societies are whole some inauguration, not the mean of completion for organising social technological interaction through scientific memes. So, the conceptualizing the figure 1, DD proposes a rigid order of the content and means of considering DD, it nonetheless leaves it's intertwining unspecified in terms of philosophical ground, because

"There is always 'the paradox of freedom.' Freedom, we have seen, defeats itself, if it is unlimited. Unlimited freedom means that a strong man is free to bully one who is weak and to rob him of his freedom. This is why we demand that the state should limit freedom to a certain extent, so that everyone's freedom is protected by law. Nobody should be at the mercy of others, but all should have a right to be protected by the state" (Popper, 1966, p.333).

## **Conclusion**

Globally, governments assume that public ought to focus on how technology can adequately meet the needs of individuals, but the focus ought to be instead by on how technology should meet the needs of societies, due to the risk of technological dangers, such as expanding surveillance. When technology fails to conform to democratic principles, how are we to respond and adapt? Most importantly, who is most affected by such failures? The singularity of cybernetics increases the uncertainty of internal responsibilities and accountability on national, multinational, international,

transnational and even individual levels! The literature actually goes beyond the dichotomy between cyber-enthusiasm and cyber-scepticism, and discusses that scholars ought not to assess digital technology as an apparatus of democracy through the lens of previous, offline democratisation (e.g. parliamentary representations) (Morozov, 2011). It is now extensively assumed that “no tool is good or bad in itself; its effectiveness results from and contributes to the whole configuration of events, activities, contents, and interpersonal processes taking place in the context of which it is been used” (Salomon, 1993, p.118). However, many disagree with this assumption. Modern or even traditional technological tools are not simply neutral, they are not a simple hammer to hit with; they are something else. As Melvin Kranzberg’s first law states: “Technology is neither good or bad, nor is it neutral.” (1986, p.545) It is not really about what the technologies are; rather what is important is how they are utilized and how they came to be. Technology now in itself can be socio-political and always it has been, as seen in the example of the ‘Low bridge of Long Island Parkways’ in New York City which were intended to separate poor and blacks from white wealthy clubs through deliberately racist design (Winner, 1986). There has been a critical philosophical difference between Free Open Source Software and Closed Property Source Software since 1980. So, technology may be a tool to orchestrate the loss of our liberty and solidarity, seen most saliently in the argument over privacy versus security, such as the controversy over WikiLeaks releases. Consequently, we need to be sensitive and insightful while applying any model of technological governances in reference to system of any particular democracy. In the matter of technology education,

“Give me a dozen healthy infants, well-formed, and my own specified world to bring them up in and I’ll guarantee to take any one at random and train him to become any type of specialist I might select—doctor, lawyer, artist, merchant-chief and, yes, even beggar-man and thief, regardless of his talents, penchants, tendencies, abilities, vocations, and race of his ancestors.” (Watson, 1930, p.82)

According to theory of behaviourism, the driving behaviour of society is not love; rather it is ‘fear’ and behaviour is then so predictable, and therefore controllable. The only question is then who ought to apply the ruling process, as in the words of Cardinal De Richelieu: “If you give me six lines written by the hand of the most honest of men, I will find something in them which will hang him” (cited in Hoyt, 1896, p.763). Thus, one of the crucial questions then is that what kind of responsibilities (e.g. compensation strategies) and accountabilities (e.g. sanctioning mechanisms) ought to be given to whom while both corporate giants and governments (controllers) have been growing in power significantly without taking into account of the ethical concerns of cybernetics: e-totalitarianism, e-authoritarianism and/or attempts by relatively democratic governments to govern, coerce and even arrest their own citizens for their (innocent or unpredictable) online activities. Yet what is surely accurate is that “society does not pose for itself tasks the conditions for whose resolution do not already exist” (Karl Marx, cited in Perlmutter, 1988). Many scholars already considered that the key concerns of cybernetics were addressed by Marx. Accordingly, many dilemmas we are facing, hypothetically, are analogous; such as to what the degrees of equality, justice and freedom ought to be. The technology society has created new logic and reasoning which has rendered the answers to these questions as presented in older constitutions obsolete. Undoubtedly, we are at present in a knowledge-based economy which has optimistic and pessimistic impacts upon



many national entities, even very wealthy nations. In this regard, then Deputy Secretary-General of the United Nations Jan Eliasson stated in the World Economic Forum in the Global Agenda 2012 Conference: “If international corporations have become the problem we are in a dark age, that is why we are involving international solutions ... Good international solutions must be seen as national interests” (the time: 20); “Global and local is the same, global is actually somebody else(s) local” (the time: 37). Consequently, what is obvious is that cybernetics is the faculty of ‘sensing to leading’, but is generally linked with the perception of domination, typically in terms of totalitarian approval or disapproval, in present mechanisms of technologies, humans and their commissure in which one group attempts to govern another. As expressed most elegantly by the song by Boards of Canada: “If you can be told what you can see or read, then it follows that you can be told what to say or think”. Therefore, the study holistically argues that we need to reconsider the philosophy of technology within defining DD and its limitation stages.

The global contest in the figure 1 is which of the organisational networks in the present and following age groups drive the control of societies since the networks are not actually the answerable and liable scheme, these are not designed to have orders and equilibriums self-control. This scheme is plays itself as a higher than the values of modern liberal egalitarianism in numerous progress states nonetheless it has an organic matter that would be elucidates as open-minded or prejudiced primary influence. The request is at that juncture converted the probable competence (Deleuze, 1992). In the upcoming era, we requisite a national and specific technology which does definite belongings in the civilisation. Additionally, we requisite ‘rule of laws’ which essentially restricted the government and technology of influence to defend the civilisation. Finally, we requisite answerability and duty in which the administration and technology reply to whole people, not impartially to its own constricted interests on the deliberation of DD in the figure 1.

## References

- Akdeniz, Y. and Altıparmak, K.(2015). *Legal notice of 20.01.2015, original sent in Turkish via Notary Public*, at [http://cyber-rights.org.tr/docs/Twitter\\_ihtar\\_ENG.pdf](http://cyber-rights.org.tr/docs/Twitter_ihtar_ENG.pdf)
- Brosnan, M.J. (1998). *Technophobia: The Psychological Impact of Information Technology*, Paperback
- Bunge, M. (1977). Towards a technoethics. *Monist*, 60(1), 96-107.
- Castells, M. (2004). *The network society: A cross-cultural perspective*, Edward Elgar Pub.
- Central Intelligence Agency. (2016). “*The world factbook publication*”, at <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/xx.html?sid=uUuVqK>
- Chapman, A. (2015). *You can't escape from a prison if you don't know you're in one: what is blocking your freedom?* Kindle Edition
- Chomsky, N. (1992). *Deterring democracy*, Paperback
- Dawkins, R. (2011). “Evolution and related topics”, *Honest Ab*, September 26, <http://honest-ab.blogspot.al/2011/09/almost-everything-evolves.html>
- Deleuze, G. (1992). Postscript on the societies of control, *JSTOR*, 59, 3-7.
- Deleuze, G. and Guattari, F. (1972). *Capitalism and schizophrenia*, University of Minnesota Press.
- Downey, J.P and Smith, L.A. (2011). The role of computer attitudes in enhancing computer competence in training, *Journal of Organizational and End User Computing (JOEUC)*, 23(3).81-100

- Duque, B. Ricordo. (2007). History of information technology: introduction & conclusion, in W. Shrum, K. Benson, W. Bijker & K. Brunnstein (eds), *Past, Present and Future of Research in the Information Society*. New York: Springer.
- Eliasson, J. (2012). "Dubai 2012 – Global Governance Outlook", <http://www.youtube.com/watch?v=PYWkxr78S5s>, the times are 20:00 and 37:00.
- Agamben G. (2003). *The state of exception*. University of Chicago Press
- Glendinning, C. (1990), "Notes towards a neo-luddite manifesto," *Untre Reader* 38(1), 82–88. at <http://www.jesusradicals.com/wpcontent/uploads/luddite-manifesto.pdf>.
- Hargittai, E. (2006). Hurdles to information seeking: Explaining spelling and typographical mistakes in users' online search behavior, *Journal of the Association of Information Systems*, 7(1), p.52-67.
- Hornik, S. Johnson, R.D. and Wu, Y. (2007). When technology does not support learning: conflicts between epistemological beliefs and technology support in virtual learning environments, *Journal of Organizational and End User Computing (JOEUC)*, 19(2), p.23-46
- Hoyt, J. K. (1896) *The cyclopedia of practical quotations*. Funk and Wagnalls Co.
- Hicks, R. D. (1925) *Diogenes Laertius. lives of eminent philosophers 2*. London: William Heinemann.
- Hughes, J. (2004). *Citizen cyborg: Why democratic societies must respond to the redesigned human of the future*, Paperback
- Internet World Stats (2018). "Internet World users by language top 10 languages", at <http://www.internetworldstats.com/stats7.htm>
- Kranzberg, M. ( 1986). Technology and History: "Kranzberg's Laws." *Technology and Culture*, 27 ( 3),p.544– 560.
- Kvasny, L. and Keil, M. (2006). The challenges of redressing digital divide: A tale of two U.S. cities, *Information Systems Journal*, 16, 23-53.
- Kvasny, L. (2006). The cultural (Re)production of digital inequality, *Information, Communication and Society*, 9(2), 160-181.
- Le Bon, G. (1896). *The crowd: A study of the popular mind*, Tombstone Press.
- Lucas-Conwell, F. (2006). "Technology evangelists: A leadership survey". Growth Resources, at <https://www.gri.co/pub/res/pdf/TechEvangelist.pdf>
- Luppincini, R. (2010). *Technoethics and the evolving knowledge society*. Hershey: Idea Group Publishing.
- Morozov, E. (2011). *The net delusion*. London: Penguin Group.
- Norris, P. (2001). *Digital divide: Civic engagement, information poverty, and the internet worldwide*, Cambridge University Press, New York, NY.
- Salomon, GI. (1993). On the nature of pedagogic computer tools: the case of the Writing Partner in Lajoie S P and Derry S J (eds) *Computers as Cognitive Tools Lawrence Erlbaum Association*, New Jersey.
- Selwyn, N. (2004). "Reconsidering political and popular understanding of digital divide", *New Media and Society*, 6(3), 341-62.
- Snowden, E. (2015). Edward Snowden, at [https://en.wikiquote.org/wiki/Edward\\_Snowden](https://en.wikiquote.org/wiki/Edward_Snowden)
- Stepan, A. C. (2001). *Arguing comparative politics*, Oxford University Press.
- Perlmutter, T. (1988). "Comparing fordist cities: The logic of urban crisis and union response in Turin, 1950-1975, and Detroit, 1915-1945. Working Paper Series: 31", New York University.
- Popper, K. (1966). *The open society and its enemies complete: Volumes 1 and 2*.
- Sicko, D. and Brewster, B. (2010). *Techno rebels: The renegades of electronic funk (Painted Turtle) 2nd Edition*, Paperback

- Steyaert, J. and Gould, N. (2009). Social work and the changing face of digital divide, *British Journal of Social Work*, 39(4), 740-753.
- Tapscott, D. (1998). *Growing up Digital: The rise of the net generation*, New York: Mc-Graw-Hill.
- UNESCO, (2005), *Institute for statistics measuring linguistic diversity on the internet: 2005*, UNESCO World Report. Paris: UNESCO, at[http://www.uis.unesco.org/template/pdf/cscl/MeasuringLinguisticDiversity\\_En.pdf](http://www.uis.unesco.org/template/pdf/cscl/MeasuringLinguisticDiversity_En.pdf).
- Watson, B.J. (1930). *Behaviorism*, University of Chicago Press,
- Wiener, N. (1964). *God and Golem, Inc.: A Comment on Certain Points Where Cybernetics Impinges on Religion*. M.I.T. Press, Cambridge.
- Wilson, J. E. (2006). *The Information Revolution and Developing Countries*. MIT Press, Cambridge, MA.
- Winner, L. (1986). Do artifacts have politics? in L. Winner, *The whale and the reactor: A search for limits in the age of high-technology*. Chicago, London: University of Chicago Press.

## Alman Medyasının Eleştirel Söylem Analizi: 24 Haziran 2018 Türkiye Genel Seçimleri

A Critical Discourse Analysis of German Media: 24 June 2018 General Elections of Turkey

Soner TAUSCHER\*  
Osman ERDOĞDU\*\*  
Şebnem KORKMAZ\*\*\*

### Öz

2010 sonrasında gerçekleşen Arap Baharı, Suriye İç Savaşı, Mülteci Krizi ve DAES'in yükselişi gibi olaylar Ortadoğu devletlerinin yönetimlerini istikrarsızlaştırırken bir güç boşluğu da ortaya çıkarmıştır. Bölgede, siyasi olarak daha istikrarlı ve ekonomik olarak görece güçlü bir konumda bulunan Türkiye, bölge dışı ülkeler açısından da önemli bir uluslararası muhatap haline gelmiştir. Türkiye'nin farklılaşan dış politikasıyla birlikte bölgede, ABD ve güçlü AB ülkeleriyle her zaman uyumlu hareket etmemesi dış basının dikkatini Türkiye'nin ve özellikle mevcut hükümetin üzerine daha fazla çekmiştir. Genel olarak Avrupa, özeldense Alman basınında Türkiye'de yaşanan iç ve dış siyasi gelişmeler ayrıntılı, ancak genellikle olumsuz olarak ele alınmaktadır. Türkiye'de yaşanan gelişmelere dair Avrupa basınında hemen her gün birçok haber, röportaj ve belgesel yayınlanmaktadır. Ancak bu haberlerin oluşturduğu söylem üzerine oldukça az sayıda araştırma bulunmaktadır. Bu makalenin amacı, bu boşluğa işaret ederek Alman medyasının iki önemli yayın organı olan *Tageszeitung* ve *Süddeutsche Zeitung* gazetelerinin 24 Haziran 2018 Türkiye Genel Seçimleri üzerinden Türkiye, Türkiye'deki önde gelen siyasi figürler ve meseleler üzerine nasıl bir söylem geliştirdiğini eleştirel söylem analizi bağlamında ele almaktır.

**Anahtar Kelimeler:** Türkiye, 24 Haziran Türkiye Genel Seçimleri, *Tageszeitung*, *Süddeutsche Zeitung*, Eleştirel Söylem Analizi

\* Arş. Gör., Sakarya Üniversitesi, Diaspora Araştırmaları Merkezi, Sakarya, Türkiye, sonert@sakarya.edu.tr. Orcid ID: 0000-0001-7310-5661

\*\* Dr. Öğrencisi, Sakarya Üniversitesi, Diaspora Araştırmaları Merkezi, Sakarya, Türkiye, osman.erdogdu@ogr.sakarya.edu.tr. Orcid ID: 0000-0003-3601-3703

\*\*\* Yüksek Lisans Öğrencisi, Sakarya Üniversitesi, Diaspora Araştırmaları Merkezi, Sakarya, Türkiye, sebnem-korkmaz@outlook.com. Orcid ID: 0000-0003-4830-3118

## Abstract

Events like Arab Spring, Syrian Civil War, Refugee Crisis and the rise of DAESH that happened after 2010, lead to destabilization of political situation and governments in many of the Middle Eastern countries and created a power vacuum in the region. Turkey with its politically stable and relatively strong economic power became one of the countries to be first contacted in the region. Turkey's changing foreign policy also started to drift apart from the US and EU's regional foreign policy which brought the attention of the foreign media on Turkey and especially on the government. European in general and German media in particular started cover the domestic policy and foreign policy of Turkey in detail and generally depicts it negatively. Events in Turkey are covered with news, interviews and documentaries in the European media on nearly daily basis. However, there are very few research on the discourse used in those news. This article aims to point this gap through subjecting the discourse created on 24 June 2018 Turkish Early General Elections by two important German media organ, *Tageszeitung* and *Süddeutsche Zeitung*, to the critical discourse analysis.

**Keywords:** Turkey, 24 June Turkish Early Elections, *Tageszeitung*, *Süddeutsche Zeitung*, Critical Discourse Analysis

## Giriş

Almanya ile Türkiye arasındaki diplomatik ilişkilerin tarihi yüzlerce yıl öncesine dayanmasına rağmen, kültürlerarası etkileşim 1960'larda başlayan işçi göçüyle ortaya çıkmıştır. 1970'li yıllarda küresel çapta yaşanan ve Avrupa ülkelerini de etkileyen ekonomik kriz ve misafir işçilerin kalıcı olmaya başlayıp sosyal hayatta görünür hale gelmesi Alman toplumunun bir kısmı için sorun oluşturmaya başlamıştır. Alman sağının gözünde 1930'lar ve 1940'ların ötekisi Yahudilerin ve 1950'ler ile 1960'ların ötekisi komünistlerin yerini, 1980'ler ve 1990'larda Türkler almıştır. 2001 yılında yaşanan 11 Eylül olayları ise Avrupa'da ötekinin yönünü Türklerden genel olarak Müslümanlara çevirmiştir. Suriye İç Savaşı'yla başlayan süreçte ortaya çıkan DAESH terör örgütünün Avrupa ülkelerinde varlığını hissettirmesi ve Suriyeli göçmenlerin 2014 yılından itibaren Türkiye üzerinden artarak Avrupa Birliği'ne (AB) sığınma talebiyle akın etmeleri Avrupa toplumunda mevcut öteki karşıtlığını körüklemiş, 2008'deki finansal krizin de etkisiyle artan işsizlik ve güvensizlik ortamında artık hem siyasi hem de akademik olarak İslamofobiden bahsedilmeye başlanmıştır.<sup>1</sup> Yaşanan finansal krizi aşmak için devletlerin ulusal çıkarlarını ön plana alması, Avrupa toplumlarındaki aşırı sağın ve yabancı karşıtı söylemlerin güçlenmesine yol açmıştır (Bezci, 2017, s. 10-13). Avrupa'ya giden Suriyeli, Iraklı ve Afgan sığınmacıların AB'den önceki son sınır kapısı olması, Türkiye'nin AB üzerindeki yumuşak gücünün de artmasına neden olmuştur. Fakat Avrupalı muhafazakârlar ile aşırı sağcıların Türkiye ve Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'a yönelik tepkilerinin tek sebebi kendi kültür ve dinleri için tehlikeli buldukları Müslüman mültecilerin Avrupa'ya akın edip etmemelerinin anahtarının Erdoğan'ın elinde bulunduğu inanmaları değildir. Türkiye'nin 2005 yılında AB ile tam üyelik müzakerelerine başlaması da birçok AB üyesi ülkenin muhafazakâr ve aşırı sağ kesiminde tepkiyle karşılanmıştır. Bilindiği üzere İngiltere'de yaşanan Brexit sürecinin ana temalarından biri, Türkiye'nin olası AB üyeliği olmuştur. Bunun yanında, Suriye İç Savaşı'nın ve ABD'nin Irak'tan

1 2015 yılını 2016 yılına bağlayan yılbaşı gecesi yaşanan taciz ve gasp olayları genelde Avrupa ülkelerinin özelde ise Alman toplumunun mültecilere olan bakışının sorgulanmasına yol açmıştır (Yardım, 2017, s. 221).

çekilmesinin bölgede ortaya çıkardığı otorite boşluğu, zaman içerisinde Türkiye'nin hem iç hem de dış politikada Batı dünyasıyla uyumlu politikalar izlemesine engel olmuştur. Türkiye'nin bu "uyumsuz" politikası Batılı müttefikleri tarafından bir tür başına buyruklu olarak nitelendirilmiştir.

Tüm bunların yanında, Arap Baharı'nın etkisiyle çoğunluğu Müslüman ülkelerde oluşan iktidar boşlukları ve yaşanan istikrarsızların bitiş/başlangıç sınırında bulunması, Türkiye'yi Alman siyasileri ve medyası için muhatap alınacak birincil ülkelerden biri konumuna getirmiştir. Batı dünyası açısından uyumsuz görülen Türkiye Cumhuriyeti ve Cumhurbaşkanı Erdoğan, siyasi ve medyatik söylemlerle tekrar uyumlu hale getirilmeye çalışılmaktadır.

Bernard Cohen'in 1963 yılında belirttiği üzere medya, insanların *nasıl düşünmesi* gerektiği üzerinde etkili olamamakla birlikte, gündeme taşıdığı haberlerin seçimi, türdeş haberlerin benzer yorumlarına defalarca yer verilmesi üzerinden kamuoyunun *ne hakkında* düşünmesi gerektiği konusunda başarı elde edebilmektedir (s. 13). Benzer şekilde McCombs ve Shaw (1972), medyanın belli haberleri sunarak, bazılarını gizleyerek ve benzer haberleri ön plana çıkartarak gündemi oluşturmasını inceleyerek Gündem Belirleme Kuramını<sup>2</sup> (*Agenda Setting Theory*) geliştirmişlerdir (s. 176). John R. Zaller (1992), medyanın insanların siyasal düşüncelerini etkileyebilme gücünün<sup>3</sup> haberleri objektif bir şekilde vermesinden ziyade sürekli ve tutarlı bir şekilde yansıtmasından kaynaklandığını belirtmektedir. Ayrıca Michel Foucault'un (1981) da belirttiği gibi gündemi belirlemek üzere atılan manşetlerde kullanılan dil, kavram öbekleri, düzenli yayılım gösteren terimler belli bir amaca yönelik söylemleri de oluşturabilmektedir (s. 58). Dil ve iktidar arasındaki söylemsel ilişkiyi ele alan Eleştirel Söylem Analizi (ESA), Foucault ve Antonio Gramsci gibi dil, söylem ve iktidar arasındaki ilişkilere odaklanan düşünürler ile Frankfurt Okulu'na atfedilen eleştirel analizi birleştirerek dil ile söylem analizi arasındaki ilişkiyi ele almaktadır (Fairclough, 1992; Fairclough, 1995; Fairclough ve Wodak, 1997).

ESA'ya göre dilin söylem içindeki ve üzerindeki rolü ele alınmadan söylem ve toplum arasındaki karmaşık ilişki üzerine sosyolojik bir açıklama yapmak mümkün değildir. Bu bağlamda ESA, medyanın olayları objektif bir şekilde yansıtmak yerine hangi olayların nasıl ele alınacağına karar vererek kamuoyunda belirli olaylara karşı algı oluşturmaya çalışıp çalışmadığını sorgulamaktadır.<sup>4</sup> Bunun yanında ESA, kamu politikaları süreçlerinin analizinden kamusal tartışmaların meşrulaştırılmasına kadar siyaset biliminin birçok alanında kullanılmaktadır. ESA aynı zamanda, milli kimlik tartışmalarının odağında yer alan dost/düşman ayrımına yol açan politik söylem analizinde de kullanılmaktadır (Blatter, Langer ve Wagemann, 2018, s. 123).

2 Alman aşırı sağının ve medyasının, siyasiler ve toplumda suçlu göçmen algısının oluşumuna dair etkisine yönelik bir inceleme için bkz. Tauscher (2017).

3 Basın sadece siyasal amaçlar üzerinden araçsallaştırılmamaktadır. Basın aynı zamanda, ticari amaçlar elde edilmesinde kullanılabilirdiği gibi parti grupları ya da sendikalar gibi toplumsal çıkar grupları tarafından da yönlendirilebilmektedir (Habermas, 2014, s. 305-309).

4 Medyada yayınlanan haberlerin izleyici üzerindeki etkisini anlamaya yönelik birçok modelleme yapılmıştır. Bunlar arasında, izleyicinin tamamen edilgen bir şekilde medya söylemini kabullendiği hipodermik model, izleyicilerin ihtiyaçları doğrultusunda medyayı takip ettikleri doyum modeli, insanların haberleri kültürel ve sınıfsal arka planları ile sorguladıkları alımla modeli ve izleyicinin farklı haber kaynakları karşılaştırarak irdelediği yorumlayıcı model bulunmaktadır (Giddens ve Sutton, 2013, s. 819-821).

Medya, okuyucuların belirli bir yönde düşünmesine çabalar ve gazetelerde sıklıkla dile getirilen konular okuyucuların zihninde diğer konulara kıyasla daha kalıcı bir yer almaya başlar (Kim, Scheufefe ve Shanahan, 2002, s. 7-25). Özellikle günlük yaşantıda farklı kültürler ile çok fazla etkileşimin yaşanmadığı homojen toplumlarda *grup dışı*<sup>5</sup> hakkında yapılan olumsuz haberler, zihinlerde daha kalıcı bir yere sahip olurlar (van Dijk, 1989). Böylece medya, insanların derinlemesine bilgi sahibi olmadıkları ve araştırma yapmayacakları konular hakkında onların fikirlerinin şekillenmesinde önemli bir rol oynayabilmektedir. Bu duruma en güzel örneklerden biri, 2004 yılında Fransız Cumhurbaşkanı Jacques Chirac'ın Türkiye'nin AB üyeliğine ve bu tarihten sonraki olası her AB genişlemesine Fransa'nın vereceği oyun referandumla belirleneceğini belirtmesinin ardından Fransız basınında hız kazanan Türkiye'ye dair haberlerdir. Beyza Çağatay Tekin (2008; 2010) muhtelif çalışmalarında, Fransız siyasetçilerin ve basının Türkiye'yi ötekileştirirken kullandığı kelime tercihleri üzerinden Türkiye'nin bir Avrupa ülkesi olmadığını göstermeye çalışan söylemi incelemektedir. Medyanın politik karar alma sürecinde görüş oluşturabilme kapasitesine dair yapılan araştırmalara diğer bir örnek olarak De Vreese ve Boomgaarden'in (2006) çalışması gösterilebilir. Bu çalışmaya göre medyanın AB'nin genişlemesini negatif veya pozitif olarak lanse etmesi halkta aynı görüşün yayılmasını sağlamaktadır (s. 419-436). Vatandaşların günlük hayatlarına dolaylı etkisi olacak AB'nin genişleme politikası gibi bir konuda dahi medyanın yönlendirici fikir oluşturabilmesi, halkı doğrudan ilgilendiren konularda algı oluşturmada ne kadar başarılı olabileceğinin bir göstergesidir.

Türkiye'nin AB'ye üye olma sürecinin yabancı ülke basınlarında ele alınışı birçok araştırmaya konu olmakla birlikte (Koenig, Mihelj, Downey ve Gencel Bek, 2006; Madeker, 2008; Negrine, Kejanlioglu, Aissaoui ve Paphanassopoulos, 2008; Schneeberger, 2009; Aksoy, 2009; Walter ve Albert, 2009), Türkiye'de yapılan genel seçimlerin yabancı ülke medyaları tarafından nasıl ele alındığına dair bir çalışmaya rastlanılmamıştır. Açıklandığı üzere medyanın söylem oluşturma gücü ve Türkiye'nin AB politikalarına görece uyumsuz politikaları dikkate alındığında, Türkiye'de gerçekleşen 24 Haziran 2018 Genel Seçimleri'ne yönelik Alman basınında oluşturulan söylemin eleştirel bir analizi araştırma konusu bakımından anlamlıdır.

### Metodoloji

Nitel araştırma tekniklerinin bir alanını oluşturan eleştirel söylem analizi yöntemine dair birçok önerme mevcuttur (Heiser, 2018; Lune ve Berg, 2017; Jäckle, 2017). Bu makale, bu önermelere dair bir tartışma yürütmekten ziyade Siegfried Jäger'in metodolojisini kullanacaktır. Jäger'in altı aşamalı ESA sistemini<sup>6</sup> (Jäger, 2006, s. 102-106) kendisine örnek alan bu makalenin amacı, Almanyada dijital ortamda yayınlanan iki farklı ideolojik arka plana sahip *Tageszeitung*<sup>7</sup> (*taz*) ve *Süddeutsche*

5 Teun A. van Dijk'in "grup dışı" kullanımı, günümüzde akademide öteki kelimesinin kullanımına denk gelmektedir.

6 Jäger ESA sürecini, konunun tanıtımı ve temellendirilmesi (söylem dizisinin ortaya konulması), söylem düzeyinin belirlenmesi (dergi, gazete, konuşma metinleri, vb.), temel metinlerin hazırlanması ve geliştirilmesi, temel metinlerin söylem dizisi bağlamında değerlendirilmesi, benzer kalıpların detaylı analizi ve tekil sonuçların bir araya getirilerek söylem dizisi bağlamında genel analizinin yapılması olarak altı aşamaya ayırmaktadır.

7 Yayın hayatına 17 Nisan 1979 yılında 63.000 baskıyla başlayan ve 1995 yılında Almanya'nın dijital ortamda çıkan ilk günlük gazetesi olarak internette yayınlanan *Tageszeitung*, kendi açıklamalarına göre bağımsız ve sol bir günlük gazete olarak kurulmuştur ("Damals... Wie alles begann", 2018; "Die taz wird Genossenschaft", 2018.). Günümüzde dijital ortamda sayfa tıklanma sayısı (*Page Impression*) 11,75 milyon, ziyaret sayısı 5,35 milyon ve her ay bu sayılara 1,49 milyon yeni kullanıcı eklenmektedir ("Wir über uns", 2018).

*Zeitung*<sup>8</sup> (SZ) gazetelerinin 24 Haziran 2018 tarihinde Türkiye’de yapılan genel seçimlere yönelik yayınladıkları haberleri eleştirel söylem analizine tabi tutmaktır. Bu sebeple, öncelikle iki yayın organında yayınlanan haberler belli kavramlar kullanılarak taramadan geçirilmiştir. Bulunan sonuçlardan araştırma konusuyla ilgili olan haberler ayıklanarak söylem için gerekli olan arşiv oluşturulmuştur. Her bir yayın organına ait haberler araştırma konusuna ait söylem dizisi dikkate alınarak değerlendirmeye tabi tutulmuştur. İki yayın organının söylem zincirlerinin birbirini takip eden, benzeşen ve farklılaşan yönleri, seçimlerin erkene alındığının beyan edildiği 18 Nisan 2018 ile seçim sonuçlarının kesinleştiği 26 Haziran 2018 genel seçim sürecinin, Türk demokrasisinin ve Türkiye’deki siyasal aktörlerin nasıl ele alındıkları ve bunlara hangi özelliklerin atfedildiği analiz edilerek sonuçlara ulaşılmıştır.

Haber kaynaklarının seçiminde ilk kriter olarak Almanya geneline hitap etmesi ve kendi ideolojik grubu tarafından ciddiyetle okunup takip edilmesi, aynı zamanda ülke çapında yayın yaparak Almanya toplumunun geneline ulaşabilme kapasiteleri olmuştur. İkinci kriter ise merkeze mesafeli sol gazete *taz* ve merkeze yakın sol liberal gazete *SZ* gibi iki farklı ideolojik duruşu olan medya kuruluşlarının seçilmesiydi. Burada güdülen kaygı bir taraftan Türkiye’deki genel seçimler gibi tekil bir olguya farklı ideolojilerin ortak veya kendilerine özgü söylemlerinin olup olmadığının irdelenmesi isteği olmuştur. Diğer taraftan, Türkiye’deki genel seçimlerde öne çıkan, CHP ile *SZ*’nin ve HDP ile *taz*’ın kısmi de olsa ideolojik yakınlığının olduğu söylenebilecek yayın organlarının söylemlerini araştırmak arzusudur. Aşağıdaki tabloda da görüleceği üzere haber sitelerinde 13 anahtar kelime aratılmış ve 24 Haziran Genel Seçimleri’ni konu alan 84 haber bulunmuştur. Birbirinin tekrarı niteliğinde olan haberler ayrılarak haber sayısı 36’ya düşürülmüştür.

**Tablo 1.** Haber Sitelerinde Aratılan Anahtar Kelimeler

ANAHTAR KELİME	TAGESZEITUNG		SUEDEUTSCHE	
	Genel Haber Sayısı	Kullanılan Haber Sayısı	Genel Haber Sayısı	Kullanılan Haber Sayısı
<b>Türkei</b>	84	22	46	14
<b>Türken</b>	53	22	16	14
<b>Wahlen in der Türkei</b>	40	16	76	12
<b>Opposition in der Türkei</b>	11	10	52	8
<b>Recep Tayyip Erdoğan</b>	76	13	32	12
<b>Muharrem İnce</b>	10	6	15	4
<b>AKP</b>	25	6	22	8
<b>CHP</b>	15	3	19	4
<b>MHP</b>	4	2	11	2
<b>HDP</b>	18	2	19	2
<b>İYİ Parti</b>	4	3	9	2
<b>Kemal Kılıçdaroğlu</b>	13	2	10	1
<b>Meral Akşener</b>	4	3	8	1
<b>Toplam</b>	<b>84</b>	<b>22</b>	<b>76</b>	<b>14</b>

8 İkinci Dünya Savaşı’ndan sonra Baviera Eyaleti’nde ilk basım lisansı alan gazetedir. 1945 yılında yayın hayatına başlayan gazete, 1995 yılında SZonNet ismiyle internette dijital olarak yayınlanmaya başlamıştır (“Geschichte des Süddeutschen Verlages”, t.y.). Kendisini parti politikalarından ve sabit bir dünya görüşünden bağımsız olarak tanımlamakta, liberal ve hoşgörü temelinde, bireylerin bilgilendirilme ve serbestçe düşüncesini oluşturabilmesini görevi olarak görmektedir (“Unternehmensleitbild”, t.y.). İnternette 81,2 milyon sayfa tıklanmasına, 27,4 ziyaretçiye ve 12,15 milyon yeni kullanıcıya ulaşmaktadır (“Die gesamte SZ im Netz”, t.y.).



## Söylem Analizi

İki farklı yayın organı arasındaki ideolojik farklar basılı medyanın revaçta olduğu 1980'ler ve 1990'larda önemli rol oynamıştır. Medyanın dijitalleşerek ulaşılabilirliğinin artması ve maliyetlerin görece azalmasıyla haber içeriğinin çeşitlenmesi ve zenginleşmesi internet ortamında haberlere ulaşan okuyucu kitlesinin politik kimliğinin de çeşitlenmesine yol açmıştır. Ancak iki yayın organının da ideolojik arka planları haber seçimi ve haber içeriğinin işlenmesi bakımından halen etkilerini sürdürmektedir.

Bu bakımdan, öncelikle her bir haber kaynağının Türkiye'deki 24 Haziran Genel Seçimleri'ne dair yayınladıkları haberlerde kullandıkları dil, betimlemeler, fotoğraflar ve geliştirdikleri söylem dizisi ayrı ayrı incelenecektir. Daha sonra iki yayın organına ait ortak söylem dizileri ve ele alınışları irdelenecek, son olarak da birbirlerinden ayrıştıran söylemleri detaylandırılmaya çalışılacaktır.

## Tageszeitung ve Veriler

Anahtar kelimelerin aratılması sonucunda toplam 84 habere ulaşılmış, bunların Türkiye'deki genel seçimlerle doğrudan ilişkili 22'si çalışmaya konu olmuştur. Aşağıdaki tabloda *taz*'ın seçime yönelik söylemini oluşturan belli başlı veriler ayrıntılı olarak verilmiştir. Verilere göre iktidardaki AK Parti ve Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın yer aldığı haberler başı çekmektedir. Arkasından HDP ve cumhurbaşkanı adayları Selahattin Demirtaş ile CHP ve Muharrem İnce'ye yönelik haberler gelmektedir. MHP, İyi Parti, Saadet Partisi ve Demokrat Parti gibi diğer muhalif partilerine göre daha az yer verilmektedir. Ancak yine de ileride görüleceği üzere *SZ*'da muhalif partilere yönelik yapılan haberlerden daha fazladır.

İktidar partisi ve Erdoğan'ın haberlerin çoğunda yer almasına rağmen fotoğraflar ve haber içeriklerinde HDP ve Selahattin Demirtaş'a ayrılan alan, kullanılan dil ve tanımlamaların yoğunluğu, *taz* gazetesindeki söylem dizisinin ana omurgasını HDP ve Demirtaş'ın oluşturduğunu göstermektedir. Özellikle Demirtaş'ın tutukluluğuna ve cezaevinde oluşuna yapılan sürekli vurgu, HDP'nin bir Kürt, kadın ve halk hareketi özelliği taşıdığına betimlenmesi ve haber içeriğinin daimi olarak HDP'nin politikaları veya Demirtaş'ın söylevleriyle zenginleştirilmesi bahsedilen yoğunluğun sebepleridir. Arkasından daha az yoğunluklu olarak CHP ve Muharrem İnce'ye yönelik haber içerikleri gelmekte, kısıtlı olarak diğer muhalefet partileri ve liderlerine de yer verilmektedir. *Tageszeitung*'un haberlerinde yoğun olarak HDP ve Demirtaş'a ve bununla birlikte diğer muhalefet partisi ve liderlerine de yer vermesi, gazetenin Türkiye'deki genel seçim sürecini muhalefet partileri ve adayları üzerinden okuduğunu göstermektedir. Erdoğan veya AK Parti'nin bulunduğu haberlerin "Diktatörlükten Önceki Son Çıkış"<sup>9</sup>, hatta Türkçe verilen "Dik Duracağız, AKP Gidecek"<sup>10</sup> benzeri başlıklarla ya da içeriklerle iktidarın olumsuz betimlenmesi, bahsedilen okumayı destekler niteliktedir.

9 *taz*, Haber-5.

10 *taz*, Haber-7.

**Tablo 2:** Tageszeitung'un Söylem Dizisini Oluşturan Veriler

Cumhurbaşkanı Adayları Veya Parti İsimlerinin Geçtiği	Ak Parti ve Recep Tayyip Erdoğan	CHP ve Muharrem İnce	Saadet Partisi	HDP ve Selahattin Demirtaş	MHP	İYİ Parti ve Meral Akşener	Demokrat Parti	Diğer	Toplam
Haber Sayısı	7	4	-	6	-	2	-	3	22
Toplam Haber Sayısına Oranı	%32	%18	-	%27	-	%9	-	%14	%100
Fotoğraf Sayısı	3	4	-	6	-	2	-	5	20
Toplam Fotoğraf Sayısına Oranı	%15	%20	-	%30	-	%10	-	%25	%100
Fotoğraflardaki Temsil	Tek başına, Otoriter, Aksiyoner/güvenlikçi bir duruş,	Halk desteğini almış, Sempatik ve dini motifler	-	Yerel kıyafetli kadınların ön plana çıkması, Mağdur, Masum, Mazlum, Entelektüel bir lider	-	Coşkulu, Halkla bayraklar eşliğinde iç içe, Aksiyoner ve sempatik	-	İktidar karşıtı gençler, halk ve kadınlar	
Tanımlamalar	İktidar, Cumhurbaşkanı, Otoriter,	Kemalistler, Merkez Sol, Sosyalist Demokrat Kemalistler, Sol Ulusalıcı İnce: En güçlü muhalefet adayı, Tarafsız	İslamcı	Kürt Partisi, Kürt Yanlısı, Kürt Solu, Kürt Sol Partisi Demirtaş: Kürt Solcu, Popüler, İyi bir insan, Politik rehine PKK: Kürt isyancılar, Kürt Gerillası	Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın küçük ortağı, Ultra Sağ	Sağ Muhafazakâr, Milliyetçi	-	-	

*Tageszeitung*'un erken seçimin ilanından seçimlerin yapılmasına kadar geçen sürede; erken seçimin bir strateji olduğu, Türkiye'deki ekonomik durumun Erdoğan'ın tekrar seçilmesini zorlaştıracağı, HDP'nin adayı Demirtaş'ın tutuklu olması ve muhalefet adayları ile partilerini içeren dört farklı söylem dizisinden bahsedilebilir. Demirtaş'ın tutuklu olduğu haberler gibi bazıları sürekli gündeme getirilerek söylem dizisi haline gelmekte, diğer bazılarıysa haber sıklığı daha az olmakla beraber haberin içeriğinin yoğunluğu ve söylemi oluşturan betimlemelerin ya da temsillerin kuvveti onları söylem dizisi olmaya aday yapmaktadır.

### **Erken Seçim İlanı**

Türkiye'de erken seçimlerin ilan edildiği 18 Haziran 2018 günü *taz*'da, "Erdoğan'ın Dikkat Dağıtma Stratejisi" başlıklı bir haber yayınlanmıştır. Haberin okuyucuya ilk hitap ettiği alan Erdoğan'ın bulunduğu bir fotoğraf ve haber alt başlığıdır. Haberin alt başlığında verilen "Türkiye ekonomide ve dış ilişkiler konusunda düşüşe geçti. Kimse fark etmeden Cumhurbaşkanı hızlıca

yeniden seçilmek istiyor” şeklindeki metin ve Erdoğan’ın arkasında kendisinin dev bir portresinin bulunduğu ve sol eliyle yön gösterdiği fotoğrafın altında “Kendi çıkarları peşinden gidebilmek için “Şu tarafa bak” diyerek dikkat dağıtılır” açıklaması, gazetenin Türkiye’deki erken seçimlerin nedenlerine yönelik söylemini ortaya koymaktadır. Haberin ilerleyen içeriğinde her ne kadar erken seçim teklifinin MHP lideri Devlet Bahçeli tarafından yapıldığı belirtilse de, erken seçim kararının muhalefeti hazırlıksız yakalamak ve ekonomi daha da kötüleşmeden seçilebilmek için Erdoğan tarafından alındığına dönük bir yazım göze çarpmaktadır.<sup>11</sup> Burada dikkat çeken başka bir unsur ise taz ve SZ’de<sup>12</sup> erken seçime dair yayınlanan iki haberde de yukarıda bahsedilen Erdoğan’ın aynı fotoğrafının kullanılmasıdır.

Erdoğan’ın, erken seçim kararını muhalefeti hazırlıksız yakalamak için aldığına dair yapılan habere yaklaşık bir ay sonra “Sağlam Duracağız, AKP Gidecek”<sup>13</sup> başlığıyla muhalefete motivasyon niteliğinde yazım diline sahip Türkçe bir haber yayınlanmıştır. Haber, çoğunluğunu gençlerin oluşturduğu kalabalık bir grubun neşeli ve enerjik olarak yer aldığı bir fotoğraf eşliğinde verilmiştir.

### **Ekonomik Kriz**

Türkiye’deki genel seçimler yaklaştıkça taz’ın haber içeriğinde ekonomik krize dair söylemler daha da belirginleşmeye başlamıştır. Özellikle öne çıkan üç haber gözükmektedir. İlki, “Saat Baş Kur Kaybı”<sup>14</sup> başlıklı haberdir. Haberin kısa özetinin sunulduğu alt başlıkta yatırımcıların toplu halde Türkiye’yi terk ettikleri ve seçim öncesi ekonomik zayıflığın Erdoğan’a zarar verebileceği yer almaktadır. Türk Lirası’nın saatlik olarak değer kaybettiğini, kurdaki artışın sonunda muhalefete iktidarın canını gerçekten acıtılabileceği bir sebep verdiğini aktaran haberde, hükümete muhalif farklı bir internet gazetesi olan T24’ten bir yazarın “Lira Krizi, AKP iktidarının sonuna yaklaştığını göstermektedir.” cümlesini alıntılararak ekonomik kriz ile seçim arasında bağlantı kurulmaktadır. Ancak bunu daha önce “Sağlam Duracağız, AKP Gidecek” haberinde olduğu gibi farklı kişilerin dilinden yapmaktadır. *Tageszeitung* bu seferki haberinde Türkiye’deki ekonomik krize dair iktidara muhalif FOX kanalından, T24 internet gazetesinden ve sağ liberal *Neuen Züricher Zeitung (NZZ)* gazetesinden alıntılarla yapmaktadır.

Öne çıkan ikinci haber, aynı gün yayınlanan “Erdoğan Ekonomik Krizle Baş Başa”<sup>15</sup> başlığını taşımaktadır. Alt başlığında Erdoğan’ın ekonomik kriz ve anti-AKP ittifakından dolayı seçimi kaybedebileceği belirtilen haber, Türkiye’deki inşaat sektörünün kötüye gittiği açıklamasıyla devam etmektedir. Sosyal demokrat-Kemalist olarak nitelendirilen CHP adayının büyük bir haber kanalına ilk defa ancak telefonla bağlanabildiği yer alan haberde, aynı zamanda emektar bir liberal olarak betimlenen T24 yazarı Hasan Cemal’in de düşüncelerini sadece internette açıklayabildiği belirtilmektedir. Ekonomik kriz söylemini desteklemek üzere bazı veriler verildikten sonra, NZZ gazetesinden alıntı yapılarak Türkiye’nin borçlarını ödeyemeyecek konuma gelmesinden dolayı yeni

11 taz, Haber-1.

12 SZ, Haber-1.

13 taz, Haber-7.

14 taz, Haber-11.

15 taz, Haber-12.

bir küresel ekonomik krizin yaşanacağını aktarılmaktadır. Kendisini sol bir gazete olarak tanıtan *taz*, Türkiye'deki ekonomik krize dair yaptığı her iki haberde de sadece liberal kişilere değil sağ görüşe yakın bir gazeteden de haber alıntılanmaktadır. Bu durum, araştırmancının başında da belirtildiği üzere medya organlarının tek bir ideolojik görüş üzerine haber yapmadıkları, belli politik duruşlarını destekleme/meşrulaştırmak için kendilerine zıt görüş ve kişilerin söylemlerini de kendi söylemlerine eklemeyebildiklerini göstermektedir. Burada dikkat çeken husus ise, kullanılan yazı dilinin bağımsız olguları aktarmaktan ziyade iktidara karşı muhalefeti açıktan desteklemesi ve yer yer seçmenlere yönelik seçim stratejileri vermesidir. Özellikle sol bir Kürt partisi olarak nitelendirilen HDP'nin %10'luk seçim barajını geçemediği takdirde AKP'nin 50-60 milletvekili daha fazla çıkaracağı ve CHP yönetiminin HDP'nin barajı geçmesi için seçmenlerinin HDP'ye oy vermelerine karşı gelmediği yönündeki cümleler dikkat çekmektedir. Son olarak, Erdoğan'ın seçimleri kaybetmesi halinde seçimleri tanımayacağını ve kendisi yeniden seçilene kadar seçimleri tekrarlayabileceğini, iktidara muhalif *Cumhuriyet* gazetesini alıntılıyarak vermektedir.

“Seçim Kampanyası Aracı Olarak Savaş”<sup>16</sup> başlığını taşıyan üçüncü haberde ise salt ekonomik krize yer verilmemektedir. PKK'nın Kürt gerillaları olarak tanıtıldığı yazıda, Erdoğan'ın ekonomik krize yönelik sorunları arka plana atmak üzere PKK'nın merkezi Kandil'e askeri operasyon düzenlediği yer almaktadır. Ancak yazının ilerleyen kısmında sadece bu tür önermeler bulunmamakta, PKK'nın Kandil'de yıllarca boşuna tutunmadığını, Kandil'e yapılacak operasyon sonucunda Irak'tan gelecek ölü asker ve sivil haberlerinin seçim kampanyasına zarar verebileceği gibi benzeri cümlelerle yazının dili gittikçe tehditkâr bir söyleme dönüşmektedir.

### **Demirtaş ve Tutukluluk**

SZ'da hemen hemen hiç yer bul(a)mayan HDP'nin adayı Selahattin Demirtaş'ın tutukluluk hali, *taz*'de Erdoğan'dan sonra en çok yer verilen konudur. Bunun önemli göstergelerinden biri, *taz*'in, erken seçimin ilanından sonra Selahattin Demirtaş hakkındaki ilk haberini hem Türkçe hem de Almanca yapılmasıdır. Türkçe “Erdoğan'ın En Sevmediği Siyasetçi”, Almanca ise “En Nefret Edilen Hasım” başlıklarıyla verilen haberlerin içerikleri<sup>17</sup>, ikinci haber içeriğinin daha uzun ve daha dramatik bir dille yazılması<sup>18</sup> dışında birbirleriyle uyumludur. Ancak iki haber arasında yapılan yapısal değişiklik söylemin de farklılaşmasına yol açmaktadır. Türkçe haberde, Demirtaş'ın “terör örgütü propagandası yapmaktan” dolayı ceza evinde olduğu açıklaması yapıldıktan sonra 7 Haziran

16 *taz*, Haber-16.

17 *taz*, Haber-3.

18 Örneğin; Türkçe haber içeriğinde Demirtaş'ın Edirne Cezaevi'nde kaldığı anlatılırken, Almanca haber içeriğinde aynı durum için “Hapishane Hücresi” (*Gefängniszelle*) ifadesi kullanılmıştır. Ayrıca Türkçe içerikle savcının Demirtaş'a yönelttiği suçlama “terör örgütü propagandası yapmak” olarak verilirken, Almanca haberde “yasadışı örgüt propagandası yapmak” (*Propaganda für eine illegale Organisation*) şeklinde verilmektedir. İki dildeki haber içeriklerinde kullanılan dilin farklılaşması sadece bunlarla sınırlı değildir. Almanca'da HDP, Kürt yanlısı sol parti (*prokurdisch-linken HDP*) olarak tanımlanırken, Türkçe haberde sadece HDP olarak verilmekte ve *taz*'in sıklıkla yaptığı gibi HDP ve Demirtaş konuşururken Kürtlerin sözcüsü olarak sunulmaktadır. İki farklı dildeki iki farklı okuyucu kitlesine hitap eden haber içeriğinin belli yerlerde, özellikle Alman okuyucusunun Türk siyaseti hakkında daha az fikir sahibi olduğu önermesinden yola çıkılacak olunursa, daha ayrıntılı verilmesi doğaldır. Ancak her iki haber dili karşılaştırıldığında farklılaşmanın yukarıda da gösterildiği üzere söylemi oluşturan kilit kavramlarda meydana geldiği göze çarpmaktadır.

2015 genel seçimlerinde Demirtaş'ın "Seni Başkan Yaptırmayacağız" sloganına yer verilmektedir. Almanca haber içeriğinde ise, önce Demirtaş'ın sloganına yer verilmesi ve bu sloganın halkta karşılık bularak AKP'nin tek başına iktidar olmasını engellediği anlatılmaktadır. Böylece haber içeriği olgusal olmaktan çok, Erdoğan'a yönelik "Seni Başkan Yaptırmayacağız" söyleminin halkta karşılık bulmasından dolayı Demirtaş'ın hapiste olmasına sebebiyet verdiği gibi bir söyleme dönüşmektedir. Türkçe haberde yer almayan "Bir Bahane Olarak Nevruz Kutlamalarındaki Konuşma" başlıklı son paragraf da bu söylemi destekler niteliktedir. Paragrafta, Demirtaş'a yöneltilen suçlamalardan birinin, 17 Mart 2013 tarihinde İstanbul'da yaptığı bir konuşmada "yasadışı örgüt propagandası" yapmak olduğu belirtilmektedir.

Gazetelerin sadece olguları bildiren yayın organları olmadıkları aşikârdır. Editörler, köşe yazarları ve gazeteciler doğal olarak politik duruşlarını, dünya görüşlerini ve değerlerini yaptıkları haberciliğe katarak yazılarını hazırlamaktadır (Entman, 1989, s. 31). Böylece kişiler de kendi değerlerini yansıttıkları haber organlarını takip etmektedir. Ancak gazetecilerin kendi değerlerini habere katmaları belli başlı asgari gazetecilik normlarıyla yakından ilişkilidir. Söz konusu Türkiye ve HDP olduğu zaman *taz*'ın bu normların sınırında dolaştığı dikkat çekmektedir. Bu duruma örnek olarak "Diktatörlükten Önceki Son Çıkış"<sup>19</sup> haberi verilebilir. HDP adayı Demirtaş'ın konuşturulduğu yazının giriş bölümünde, "Ya şimdi Erdoğan'ı düşürmeyi başarırız ya da on yıllık bir tek adam hâkimiyeti üzerimize gelecek" cümlesi doğrudan verilmektedir. Ancak bu cümlenin bir beyanatta mı yoksa röportajda mı verildiği okuyucuya aktarılmamaktadır. Ayrıca yazıyı kaleme alan yazar, bu açıklamayı yapan Demirtaş'ın 24 Haziran Genel Seçimleri'ni kısa ve doğru olarak özetlediği yargısında bulunmaktadır. Yazının devamında, dört muhalefet partisinin birleşmesi, ekonomik kriz ve Demirtaş'ın sol seçmeni mobilize etmesiyle iktidardaki Erdoğan'ın devrilmesine dair umutlu bir strateji belirtilmektedir. Bunun yanında Demirtaş'la yapılan "Ben Politik Bir Rehineyim"<sup>20</sup> başlıklı röportajın dili de yukarıda belirtilen duruma örnek gösterilebilir. Yapılan röportajda yöneltilen "Seçim sandıklarını olası sandık hilelerine karşı nasıl koruyacaksınız?" gibi sorular yargı barındırmaktadır.

### **Fotoğraflar**

Erdoğan, az sayıda fotoğrafla birlikte verilmekte ve genellikle tek başına, yön gösterici, duruma hâkim fotoğrafları kullanılmaktadır. Bir iktidar partisi milletvekilinin Suruç'u ziyareti sırasında ölen üç kişinin anlatıldığı "Kürt Kasabasında Üç Ölü"<sup>21</sup> başlıklı yazıda kullanılan fotoğraf, arka planda kalan Erdoğan'dan ziyade, elinde ağır silahı bulanan bıyıklı bir güvenlik görevlisi ile Erdoğan'ın korumasına odaklanmaktadır. Böylece Erdoğan, ölümlerden dolayı doğrudan suçlanmamakla birlikte, yazıda verilen fotoğrafla sorumluluğun adresi olarak gösterilmektedir.

*Tagesszeitung*, HDP ve Demirtaş'la ilgili yapılan haberlerde de iki ayrı yol izlemektedir. Haberlerin genellikle Demirtaş'la ilgili olduğu yerlerde mazlum, masum, tutuklu bulunmasına rağmen huzurlu, mağrur ve çok okuyan yalnız Demirtaş fotoğrafları kullanılmıştır.<sup>22</sup> HDP ile ilgili haberlerdeyse

19 *taz*, Haber-5.

20 *taz*, Haber-8.

21 *taz*, Haber-20.

22 *taz*, Haber-3, 8.

ellerinde ya da arka planda Demirtaş resimlerinin bulunduğu başı açık genç liberal<sup>23</sup> ya da geleneksel Kürt yerel kıyafetleri içerisinde başörtülü kadın fotoğrafları<sup>24</sup> yer almaktadır. Böylece sol Kürt hareketi olarak nitelendirilen HDP'nin içinde hem etnik unsurları hem de Batı'ya yakın liberal ve çağdaş kadını barındırdığı gösterilmektedir.

Diğer Cumhurbaşkanlığı adayları İnce ve Akşener fotoğraflarda genellikle arkalarında halk desteği görünen, dinamik ve sempatik olarak yer almaktadır.<sup>25</sup> Ancak dikkat çeken bir husus İnce'nin sıklıkla dini motif ve söylemlerle haberleştirilmesidir. Örneğin; İnce'nin adaylığının duyurulduğu "Muharrem İnce CHP'den Aday Oluyor"<sup>26</sup> başlıklı haberde "Tanrı'nın izniyle ve milletin isteğiyle 24 Haziran'da Cumhurbaşkanı seçileceğim" cümlesi İnce'den alıntılanmaktadır. Hatta haberde yer alan "Tanrı'nın izni"<sup>27</sup> ibaresi daha sonra İnce ile yapılan bir röportajın da başlığı olmaktadır. Öyle ki, İnce'nin Yunanistan'a yaptığı bir ziyarete dair haberde, haberin içeriğinde yer almamasına rağmen İnce'nin bir kabristan ziyaretinde dua ederken çekilmiş fotoğrafı haberin görseli olarak yer almaktadır.<sup>28</sup> *Tageszeitung*'un, Kemalist ve sosyal demokrat olarak tanımladığı CHP'nin adayı İnce'ye, haber içeriklerinde ve görsellerde dini motiflerle yer verilmesi bir yandan İnce'nin seçim boyunca dini değerlere yaptığı pozitif atıflarla ilgilidir. Diğer taraftan ise, *taz* yazarlarının Cumhurbaşkanı adaylarını kategorileştirdikleri, AKP-İslamcı muhafazakâr, MHP-ultra sağcı, CHP-Kemalist ve sosyal demokrat, İYİ Parti-sağ muhafazakâr ve HDP Kürt yanlısı sol benzeri sembollerle de alakalıdır. Haberlerde oluşturulan bu söylem göz önüne alındığında, HDP'nin solu temsil ettiği ve bu sebeple dini motiflerin onlara uzak olduğu söylenebilir. %10'luk seçim barajının da etkisiyle sol seçmene, CHP'nin dini motifleri kullanan, sola uzak ve oy verilemeyecek bir parti olduğu, Kürt olmasalar da sol seçmene yönelik HDP'nin solu temsil ettiğine dair bir söylem geliştirildiği gözlemlenmektedir.

### ***Süddeutsche Zeitung* ve Veriler**

*Tageszeitung*'a nazaran ideolojik olarak daha merkezde yer aldığı görülen SZ, konuyla ilgili daha az haber yayınlamıştır. İktidarda bulunmasından dolayı doğal olarak Erdoğan ve partisi haber sayısı bakımından başı çekmekle birlikte SZ ikinci önceliği CHP ve adayı Muharrem İnce'ye vermiştir. Bu durum sadece aşağıdaki Tablo 3'ten okunabilen haber sayısı ile ilgili değildir. SZ, neredeyse Erdoğan'ın fotoğrafları kadar İnce'nin de fotoğraflarına yer vermiştir. Ayrıca CHP ve İnce ile ilgili haberlerin derinliği ve detaylı olması da göz ardı edilmemesi gereken bir husustur. *Tageszeitung* söylemsel ağırlığı HDP ve Demirtaş'a verirken, SZ 24 Haziran Genel Seçimleri'ni CHP ve İnce üzerinden okumaktadır.

Erdoğan'la ilgili haberler genellikle erken seçim ilanı, seçim sırasında olağanüstü halin (OHAL) devamı ve Erdoğan'ın Almanya'da olası bir seçim kampanyası yapmasının yasaklanması yönünde

23 *taz*, Haber-17, 18.

24 *taz*, Haber-5, 14, 19.

25 *taz*, Haber-2, 6, 9, 22.

26 *taz*, Haber-4.

27 *taz*, Haber-9.

28 *taz*, Haber-13.

verilmiştir. Bunun yanında, “Erdoğan’ı Alt Etmesi Gereken Adam”<sup>29</sup>, “Savaşçı CHP Adayı Erdoğan’a Karşı Mücadeleye Giriyor”<sup>30</sup> ve “Erdoğan’ın Rakibi İzmir’e Milyonları Çekiyor”<sup>31</sup> gibi İnce’yle ilgili bazı haber başlıklarına bakıldığında, SZ’nin söylem dizisini kimin üzerinden oluşturduğu da ortaya çıkmaktadır. İnce’nin cumhurbaşkanlığı adaylığı resmileştikten sonra SZ’de çıkan haberlerin odağı, Almanya’da seçim kampanyası yasağı, OHAL ve Erdoğan olmaktan çıkıp CHP’nin adayına yönelmektedir. Muhalefetteki diğer partilere ise CHP ile ittifaka yönelik haberlerde yer verilmekte, muhalefetin çatı aday olmamasına rağmen haberlerden, Erdoğan’ın karşısındaki var olan muhalefet bloğunun tek adayının İnce olduğu genel izlenimi elde edilmektedir. Diğer muhalefet adaylarına oldukça az yer verilmesine rağmen Eski Cumhurbaşkanı Abdullah Gül’ün aday olmayacağı da kısıtlı haber sayısının arasında yer almıştır. “Erdoğan’a Karşı Bir Rakip Azaldı”<sup>32</sup> başlıklı yazıda, Erdoğan’ın giderek otoriterleştiği belirtilirken, Gül’ün diyalog ve uzmanlaşmadan yana olduğu, olası adaylığının uzmanlar tarafından umut vaat edici olarak değerlendirildiği aktarılmaktadır. Öne çıkan bu başlıklarda da görüldüğü üzere kullanılan dil, fotoğrafların seçimi ve desteklenen adayın farklılaşmasına rağmen SZ de söylemini Erdoğan’ın ve partisinin negatif bir dille haberleştirilerek eleştirilmesi ve Erdoğan’ın en ciddi rakibi görülen İnce’ye dair haberlerin pozitif aktarımı üzerine oluşturmaktadır.

Bu minvalde SZ’nin 24 Haziran Genel Seçimleri’ne yönelik haberleri incelendiğinde üç söylem dizisinin öne çıktığı görülmektedir. İlk söylem dizisi, muhalifleri hazırlıksız yakalamak ve böylece onlara karşı üstünlük sağlamak amacıyla Erdoğan tarafından erken seçim kararı alınmasıdır. 18 Nisan’da verilen erken seçim kararı haberinden bir gün sonra, Erdoğan’ın Almanya’da seçim çalışması yapmasına izin verilip verilmeyeceği yönünde Dışişleri Bakanı Heiko Mass’ın, 22 Haziran’da Türk siyasetçilerinin Almanya’da propaganda yapamayacakları yönündeki açıklamasına kadar seri halde yayınlanan yazılar ikinci söylem dizisini meydana getirmektedir. Üçüncü söylem dizisini ise Türkiye’deki mevcut OHAL durumu oluşturmaktadır.

**Tablo 3: Süddeutsche Zeitung’un Söylem Dizisini Oluşturan Veriler**

Cumhurbaşkanı Adayları Veya Parti İsimlerinin Geçtiği	Ak Parti ve Recep Tayyip Erdoğan	CHP ve Muharrem İnce	Saadet Partisi	HDP ve Selahattin Demirtaş	MHP	İYİ Parti ve Meral Akşener	Demokrat Parti	Diğer	Toplam
Haber Sayısı	9	3	1	-	-	1	-	-	14
Toplam Haber Sayısına Oranı	%64	%22	%7	-	-	%7	-	-	%100
Fotoğraf Sayısı	5	4	-	-	-	1	-	1	11
Toplam Fotoğraf Sayısına Oranı	%46	%36	-	-	-	%9	-	%9	%100

29 SZ, Haber-10.

30 SZ, Haber-11.

31 SZ, Haber-13.

32 SZ, Haber-8.

Fotoğraflardaki Temsil	Ciddi, Tek başına,	Coşkulu, Halk desteğini arkasına almış, Tarafsız başkan adayı, Hesap soran	-	-	-	-	-	-	-
Tanımlamalar	İslami Muhafazakâr, Otoriter, Otokrat	Sosyal demokrat, Kemalist	İslamcı Parti	Kürt yanlısı, Kürt Partisi	Aşırı Milliyetçi, Ultra milliyetçi, Kral yaratan adam	Milliyetçi Muhafazakâr, Sağcı Muhafazakâr, Sabit fikirli	-	-	-

### ***Erken Seçim Kararı***

SZ’de de çıkan haberlerin genelinde erken seçim konusunda yönlendirici yegâne kişinin, “Erdoğan Türkiye’de Erken Seçim İstiyor”<sup>33</sup> başlıklı yazının manşetinden de anlaşılacağı üzere Erdoğan olduğu okuyucuya aktarılmaktadır. Haber içeriğinde önerinin Bahçeli tarafından yapıldığı çok sonraları yer almaktadır. Haber içeriğinde, Alman Meclis Başkan Yardımcısı ve Yeşiller Partisi’nden Claudia Roth ve Hristiyan Demokrat Partisi’nden Jürgen Hardt konuşturularak OHAL’in devamı ve erken seçim kararının otoriter şekilde Erdoğan tarafından alınmasına karşın Almanya’nın yaptırımında bulunması gerektiği üzerine odaklanılmaktadır. Ertesi gün yayınlanan diğer bir haberde ise Bahçeli’nin erken seçimi talep etmesinin şüpheli bir koreografi gibi gözüktüğü, kararın Erdoğan tarafından alındığı değerlendirilmesinde bulunmaktadır. Aynı haberde iktidara muhalif bir gazeteden alıntı yapılarak erken seçimin “baskın seçim” kararı olduğu aktarılmaktadır. Abdullah Gül, Meral Akşener ve Kemal Kılıçdaroğlu gibi olası adayların tanıtıldığı ve HDP’nin önemli isimlerinin tutuklu bulunduğu aktarılan yazıda Muharrem İnce’nin adı geçmemektedir.<sup>34</sup>

Seçimleri Erdoğan’ın erkene aldıracağı<sup>35</sup> ve erken seçim kararıyla muhalefeti gafil avlamak istediği<sup>36</sup> SZ’de seçim dönemi boyunca devam eden söylemlerden biridir. *Tageszeitung*, erken seçim kararını olası ekonomik krizle bağdaştırırken SZ erken seçim kararını Erdoğan’ın muhalifleri “baskın seçim” ilanı ile gafil avlamak istemesiyle ilişkilendirmektedir.

33 SZ, Haber-1.

34 SZ, Haber-3.

35 SZ, Haber-9.

36 SZ, Haber-4.



### **Seçim Kampanyası Yasası**

*Tageszeitung*'da yer almayan Türk siyasetçilerinin Almanya'da seçim çalışması yapıp yapamayacakları, *SZ* için Türkiye'de seçimlerin erkene alınmasının yanında diğer önemli gündem maddelerinden birini oluşturmaktadır. Erken seçim kararının hemen arkasından "Türk Siyasilerin Almanya'daki Seçim Kampanyaları Hakkında Yeni Ayaklanma"<sup>37</sup> başlıklı bir yazı kaleme alınmıştır. Zamanın Başbakanı Erdoğan'ın konuşması için bir spor salonuna gelen kalabalığın ve başörtülü kadınların ön planda bulunduğu fotoğrafla birlikte yayınlanan haberde, CDU Genel Sekreteri Annegret Kramp-Karrenbauer ve Sosyal Demokrat Partili Burkhard Lischka gibi birçok Alman politikacının olası bir seçim kampanyasına karşı oldukları belirtilmektedir.

Türk siyasileri adı altında Erdoğan'ın Almanya'da düzenleyeceği olası bir seçim kampanyasının demokrasi, hukuk, adalet ve benzeri kavramlarla irtibatlanması sadece yukarıdaki habere özgü değildir. "Acilen Hayır Denmeli"<sup>38</sup> başlığıyla çıkan yazıda, Erdoğan'ın yargı kurumuna<sup>39</sup> ve gazetecilere tutumunun<sup>40</sup> anayasaya aykırı olduğu, bu sebeple de Almanya topraklarının Erdoğan tarafından propaganda sahnesi olarak istismar edilmemesi çağrısı yapılmaktadır. Militan demokrasinin "deliye tanınan özgürlük" anlamına gelmediği, toplumsal barışın, hukuk devletinin, insan haklarının ve demokrasinin korunması adına Türk Cumhurbaşkanı sınırlamalar getirilmesi gerektiği oldukça ciddi ve talepkâr bir şekilde belirtilmektedir. Kullanılan dil ve üslup yazıyı ideolojik bir manifestoya çevirmektedir. Dışişleri Bakanı Maas'ın, ülkelerindeki seçimlere üç aydan az süre kalan, AB üyesi olmayan üçüncü ülke siyasetçilerine Almanya'da seçim kampanyası yürütme yasası getiren düzenlemeyi yinelemesi üzerine<sup>41</sup>, *SZ*'de bu konuyla ilgili doğrudan haberler aniden kesilmiştir. Bu gelişme, medyanın söylemiyle oluşan gündemin, siyasetçileri nasıl etkilediğine dair önemli bir medya performansını da ortaya çıkarmaktadır.

### **Olağanüstü Hal**

*SZ*, Türkiye'de erken seçim ilanının yapıldığı gün yayınladığı haberinde Türkiye'nin siyasi durumuyla ilgili önemli bilgiler de vermektedir. Bu bilgiler arasında siyasi koalisyonların ve olası ittifakların aktörlerine dair bilgiler bulunduğu gibi OHAL'in, Türkiye'de yaşanan bir askeri darbe girişimi sonrasında ilan edildiğine dair de bilgiler de mevcuttur. Bunun yanında, Alman Meclis Başkan Yardımcısı ve Yeşiller Partisi üyesi Claudia Roth ve Hristiyan Demokrat Partisi'den Jürgen Hardt alıntılanarak OHAL'in devam etmesi halinde Alman Devleti'nin Türkiye'ye yaptırımlar uygulaması gerektiği aktarılmaktadır. Bu gibi başkalarına atıfla yönlendirici haberciliği bir önceki inceleme konusu olan *taz*'da da görmek mümkündür. *Tageszeitung*, genellikle Türkiye'den kişi ve yayın organlarına atıf yaparken *SZ* daha ziyade Alman ya da Avrupalı siyasetçilere ve kurumlara söz vermekte ya da "Acilen Hayır Denmeli"<sup>42</sup> başlıklı yazıda olduğu gibi onlara hitap etmektedir.

37 *SZ*, Haber-2.

38 *SZ*, Haber-4.

39 Yargı kurumuna yönelik ayrıntılı bir haber için bkz. *SZ*, Haber-12.

40 Medya ve gazetecilere yönelik yayınlanan başka bir haber için bkz. *SZ*, Haber-13.

41 *SZ*, Haber-6.

42 *SZ*, Haber-4.

Bir gün sonraki haberde<sup>43</sup> de OHAL'e yer verilmekte, CHP'li bir politikacıya atıf yapılarak OHAL durumunda adaletli bir seçimin yapılamayacağı aktarılmaktadır. Devamında bir Avrupa kurumu olan AB Komisyonu'na atfen, komisyonun Türkiye raporunda OHAL durumunun ciddi şekilde eleştirildiği ve OHAL'in kaldırılmasının talep edildiği belirtilmektedir.<sup>44</sup> İki saat sonra yayınlanan başka bir yazıda "OHAL Cumhurbaşkanı Yardımcı Olacak" alt başlığıyla birlikte Türkiye'deki OHAL durumuna daha fazla yer ayrılmıştır. Ayrıca yazıda, neden tutuklu bulduklarına dair hiçbir ayrıntı verilmeden Kürt yanlısı olarak nitelenen HDP genel başkanının ve önemli kurmaylarının hapiste oldukları belirtilerek Erdoğan'ın kaybetmesinin, rakiplerinin hızlı organize olup olamamalarına bağlanmaktadır. Yazı boyunca, Türk siyasi gündeminin olgusal tarifinden ziyade belli konuları kanıtlar ve arka plan bilgileri verilmesi yerine her şeye gücü yeten ve kontrol edebilen negatif bir Erdoğan portresinin çizilmesi tercih edilmiştir.

19 Nisan'da OHAL'in yedinci kez üç aylık bir dönem için uzatılmasının arkasından SZ'de OHAL'le doğrudan ilişkili haberlere son verilmiştir. Aynı durum Türk siyasilerin Almanyada seçim kampanyası yapmamalarına yönelik çıkan haberlerde de yaşanmış, dışişleri bakanı Maas'ın Alman hükümetinin yasağı işletmeye kararlı olduğu yönündeki açıklamasıyla SZ, bu konuda benzer haberler yapmayı bırakmıştır. Seçim kampanyası konusunda oluşturduğu gündem SZ açısından olumlu sonuçlanırken, OHAL'in devam etmesi halinde Alman devletinin Türkiye'ye yaptırımlar uygulanması yönündeki gündem oluşturma çabası sonuçsuz kalmıştır.

### **Fotoğraflar**

Haber sayısının azlığına bağlı olarak fotoğrafların sayısı da *taz*'dakilere nazaran daha azdır. Ancak SZ'de farklı olarak sadece Erdoğan, İnce, Akşener ve Gül'e yer verilmiş, Demirtaş'ın ise fotoğrafı kullanılmamıştır. SZ'nin hedef kitlesine uygun olarak kullanılan fotoğraflarda da sıradan halk yerine parti liderlerine yer verilmiştir.<sup>45</sup> Bu fotoğraflarda dikkat çeken önemli unsurlardan biri, *taz* ve SZ'nin 18 Nisan tarihli erken seçim haberlerinde Erdoğan'ın birebir aynı fotoğrafını kullanmasıdır. Erdoğan, kullanılan diğer fotoğraflarında ya yalnız ya da çevresinde bulunan az sayıdaki insandan tecrit ve özgüvenlidir. Erdoğan ve partisinin öne çıktığı ve Türk siyasilerin Almanyada seçim kampanyası yapmaması ile ilgili bir haberde kullanılan fotoğrafta, bir spor salonu dolusu insan gösterilmekte, ancak görselin odağında başörtülü kadınlar bulunmaktadır. Muharrem İnce'nin yer aldığı haberlerde ise, Erdoğan'ın aksine hem hesap soran, yalnız ve ciddi bir kişilik olarak hem de arkasında kimi zaman parti üyelerinin kimi zaman halkın desteğinin olduğunu anlatan kalabalıkların önünde lider pozisyonunda bulunduğu fotoğraflar seçilmiştir.

43 SZ, Haber-3.

44 SZ, Haber-2.

45 *Tageszeitung* analizinin fotoğraflar kısmında da belirtildiği üzere çok sayıda daha az "önemli" sıradan halkın fotoğraflarına yer verilmiştir.

## Sonuç

Araştırmanın başından itibaren her bir yayın organı hem kendi haber dili ve söylem dizisi üzerinden hem de karşılaştırmalı olarak analiz edilmiştir. Her yayın organı haber içeriklerini kendi ideolojik duruşu ile hitap ettiği ve etkilemek istediği okuyucu kitlesine göre düzenlemektedir. Farklı iki ideolojiye sahip *taz* ve *SZ*, yayınlarında farklı kişi ve kurumları söylemlerinin odağına almakta ve öne çıkarmaktadır. Bu durum *taz*'da Demirtaş ve HDP'nin öne çıkmasına yol açarken, *SZ*'de İnce ve CHP'nin odak noktasında yer almasını sağlamaktadır. Ancak iki yayın organının söylemlerinde ortak olan yegâne unsur Cumhurbaşkanı Erdoğan'a yöneltilen otoriterlik, insan hakları ihlalleri, tek adam iktidarı, hukuk sınırları dışına çıkma, demokrasiden uzaklaşma gibi suçlamalar ve yakıştırılan sıfatlardır. İncelemeye konu olan yayın organları için "dış öteki"yi, Erdoğan ve onun politikaları oluşturmaktadır. Erdoğan karşıtlığında ideolojilerinin farklılığına rağmen ortak bir dil ve söylem geliştirebilen iki kurum, destekledikleri muhalif hareketlerde ideolojik yönlerini ortaya koymaktadır. Ancak burada şaşırtıcı bir unsur etnik milliyetçiliği dışlayan enternasyonal bir ideolojiye mensup *taz*'ın Kürt yanlısı<sup>46</sup>, Kürt Solu Partisi<sup>47</sup> olarak tanımladığı etnik milliyetçiliğe dayalı bir partiyi söyleminin merkezine pozitif olarak almasıdır. Benzer şekilde Avrupa Birliği Bakanlar Konseyi kararıyla<sup>48</sup> terör listesine alınmış PKK Terör Örgütü mensuplarına *taz*'da Kürt gerillası<sup>49</sup> olarak yer verilmektedir. Böylece, bir yandan Türkiye'de siyasi durumun Avrupa değerlerine ve AB normlarına aykırı bir yönde seyrettiği yönünde yargı içeren haberlere yer verilirken, diğer yandan AB'nin en üst kurumlarından birinin aldığı karar görmezden gelinmektedir. *Tageszeitung*, Türkiye'deki duruma yönelik haber yaparken, *SZ* daha politik söyleme girerek Alman hükümetinden, Türk siyasilerinin Almanya'da seçim kampanyası yürütmelerinin engellenmesini doğrudan talep etmektedir.

Türkiye'ye yönelik haberler irdelendiğinde dikkat çeken bir diğer nokta ise, *taz*'ın hedef kitlesinin çoğu zaman Türkçe okuyabiller de dâhil genel okuyucu kitlesi iken, *SZ*'nin hedef kitlesinin daha çok politika yapıcılar ve siyasi kurumlar olduğu görülmektedir. *Tageszeitung*, haberlerinde yayın kurulunun gözlüğüyle de olsa okuyucuyu bilgilendirmeyi amaçlarken, *SZ*'nin daha çok politik gündem yaratıp siyasileri politik konularda yönlendirmeye çalıştığı gözlemlenmektedir. Her iki gazetenin de ortak olduğu nokta Erdoğan karşıtlığıdır. Destekledikleri adaylar konusunda ise *taz*'da HDP ve Demirtaş ön plana çıkarken, *SZ*'de, CHP ve İnce'nin adaylığı önemli yer bulmaktadır. Seçim sürecine yaklaşımları ise birbirinden oldukça farklıdır. *SZ* için OHAL durumunun devam etmesi ve seçim kampanyası yasağı en önemli söylemi oluştururken, *taz* ekonomik kriz ve Demirtaş'ın tutuklu olması üzerinden söylemini kurmaktadır.

Bu veriler ışığında değerlendirilecek olursa, gündemi oluşturmaya gayret eden yayın organlarının objektiflik bir yana kendi ideolojik duruşları ve yayın ilkeleri doğrultusunda bile habercilik yap(a) madıkları gözlenmektedir. Alman siyasi hayatında popüler hale gelen Müslüman ve Erdoğan karşıtlığı farklı kutuplardaki medya organlarını birleştiren yegâne unsur olarak ortaya çıkmaktadır. Böylece halen aydınlanmanın evrensel ilkelerini savunduğunu iddia eden kişi ve kurumların, konjonktürel

46 *taz*, Haber-8.

47 *taz*, Haber-17.

48 Kararın tam metni için bakınız; "Bechluss (GASP) 2017/1426 DES RATES vom 4. August 2017", 2017.

49 *taz*, Haber-16.

etkilerle nasıl kolayca dost/düşman ayırımına giderek ötekinin karşısında konumlandıkları

görüşlerini homojenleştirdikleri görülmektedir.

### Tageszeitung Haber Listesi

Haber No	Başlık	Tarih	Erişim Linki
1	Erdoğan's Ablenkungsstrategie	18.04.2018	<a href="https://www.taz.de/Archiv-Suche!/5497090&amp;s=T%C3%BCrkei%2Bt%C3%BCrkei/">https://www.taz.de/Archiv-Suche!/5497090&amp;s=T%C3%BCrkei%2Bt%C3%BCrkei/</a>
2	Kemalisten kuscheln mit Nationalisten	23.04.2018	<a href="https://www.taz.de/Archiv-Suche!/5500897&amp;s=T%C3%BCrkei%2Bt%C3%BCrkei/">https://www.taz.de/Archiv-Suche!/5500897&amp;s=T%C3%BCrkei%2Bt%C3%BCrkei/</a>
3	Der meistgehasste Widersacher	30.04.2018	<a href="https://www.taz.de/Archiv-Suche!/5502244&amp;s=T%C3%BCrkei%2Bt%C3%BCrkei/">https://www.taz.de/Archiv-Suche!/5502244&amp;s=T%C3%BCrkei%2Bt%C3%BCrkei/</a>
4	Muharrem İnce tritt für die CHP an	04.05.2018	<a href="https://www.taz.de/Archiv-Suche!/5503603&amp;s=T%C3%BCrkei%2Bt%C3%BCrkei/">https://www.taz.de/Archiv-Suche!/5503603&amp;s=T%C3%BCrkei%2Bt%C3%BCrkei/</a>
5	Letzte Ausfahrt vor der Diktatur	06.05.2018	<a href="https://www.taz.de/Archiv-Suche!/5500668&amp;s=T%C3%BCrkei%2Bt%C3%BCrkei/">https://www.taz.de/Archiv-Suche!/5500668&amp;s=T%C3%BCrkei%2Bt%C3%BCrkei/</a>
6	Opposition bildet Parteienallianz	06.05.2018	<a href="https://www.taz.de/Archiv-Suche!/5503697&amp;s=T%C3%BCrkei%2Bt%C3%BCrkei/">https://www.taz.de/Archiv-Suche!/5503697&amp;s=T%C3%BCrkei%2Bt%C3%BCrkei/</a>
7	Sağlam duracağız, AKP gidecek	08.05.2018	<a href="https://www.taz.de/Archiv-Suche!/5503624&amp;s=Tunca%2B%C3%96%C4%9Freten/">https://www.taz.de/Archiv-Suche!/5503624&amp;s=Tunca%2B%C3%96%C4%9Freten/</a>
8	Ich bin eine politische Geisel	08.05.2018	<a href="https://www.taz.de/Archiv-Suche!/5501487&amp;s=T%C3%BCrkei%2Bt%C3%BCrkei/">https://www.taz.de/Archiv-Suche!/5501487&amp;s=T%C3%BCrkei%2Bt%C3%BCrkei/</a>
9	“Mit Gottes Erlaubnis”	23.05.2018	<a href="https://www.taz.de/Archiv-Suche!/5507354&amp;s=T%C3%BCrkei%2Bt%C3%BCrkei/">https://www.taz.de/Archiv-Suche!/5507354&amp;s=T%C3%BCrkei%2Bt%C3%BCrkei/</a>
10	Schalt den Fernseher aus	24.05.2018	<a href="https://www.taz.de/Archiv-Suche!/5508124&amp;s=T%C3%BCrkei%2Bt%C3%BCrkei/">https://www.taz.de/Archiv-Suche!/5508124&amp;s=T%C3%BCrkei%2Bt%C3%BCrkei/</a>
11	Kursverluste im Stundentakt	24.05.2018	<a href="https://www.taz.de/Archiv-Suche!/5508104&amp;s=T%C3%BCrkei%2Bwahlen/">https://www.taz.de/Archiv-Suche!/5508104&amp;s=T%C3%BCrkei%2Bwahlen/</a>
12	Erdoğan kriegt die Wirtschaftskrise	24.05.2018	<a href="https://www.taz.de/Archiv-Suche!/5504443&amp;s=T%C3%BCrkei%2Bt%C3%BCrkei/">https://www.taz.de/Archiv-Suche!/5504443&amp;s=T%C3%BCrkei%2Bt%C3%BCrkei/</a>
13	Griechenlands Angst vorm Nachbarn	04.06.2018	<a href="https://www.taz.de/Archiv-Suche!/5507640&amp;s=T%C3%BCrkei%2Bchp/">https://www.taz.de/Archiv-Suche!/5507640&amp;s=T%C3%BCrkei%2Bchp/</a>
14	Aus der Kantine ins Parlament	05.06.2018	<a href="https://www.taz.de/Archiv-Suche!/5510918&amp;s=T%C3%BCrkei%2Bt%C3%BCrkei/">https://www.taz.de/Archiv-Suche!/5510918&amp;s=T%C3%BCrkei%2Bt%C3%BCrkei/</a>
15	Erdoğan ist kein frommer Mann	06.06.2018	<a href="https://gazete.taz.de/article/?article=!5509854">https://gazete.taz.de/article/?article=!5509854</a>
16	Krieg als Mittel im Wahlkampf	06.06.2018	<a href="https://www.taz.de/Archiv-Suche!/5507860&amp;s=T%C3%BCrkei%2Bt%C3%BCrkei/">https://www.taz.de/Archiv-Suche!/5507860&amp;s=T%C3%BCrkei%2Bt%C3%BCrkei/</a>
17	Kurdischer Stachel in Erdoğan's Fleisch	08.06.2018	<a href="https://www.taz.de/Archiv-Suche!/5509039&amp;s=t%C3%BCrkei/">https://www.taz.de/Archiv-Suche!/5509039&amp;s=t%C3%BCrkei/</a>
18	Auf Stimmenfang gegen Erdoğan	10.06.2018	<a href="https://www.taz.de/Archiv-Suche!/5511940&amp;s=t%C3%BCrkei/">https://www.taz.de/Archiv-Suche!/5511940&amp;s=t%C3%BCrkei/</a>
19	Die Stimmen, die entscheiden werden	15.06.2018	<a href="https://www.taz.de/Archiv-Suche!/5510798&amp;s=t%C3%BCrkei/">https://www.taz.de/Archiv-Suche!/5510798&amp;s=t%C3%BCrkei/</a>
20	Drei Tote in kurdischer Kleinstadt	15.06.2018	<a href="https://www.taz.de/Archiv-Suche!/5510803&amp;s=t%C3%BCrkei/">https://www.taz.de/Archiv-Suche!/5510803&amp;s=t%C3%BCrkei/</a>
21	Wollt ihr zurück zur alten Türkei?	15.06.2018	<a href="https://www.taz.de/Archiv-Suche!/5513298&amp;s=t%C3%BCrkei/">https://www.taz.de/Archiv-Suche!/5513298&amp;s=t%C3%BCrkei/</a>
22	Schnaubart gegen Vollbart	20.06.2018	<a href="https://www.taz.de/Archiv-Suche!/5514947&amp;s=wahlen/">https://www.taz.de/Archiv-Suche!/5514947&amp;s=wahlen/</a>

## Süddeutsche Zeitung Haber Listesi

Haber No	Başlık (Türkçe-Almanca)	Tarih	Erişim Linki
1	Erdogan will vorgezogene Wahlen in der Türkei	18.04.2018	<a href="http://www.sueddeutsche.de/news/politik/wahlen-erdogan-will-vorgezogene-wahlen-in-der-tuerkei-dpa.urn-newsml-dpa-com-20090.101.180418-99-947580">http://www.sueddeutsche.de/news/politik/wahlen-erdogan-will-vorgezogene-wahlen-in-der-tuerkei-dpa.urn-newsml-dpa-com-20090.101.180418-99-947580</a>
2	Neue Unruhe um Wahlkampf türkischer Politiker in Deutschland	19.04.2018	<a href="http://www.sueddeutsche.de/news/politik/konflikte-neue-unruhe-um-wahlkampf-tuerkischer-politiker-in-deutschland-dpa.urn-newsml-dpa-com-20090.101.180419-99-966122">http://www.sueddeutsche.de/news/politik/konflikte-neue-unruhe-um-wahlkampf-tuerkischer-politiker-in-deutschland-dpa.urn-newsml-dpa-com-20090.101.180419-99-966122</a>
3	Erdoğan's Gegner straucheln	19.04.2018	<a href="http://www.sueddeutsche.de/politik/tuerkei-erdoans-gegner-straucheln-1.3951514">http://www.sueddeutsche.de/politik/tuerkei-erdoans-gegner-straucheln-1.3951514</a>
4	Nein tut not	20.04.2018	<a href="http://www.sueddeutsche.de/politik/erdoan-nein-tut-not-1.3952780">http://www.sueddeutsche.de/politik/erdoan-nein-tut-not-1.3952780</a>
5	Erdogan: Ausnahmezustand könnte bis nach Wahlen andauern	21.04.2018	<a href="http://www.sueddeutsche.de/news/politik/wahlen-erdogan-ausnahmezustand-koennte-bis-nach-wahlen-andauern-dpa.urn-newsml-dpa-com-20090.101.180421-99-991241">http://www.sueddeutsche.de/news/politik/wahlen-erdogan-ausnahmezustand-koennte-bis-nach-wahlen-andauern-dpa.urn-newsml-dpa-com-20090.101.180421-99-991241</a>
6	Erdogan will Wahlkampf im Ausland – Maas bekräftigt Verbot	22.04.2018	<a href="http://www.sueddeutsche.de/news/politik/konflikte-erdogan-will-wahlkampf-im-ausland--maas-bekraeftigt-verbot-dpa.urn-newsml-dpa-com-20090.101.180422-99-04033">http://www.sueddeutsche.de/news/politik/konflikte-erdogan-will-wahlkampf-im-ausland--maas-bekraeftigt-verbot-dpa.urn-newsml-dpa-com-20090.101.180422-99-04033</a>
7	Türkischer Außenminister will offenbar Rede in Solingen halten	23.04.2018	<a href="http://www.sueddeutsche.de/politik/tuerkische-praesidentenwahl-tuerkischer-aussenminister-will-rede-in-solingen-halten-1.3956239">http://www.sueddeutsche.de/politik/tuerkische-praesidentenwahl-tuerkischer-aussenminister-will-rede-in-solingen-halten-1.3956239</a>
8	Erdoğan hat einen Gegner weniger	28.04.2018	<a href="http://www.sueddeutsche.de/politik/wahlen-in-der-tuerkei-erdoan-hat-einen-gegner-weniger-1.3961039">http://www.sueddeutsche.de/politik/wahlen-in-der-tuerkei-erdoan-hat-einen-gegner-weniger-1.3961039</a>
9	AKP stellt Erdogan als Kandidaten für Präsidentenwahl auf	03.05.2018	<a href="http://www.sueddeutsche.de/news/politik/wahlen-akp-stellt-erdogan-als-kandidaten-fuer-praesidentenwahl-auf-dpa.urn-newsml-dpa-com-20090.101.180503-99-154743">http://www.sueddeutsche.de/news/politik/wahlen-akp-stellt-erdogan-als-kandidaten-fuer-praesidentenwahl-auf-dpa.urn-newsml-dpa-com-20090.101.180503-99-154743</a>
10	Der Mann, der Erdoğan schlagen soll	04.05.2018	<a href="http://www.sueddeutsche.de/politik/tuerkei-der-mann-der-erdoan-schlagen-soll-1.3967817?reduced=true">http://www.sueddeutsche.de/politik/tuerkei-der-mann-der-erdoan-schlagen-soll-1.3967817?reduced=true</a>
11	Kämpferischer CHP-Kandidat tritt gegen Erdogan an	04.05.2018	<a href="https://www.sueddeutsche.de/news/politik/wahlen-kaempferischer-chp-kandidat-tritt-gegen-erdogan-an-dpa.urn-newsml-dpa-com-20090.101.180504-99-170052">https://www.sueddeutsche.de/news/politik/wahlen-kaempferischer-chp-kandidat-tritt-gegen-erdogan-an-dpa.urn-newsml-dpa-com-20090.101.180504-99-170052</a>
12	Ein Land als Gerichtssaal	14.06.2018	<a href="http://www.sueddeutsche.de/politik/wahlkampf-in-der-tuerkei-ein-land-als-gerichtssaal-1.4014851">http://www.sueddeutsche.de/politik/wahlkampf-in-der-tuerkei-ein-land-als-gerichtssaal-1.4014851</a>
13	Erdogans Herausforderer zieht Millionenpublikum in Izmir an	22.06.2018	<a href="https://www.sueddeutsche.de/news/politik/wahlen-erdogans-herausforderer-zieht-millionenpublikum-in-izmir-an-dpa.urn-newsml-dpa-com-20090.101.180622-99-832611">https://www.sueddeutsche.de/news/politik/wahlen-erdogans-herausforderer-zieht-millionenpublikum-in-izmir-an-dpa.urn-newsml-dpa-com-20090.101.180622-99-832611</a>
14	Was das neue Präsidialsystem für Veränderungen bringt	22.06.2018	<a href="http://www.sueddeutsche.de/politik/wahlen-in-der-tuerkei-was-das-neue-praesidialsystem-fuer-veraenderungen-bringt-1.4023748">http://www.sueddeutsche.de/politik/wahlen-in-der-tuerkei-was-das-neue-praesidialsystem-fuer-veraenderungen-bringt-1.4023748</a>

## Kaynakça

Aksoy, S. Z. (2009). The prospect of Turkey's EU membership as represented in the British newspapers the Times and the Guardian 2002-2005. *Journal of European Studies* 39(4), 469-506.

Beschluss (GASP) 2017/1426 DES RATES vom 4. August 2017. (t.y.). *European Commission*. 30.08.2017 tarihinde <https://eurlex.europa.eu/legalcontent/DE/TXT/>

- HTML/?uri=CELEX:32017D1426&from=de#ntr1L\_2017204DE.01009501-E0001 adresinden edinilmiştir.
- Bezci, B. (2017). Avrupada göç politikaları, İslamofobi ve aşırı ağırlık yükselişi. B. Bezci, S. Tauscher ve F. Topal (Haz.), *Avrupada göç ve İslamofobi* içinde (s. 1-19). Sakarya: Sakarya Üniversitesi Yayınları.
- Blatter, J., Langer, C. P. ve Wagemann, C. (2018). *Qualitative methoden in der politikwissenschaft*. Wiesbaden: Springer VS.
- Cohen, B. C. (1963). *The press and foreign policy*. New Jersey: Princeton University Press.
- Entman, R. M. (1989). *Democracy without citizens*. New York: Oxford University Press.
- Entman, R. M. (1993). Framing Toward Clarification of a Fractured Paradigm. *Journal of Communication*, 43(5), 51-58.
- Damals... Wie alles began. (t.y.). *Tageszeitung*, 16.07.2018 tarihinde <http://www.taz.de/1977---1986/!109039/> adresinden edinilmiştir.
- De Vreese C. H. ve Boomgaarden H. G. (2006). Media effects on public opinion about the enlargement of the European Union. *Journal of Common Market Studies*, 44(2), 419-436.
- Die gesamte SZ im Netz. (t.y.). *Süddeutsche Zeitung*, 17.07.2018 tarihinde <https://sz-media.sueddeutsche.de/de/digital/szde-profil.html> adresinden edinilmiştir.
- Die taz wird Genossenschaft. (t.y.). *Tageszeitung*, 16.07.2018 tarihinde <http://www.taz.de/1987---1996/!110631/> adresinden edinilmiştir.
- Entman, R. M. (1989). *Democracy without citizens*. New York: Oxford University Press.
- Fairclough, N. (1992). *Discourse and social change*. Cambridge, Polity Press.
- Fairclough, N. (1995). *Critical discourse analysis: The critical study of language*. London: Longman.
- Fairclough, N. ve Wodak R. (1997). Critical discourse analysis. Teun van Dijk (Ed.), *Discourse as social interaction* içinde (s. 258-284). London: SAGE.
- Foucault, M. (1981). *Archäologie des wissens*. Baden Baden: Suhrkamp Verlag.
- Geschichte des Süddeutschen Verlages. (t.y.). *Süddeutsche Zeitung*, 17.07.2018 tarihinde <http://www.sueddeutscher-verlag.de/info/facts/geschichte> adresinden edinilmiştir.
- Giddens, A. ve Sutton, W. P. (2013). *Sosyoloji*. Mesut Şenol (Çev.) İstanbul: Kırmızı Yayınları.
- Habermas, J., (2014). *Kamusallığın yapısal dönüşümü*. T. Bora, Mithat Sancar (Çev.) İstanbul: İletişim Yayınları.
- Heiser, P. (2018), *Meilensteine der qualitativen Sozialforschung, Eine Einführung entlang klassischer Studien*. Wiesbaden: Springer.
- Jäckle, S. (Ed.). (2017). *Neue Trends in den sozialwissenschaften innovative techniken für qualitative und quantitative forschung*. Wiesbaden: Springer.
- Jäger, S. (2006). Diskurs und wissen. theoretische und methodische aspekte einer kritischen diskurs und dispositivanalyse. R. Keller, A. Hirsland, W. Schneider ve Viehöver W. (Ed.) *Handbuch Sozialwissenschaftliche Diskuranalyse. Band 1: Theorien und Methoden* içinde (s. 81-112). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Kim S. H., Scheufefe D. A. ve Shanahan J. (2002). Think about it this way: Attribute agenda-setting function of the press and the public's evaluation of a local issue. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 79(1), 7-25.
- Koening, T., Mihelj, S., Downey, J. ve Gencel Bek, M. (2006). Media framing of the issue of Turkish accession to the EU: A European or national process? *Innovations*, 19(3), 149-169.
- Lune, H. ve Berg, B. L. (2017). *Qualitative research methods for social sciences*. Essex: Pearson Education Limited.

- Madeker, E. (2008). *Türkei und europäische Identität, Eine wissenssoziologische Analyse der Debatte um den EU-Beitritt*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Maigret, E. (2014). *Medya ve iletişim sosyolojisi*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- McCombs, N. ve Shaw D. L. (1976). The agenda-setting function of mass media. *The Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176-187.
- Negrine, R., Kejanlioglu, B., Aissaoui, R. ve Papatthanassopoulos, S. (2008). Turkey and the European Union: An analysis of how the press in four countries covered Turkey's bid for accession in 2004. *European Journal of Communication*, 23(1), 47-68.
- Schneeberger, A. I. (2009). Constructing European identity through mediated difference: A content analysis of Turkey's EU accession process in the British press. *Journal of Media and Communication*, 1(1), 83-102.
- Tauscher, S. (2017). Almanya'da aşırı sağ hareketler ve medyanın suçlu göçmen söyleminin resmi belgeler ışığında incelenmesi. *Göç Dergisi*, 4(2), 201-226.
- Tekin, B. Ç. (2008). The construction of Turkey's possible EU membership in French political discourse. *Discourse and Society*, 19(2), 727-763.
- Tekin, B. Ç. (2010). *Representations and other in discourses: The construction of Turkey in the EU context*. Philadelphia: John Benjamins.
- Unternehmensleitbild. (t.y.). *Süddeutsche Zeitung*, 17.07.2018 tarihinde <http://www.sueddeutscher-verlag.de/info/facts/portrait> adresinden edinilmiştir.
- van Dijk, T. A. (1989). Mediating racism: The role of the media in the reproduction of racism. Ruth Wodak (Ed.), *Language, power and ideology* içinde (s. 199-226). Amsterdam: John Benjamins.
- Walter, J. ve Albert M. (2009). Turkey on the European doorstep: British and German debates about Turkey in the European communities. *Journal of International Relations and Development*, 12(3), 223-250.
- Wir über uns. (t.y.). *Tageszeitung*, 16.07.2018 tarihinde <http://www.taz.de/!106557/> adresinden edinilmiştir.
- Yardım, M. (2017). Aşırı sağ ve çokkültürlük: Avrupa'da ötekileştirilen "göçmenler", *Akademik İncelemeler Dergisi*, 1(2), 217-234.
- Zaller, J. (1992). *The nature and origins of mass media*. New York: Cambridge University Press.

## A Critical Discourse Analysis of German Media: 24 June 2018 General Elections of Turkey

Soner TAUSCHER\*  
Osman ERDOĞDU\*\*  
Şebnem KORKMAZ\*\*\*

In his book *The Press and Foreign Policy*, Bernard Cohen (Cohen, 1963) pointed out how the press can affect how people think and therefore affect the foreign policy of the state. In accordance with what Cohen pointed, Maxwell McCombs and Donald Shaw (McCombs and Shaw, 1972, s.176; Maigret, 2014) created Agenda Setting Theory. They stated that the press can set the agenda by simply hiding certain news and constantly giving voice to the ones that suits them. Media can influence the policy making process by simply repeating certain news with a same discourse (Zaller, 1992; Kim et al., 2006; Van Dijk, 1989). Claes De Vreese and Hajo Boomgarden's study on the media's handling of European Union's enlargement issue shows that medias handling had effect on citizens opinion on the issue (De Vreese&Boomgarden, 2006). Furthermore, in his book *Democracy without Citizens* Robert Entman further pointed while journalists and other media workers add their opinions to the news they cover, people also tend to follow media outlets that are in accord with their political ideology, thus enhancing the agenda setting power of the media further (Entman, 1989, s. 31). On the other hand, Jürgen Habermas claimed media's agenda is not only created by political concerns, but also on economic concerns, so in accord with what Entman said media can create an agenda to appeal large political groups even for the sole purpose of economic benefits (Habermas, 2004). Anthony Giddens and Philip Sutton created a four type reader and media relationship model based on the reader attitude (Giddens and Sutton, 2013).

Starting from 2002 events like Arab Spring, Refugee Crisis, and AK Party's 16 years unbroken success and rise of Turkish President Recep Tayyip Erdoğan as a leading political figure in the

---

\* Research Assistant, Sakarya Üniversitesi, Diaspora Araştırmaları Merkezi, Sakarya, Türkiye, sonert@sakarya.edu.tr. Orcid ID: 0000-0001-7310-5661

\*\* PhD Candidate, Sakarya Üniversitesi, Diaspora Araştırmaları Merkezi, Sakarya, Türkiye, osman.erdogdu@ogr.sakarya.edu.tr. Orcid ID: 0000-0003-3601-3703

\*\*\* Graduate student, Sakarya Üniversitesi, Diaspora Araştırmaları Merkezi, Sakarya, Türkiye, sebnem-korkmaz@outlook.com. Orcid ID: 0000-0003-4830-3118



region have made Turkey the most important country in the region for the Europe and brought the attention of the European media on Turkey. Furthermore, the economic and political turmoil and the rising far-right in Europe also emphasized Turkey's EU ascension process and the refugee crisis (Yardımlı, 2017; Tauscher, 2017; Bezci, 2017). For these reasons there have been many research about the discourse created on Turkey's relations with Europe (Koenig et al., 2006; Madeker, 2008; Negrine et al., 2008; Schneeberg, 2009; Aksoy, 2009; Walter and Albert, 2009). This article will take the German daily newspapers *Tageszeitung* and *Süddeutsche Zeitung* to analyze their coverage of latest elections in Turkey and to show the discourse on Turkey and leading political figures and issues in Turkey. Those two newspapers were chosen to see the discourse of the German left on Turkey as they represent the liberal and the radical wings of the left.

Although appearing recently, Critical Discourse Analysis has become one of the most effective methodologies which can examine the relations between the discourse and identity creation (Fairclough and Wodak, 1997; Fairclough, 1992; Fairclough, 1995), such as the creation of the friend and enemy dichotomy which constitutes the heart of national identity creation (Blatter et al., 2018, s. 123). Furthermore, by examining the discourse created in the news, the critical discourse analysis can study the relations between power, language and discourse which were underlined by Michel Foucault (Foucault, 1981). For this ability, critical discourse analysis found use in many disciplines for itself. There are several approaches to the critical discourse analysis (Heiser, 2018; Lune and Berg, 2017; Jäckle, 2017), here this article will use Siegfried Jäger's six-point approach in its analysis (Jäger, 2006). First, the news related to the Turkish elections between 18 April and 24 June were scanned according to a set of keywords. News that contained keywords were evaluated and sorted according to the discourse pattern and the news archive was picked. Conclusions over how each newspaper was covering Turkey's political actors and Turkish democracy were made by analyzing how each newspaper covered the 24 June Turkish elections according to their own respective discourse chains via the patterns and similarities in their own and with other newspaper. From the initial 84 news on the issue, 50 news were chosen for the analysis. After a careful examination discourses created by both newspaper were given separately and in comparison with a separate analysis of the images used on the news.

Each newspapers discourse analysis was made on the discourses created through their news and the images they used in their news. There it was seen that both newspapers shared some similar discourses, but the details of their discourses were different from each other. While both newspapers focused on the announcement of early elections, *Süddeutsche Zeitung* focuses on state of emergency whereas *Tageszeitung* linked the early elections with the economic crisis. Another similarity was on the images they used, both newspapers used images where Erdogan is authoritative and alone to support the negative discourse on him. Yet, again the opposition images were different from each other. While *Tageszeitung* depicted the HDP as people's choice, *Süddeutsche Zeitung* gave that spot to the CHP. On the other hand, the CHP which was covered as social democrat by the *Süddeutsche Zeitung* was depicted with religious hints in the *Tageszeitung* over and over again. However, after this initial similarity their discourses totally changes. The *Süddeutsche Zeitung* focuses on the how and why Turkish electoral campaign shall be banned in Germany and totally neglects the HDP in

its news while focusing on the CHP and the AK Party. Tageszeitung on the other hand focuses on economy and the HDP while creating a discourse depicting the election as a total struggle between the HDP and the AK Party. From the language they use to cover the election, it is clear that while the Süddeutsche Zeitung wrote for German policy makers, the Tageszeitung wrote for the commoners. Through the critical discourse analysis of the discourses of the both newspapers, it was found that German media institutions were not reluctant to go beyond their ideological stances or even contradict themselves to create that discourse. The Tageszeitung simultaneously criticizes the AK Party for acting out of the EU defined freedom of speech and political rights, while at the same time it avoids to name the PKK, a terrorist organisation which is also categorized by the EU as terrorist a terrorist organisation. In a similar fashion, the Süddeutsche Zeitung never bases its request for a ban on Turkish political campaign on the German laws, while at the same time criticises the state of emergency as undemocratic and against political freedom.

# Teknolojik Gelişmelerin Habercilik Uygulamaları Üzerine Etkileri: Türkiye’de Drone Haberciliği

The Effects of Technological Developments on Journalism Practices: Drone Journalism in  
Turkey

**Emrah BUDAK\***

## Öz

Gökyüzünden çekilen görüntülerin haber odalarında işlenmesiyle habercilik alanına yeni bir soluk getiren drone’lar, gazetecilik pratiğinde yaygın bir hale gelmektedir. Drone’lar bulunduğu konum nedeniyle geleneksel kameraların yakalayamayacağı birçok görüntüyü kaydedebilme olanağına sahiptir. Dünyada habercilik alanında kendisini kabul ettiren drone’lar Türkiye’de de bir gazetecilik uygulaması olarak yaygınlık kazanmaktadır. Bu çalışmada, drone haberciliğinin Türkiye’deki gelişim süreci incelenerek haber kuruluşlarındaki muhabirler için ifade ettiği anlam ve haber toplamadaki kullanımı araştırılmıştır. Çalışmada ulusal anlamdaki haber ajansları olan Anadolu Ajansı, Demirören Haber Ajansı, İhlas Haber Ajansı’nın habercilikte drone kullanım pratikleri incelenmiştir. Haber kuruluşlarında drone kullanan muhabirlerle yapılandırılmış görüşmeler yapılarak, betimsel analiz yöntemi neticesinde drone haberciliğinin günümüzdeki mevcut durumu ve gelecekte gazetecilikle ilişkisinin ne yönde olacağı ortaya konulmaya çalışılmıştır. Bu bağlamda elde edilen bulgularda drone’un Türkiye’de habercilik alanında gündem güne ağırlığını artırdığı, habercilik alanında oldukça olumlu katkılar sağladığı görülmüştür. Olumlu katkılarının yanı sıra drone’un güvenlik ve etik gibi konularda problemler çıkarabileceği ihtimali üzerinde de durulmuştur.

**Anahtar Kelimeler:** Drone, Drone Haberciliği, Yeni Medya, Yeni İletişim Teknolojileri, İnsansız Hava Araçları

## Abstract

The drones that breathe new life into the field of journalism by processing the images taken from the sky in the news rooms have become more common in journalism practice. Drones have the ability to record many images due to their location that conventional cameras can not capture. The drones which

---

\* Arş. Gör., Akdeniz Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Antalya, Türkiye, bdkemrah78@gmail.com. Orcid ID: 0000-0001-6896-7558

has established itself in the field of journalism worldwide, has also become gained prevalence in Turkey as a journalism practice. This study examined the development process of drone journalism in Turkey; what means the drone journalism for the news reporters and the use of drone journalism in news gathering. In this context the usage practice of drone journalism of national news agencies Anadolu Agency, Demirören News Agency and İhlas News Agency has been investigated. A structured interview has been conducted with the reporters using the drone in the news organizations and the relationship between the current situation of drone journalism and the future of journalism has been tried to be explained by the descriptive analysis method. According to the findings obtained from the study, the drone become more effective in Turkey's news institutions and has been shown to provide a very positive contribution to the field of journalism. In addition to the positive contributions, the possibility of drone being able to raise problems in security and ethics is also emphasized.

**Keywords:** Drone, Drone Journalism, New Media, New Communication Technologies, Unmanned Air Vehicles

## Giriş

İletişim teknolojilerinin gelişmesiyle birlikte medyadaki habercilik anlayışı da değişmeye başlamıştır. Habercilik alanındaki yaşanan değişimlerden biri drone'ların haber toplama süreçlerine dâhil olmasıdır. Askeri amaçlar için kullanılmaya başlanan drone'lar (Tremayne ve Clark, 2014; Corcoran, 2014, s. 8; Ntalakas, Dimoulas, Kalliris ve Veglis, 2017, s. 188; Chapa, 2013) son yıllarda habercilik pratiklerinde de kendisine yer bulmuştur (Chamberlain, 2017; Chapa, 2013; Tremayne ve Clark, 2014, s. 235; Goldberg, Corcoran ve Picard, 2013, s. 1). Türkçede "düşük seviyede devamlı gelen ses", "erkek arı" gibi anlamları olan drone'un günümüzde "bir kişi tarafından yerden kontrol edilen askeri ve hobi amaçlı kullanılan insansız hava aracı" gibi bir anlamı da mevcuttur ("Drone", t.y.). Pilotsuz bir şekilde bir kumandayla uzaktan kontrol edilen drone'lar ilk kullanıma başladıklarında Amerika ordusu için tehlikeli bölgelerde uçuşlar yaparak, gövdesinde bulunan kameralarla görüntüler çekmiş ve ordu için bölge hakkında bilgi toplamıştır (Ntalakas, Dimoulas, Kalliris ve Veglis, 2017, s. 188). Gövdesinde bulunan kamera yardımıyla görüntüleri kaydetmesi drone'u ticari ve sivil hayatta da cazip bir hale getirmiştir. Özellikle habercilik alanında drone kullanımı geleneksel araçların yakalayamadığı birçok görüntüyü kaydetme olanağı sağlamaktadır. Doğal afet ve spor müsabakalarında belirli bir yükseklikte uçarak istenilen görüntüler yakalanmaktadır. Ayrıca, doğal afetlerde araçların gidemediği bölgelere uçarak felaketin boyutları hakkında detaylı bilgi ve çarpıcı görüntüleri topluma aktarmaktadır. Bununla birlikte drone'lar, ana akım medyanın topluma sunmadığı alternatif birçok görüntüyü topluma aktarma gücüne sahiptir. Helikopterle çekilen görüntülere nazaran çok daha küçük ve insansız olması, maliyetinin hobi amaçlı kullanılacak kadar düşük olması da drone'lara olan ilgiyi artırmıştır. Bu durumda medya kuruluşları da muhabirlerine drone ehliyeti aldırılmış ve drone kullanımına başlamıştır.

Bu çalışmada, günümüzde bir habercilik pratiğine dönüşen drone'ların Türkiye'deki medya kuruluşlarında kullanımları ve geleceği, drone muhabirleri ile yapılan mülakatlarla ortaya konmaktadır. Çalışmada, Türkiye'de faaliyet gösteren Anadolu Ajansı (AA), Demirören Haber Ajansı (DHA) ve İhlas Haber Ajansı (İHA) muhabirleriyle görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Çalışmada üç bölüm bulunmaktadır. İlk bölümde drone ve drone gazeteciliği ile Türkiye'de drone gazeteciliği

üzerine kuramsal çerçeveye yer verilmiştir. İkinci bölümde muhabirlerle yapılan görüşmeler sonucunda drone gazeteciliğinin Türkiye’deki durumuna ilişkin tespitler ortaya konmaktadır. Son olarak, bulguların değerlendirildiği sonuç ve tartışma bölümü bulunmaktadır.

### **Drone’lar ve Drone Gazeteciliği**

Amerikan Federal Havacılık Yönetimi (FAA) drone’u, pilotsuz bir uçağın askeri veya eğlence amaçlı uzaktan kumandayla kontrol edilerek uçurulması olarak tanımlamıştır (FAA, 2007, s. 1). Kalsın’a (2016) göre drone, Wi-Fi teknolojisiyle çalışıp uzaktan kumandayla kontrol edilebilen, belirli bir süre havada kalıp çekim yapabilen bir üründür (s. 86).

### **Drone’ların Tarihsel Gelişimi**

Drone gazeteciliğine değinmeden önce drone’un ortaya çıkış ve gelişim sürecine bakmak gerekir. İnsansız Hava Araçları (Unmanned Aerial Vehicles, UAV) olarak bilinen drone’lar ilk olarak Amerikan İç Savaşı sırasında taraflarca kullanılmıştır. Akabinde Japonya, İkinci Dünya Savaşı’nda bomba taşıyan drone’ları faaliyete geçirmiştir (Garamone, 2002, para. 2-3). Amerika, Vietnam Savaşı döneminde de drone’un askeri faydalarından yararlanmış (Longino, 1994), İsrail Savunma Kuvvetleri 1970 ve 1980’lerde güvenlik amaçlı drone kullanımına başlamıştır (Bone ve Bolkom, 2003, s. 2). Drone’lar günümüze gelindikçe askeri kullanımının dışına çıkarak sivil ve ticari alanlarda da kullanılmaya başlanmıştır. Özellikle gövdesinde bulunan kameralarla yüksek mesafelerden görüntü alınabilmesi toplumda ilgi uyandırmış, maliyetinin karşılanabilir olması da ticari ve hobi amaçlı olarak kullanılmasını kolaylaştırmıştır.

Drone’lar, sivil bir kimlik kazandıktan sonra polis uygulamalarında, zirai işlerde, haritalama ve doğal hayatın gözlenmesinde etkin bir şekilde kullanılmıştır. Drone’un bu alanlara yayılmasıyla birlikte medya kuruluşları da haber üretim süreçlerinde drone’ları kullanmayı denemişlerdir. Aslında, gazetecilik alanında gökyüzünden çekilen görüntülerin yer alması yeni bir durum değildir. Helikopter, kullanılarak gökyüzünden kaydedilen görüntüler 20. yüzyılda habercilik alanında zaten etkindir. Ancak drone’u bu kadar yaygın yapan şey, oldukça düşük maliyetli, küçük ve gazeteciler için güvenli oluşudur. Bu durum medya kuruluşlarını drone kullanmaya iten sebeplerdendir (Goldberg, Corcoran ve Picard, 2013, s. 1). 2011 yılında Japonya’da meydana gelen deprem ve tsunamiyle zarar gören Fukushima Nükleer Santrali’ndeki reaktörde oluşan sızıntı büyük bir endişe yaratmıştır. Sızıntı nedeniyle girilemeyen reaktörde ortaya çıkan zararın tespit edilebilmesi için drone’lar kullanılmış, drone’lar vasıtasıyla bilgi toplanmıştır (Corcoran, 2014, s. 33-34). Böylelikle drone’lar, insanlar için tehlikeli durumlarda güvenli bir şekilde kullanılabileceğini kanıtlamışlardır.

Drone’ların gazetecilik alanına girmesiyle bu alanda yeni bir tanım getirilmiştir. Drone Gazeteciliği Laboratuvarı’nın kurucusu Nebraska Üniversitesi’nden Matt Waite, drone’u “gazetecilikte fotoğraf, video ve veri toplamak için küçük bir insansız hava aracı” olarak tanımlamaktadır (Whitaker, 2016). Avantajları medya kuruluşları tarafından fark edildikçe drone’lar özellikle spor müsabakaları, doğal afetler, protesto ve çatışmalarda yoğun bir şekilde kullanılmaya başlanmıştır (Fitzpatrick, 2014, s. 24; Ntalakas, Dimoulas, Kalliris ve Veglis, 2017, s. 193-194; Carroll, 2015, s. 10). Protesto ve çatışmalarda

yurttaş gazeteciler olaylara ilişkin görüntüleri kaydederek alternatif yayınlar gerçekleştirmiştir. 2011 yılı sonlarına doğru Occupy Wall Street protestolarında yurttaş gazeteciler drone kullanarak topluma canlı yayın akışını sağlamıştır (Gynnild, 2014, s. 336; Captain, 2012). Ayrıca Polonya, Tayland, Venezuela ve Ukrayna'da yaşanan eylemlerde drone'lar görüntülemeye devam etmiştir. Brezilya, Nijerya ve El Salvador'da yaşanan işçi protestolarında, trafik problemlerinde ve seçim süreçlerinde drone'lar kullanılmıştır. 2014'te Soçi Olimpiyatları'nda kullanılan bir drone, yarışan sporcuları kaydederek spor müsabakalarını da izleyicilere sunmuştur (Kalsın, 2016, s. 87). Drone haberciliği için çeşitli birlikler oluşturulmuş, Nairobi'de drone gazetecileri için SkyCam adında bir birlik kurulmuştur (Roug, 2014, s. 28). Drone gazeteciliği için Nebraska Üniversitesi'nde Profesör Matt Waite tarafından bir drone gazeteciliği laboratuvarı da kurmuştur. Burada, drone gazeteciliği için gerekli eğitim ve kurslar verilmekte ve drone haberciliği üzerine araştırmalar yapılmaktadır. Ayrıca, drone gazetecileri için bir birlik oluşturulmuştur. Missouri Üniversitesi bünyesinde 2013 yılında Drone Gazeteciliği Bölümü açılmıştır.

Günden güne artan drone kullanımı büyük medya kuruluşlarını da bu alana yöneltmiştir. Rupert Murdoch'un sahibi olduğu *The Daily* gazetesi habercilik alanında drone kullanan ilk kuruluşlardan biridir (Gibb, 2013, s. 31). BBC Haber Merkezi 2013 yılından itibaren drone denemelerine başlamıştır (Roug, 2014, s. 28). Amerika'da FAA'nın izin verdiği onaylı test alanlarından biri olan Virginia Tech'den onay almak için, Associated Press, Getty Images, Reuters, The New York Times, NBC, Univision gibi kuruluşlar anlaşma yapmışlardır (Çalışkan, 2015). Amerika'nın en büyük medya kuruluşlarından biri olan CNN, en büyük drone haberciliği ağlarından birini kurmuştur (Yüksel, 2015).

Drone'ların birçok alanda kullanımının yaygınlaşması bazı etik ve güvenlik sorunları doğurmuştur. Özellikle Amerika'da güvenlik ve özel hayata müdahale gibi konularda sorunlar yaşandığı için drone'un her alanda ve her birey tarafından kullanılmasının sınırlandırılması gibi birtakım önlemler gündeme gelmiştir. FAA, Amerika'da drone gazetecileri için bazı sınırlandırıcı yasalar getirmiş ve drone kullanımı için medya kuruluşlarını izin ve anlaşmaya tabi tutmuştur. Bu hususta FAA'den uçuş izni alan ilk medya kuruluşu CNN'dir (Kavaklı, 2018, s. 163).

### **Türkiye'de Drone Gazeteciliği**

Dünyada gazetecilik alanında drone kullanımı bu denli artış gösterirken Türkiye'deki medya kuruluşları da haber üretim sürecinde drone'lara yönelmiştir. Türk Dil Kurumu (TDK) drone için bazı kelime önerilerini sunmuş ve oylama sonuçlarıyla drone'a karşılık gelen "uçangöz" ifadesinin kullanılmasını tercih etmiştir. Türkiye'de habercilikte drone kullanımının öncüleri ise haber ajansları ile TRT olmuştur. Başta AA ve TRT olmak üzere, DHA ve İHA haber üretim sürecinde drone'ları etkin bir şekilde kullanmaktadır. AA'nın drone kullanımında ilk başta drone sayısı 25-30 iken 2018 yılında bu sayıyı iki katına çıkarmayı hedeflemektedir. İHA 25, DHA 3, Reuters İstanbul'da 1, European Pressphoto Agency (EPA) İstanbul'da 1 drone'u habercilik alanında kullanmaya başlamıştır (Şahin, 2018a, s. 185). Türkiye'de drone'la ilk habercilik görüntüsü deneyimini DHA yaşamıştır. Türkiye'de yapılan bir araştırmaya göre, 2016 yılında 8 bin 349 drone ve 11 bin 839 drone kullanıcısı bulunmaktadır ("Drone'lar hayatın", 2017).

2018 yılı istatistiklerine bakıldığında Kasım ayı itibarıyla Sivil Havacılık Genel Müdürlüğü’ne (SHGM) kayıtlı 50 bin hava aracı kullanıcısı bulunmaktadır. Bunların 35 bini pilot olarak uçuş yapmaktadır. 27 bin kayıtlı drone mevcut (SHGM, 2019) ve 10 binin üzerinde uçuş izni başvurusu yapılmıştır (SHGM, 2018). Bu başvurulardan yalnızca 1200 başvuruya izin verilmiştir.

Güvenlik, arama-kurtarma gibi alanlarda kullanılmaya başlanan drone’lar aynı zamanda emlakçılık ve kurbanlık kovalama gibi işlerde de faal olmuştur (“Drone’lar hayatın”, 2017). Drone Türk Grubu’nun kurucusu Mustafa Kaçan, 2017 yılı içinde 25-30 bin arası drone kullanıcısı olduğunu belirtmiştir (“Dronelar artık”, 2017) Siirt’in Şirvan ilçesinde yaşanan maden kazasında işçilerin kurtarılması için drone’lardan yararlanılmıştır. Ayrıca benzer durumlarda kayıp olan kişileri bulmak için termal kameralara takılmış drone’ların operasyonlarda oldukça faydası olmuştur. Denizde belirlenen güvenlik şeridini geçen kişileri drone’lar kaydederek, cankurtaranlara bildirmektedir (“Drone’lar hayatın”, 2017). Oldukça farklı alanlarda kullanan drone’lar habercilik alanına girişi de hızlı olmuştur. 2013 yılında yaşanan Gezi Parkı Eylemleri’nde Taksim Meydanı’nda görüntü yakalamak isteyen bir yurttaş gazetecinin uçurduğu drone polisler tarafından vurularak düşürülmüştür (Roug, 2014, s. 32).

Türkiye’de drone kullanımının artışı ile birlikte SHGM güvenlik ve özel hayatın gizliliği ilkesince birtakım kurallar getirmiştir. Ağırlığı 500 gram ve üstü olan cihazlara kayıt yaptırma zorunlu hale gelmiştir. Medya kuruluşlarının da dâhil olduğu, özellikle ticari amaç için kullanılacak drone’ların birtakım belge, ehliyet ve özel uçuş izinlerini almaları gerekmektedir. Ayrıca belirlenen güvenlik bölgeleri ve uçuşa yasak bölgelerde drone uçurulması önlenmiştir. Uçuşun yapılacağı tarihlerde valilik ve mülk sahibinden izin alınması gerekmektedir (SHGM, 2017).

## **Yöntem**

### **Çalışmanın Amacı**

Son yıllarda drone’lar askeri amaçlı kullanımının dışına çıkarak haber üretim sürecine dâhil olmuştur. Bu çalışmada, haber üretim sürecine dâhil olan drone’ların Türkiye medyasındaki kullanım durumu, habercilik alanına olumlu ve olumsuz etkileri ile habercilikteki geleceğinin incelenmesi amaçlanmaktadır.

### **Çalışmanın Önemi**

Günden güne artan teknolojik gelişmelerin habercilik alanına girişi habercilik pratiklerini değiştirmektedir. Drone’un haber üretim sürecine dâhil oluşu ile haber toplama ve yayıncılık gibi haber üretim sürecindeki değişikliklerin incelenmesi gazetecilik mesleğinin evrileceği yönü belirleme açısından önem taşımaktadır.

## Çalışmanın Örneklemi

Haber amaçlı kullanılan drone'ların incelendiği bu çalışmada, Türkiye'nin en büyük haber ajansları olan AA, DHA ve İHA'da drone kullanan muhabirlerle yapılandırılmış görüşme yapılmıştır. AA'dan 5, DHA'dan 5 ve İHA'dan 5 muhabirle görüşme gerçekleştirilmiştir. Sözü edilen ajansların seçilme sebebi, bu ajansların Türkiye'de en geniş haber, muhabir ve büro ağına sahip olmasıyla gerçek anlamda bir ulusal ajans olma niteliği taşımalarıdır. Türkiye'de geniş bir ağa sahip olan bu ajansların ülkedeki drone haberciliği için en doğru verileri sunacağı düşünülmektedir.

Çalışmanın sınırlılığını ise görüşme yapılması planlanan muhabirlerin sorulara cevap vermedeki isteksizliği ve çalışmaya dâhil olmaktan kaçınmaları oluşturmaktadır. Ajans editörlerinin ricasıyla yapılan çabalar sonucu 4 aylık bir süreçte görüşmeler gerçekleştirilebilmiştir. Ayrıca çalışmada görüşme yapılan muhabirlerin isimleri yer almayacak olup, görüşmecilerden "katılımcı" olarak bahsedilecektir. Katılımcılar alfabetik olarak sıralanarak numaralandırılmıştır.

## Çalışmanın Yöntemi

Drone haberciliğinin Türkiye'deki durumunu resmetmeyi planlayan bu çalışmada muhabirlerle yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılmıştır. Yapılandırılmış görüşme tekniğinin seçilmesi, muhabirlerle yapılan görüşmelerde elde edilecek verilerin sistemli bir şekilde analiz edilmesini, uygun temalara ayrılmasını ve karşılaştırmalı bir biçimde yorumlanmasını kolaylaştırmaktadır. Çalışmada AA, DHA ve İHA'nın habercilik sürecinde drone kullanan muhabirlerine drone gazeteciliğinin Türkiye'deki durumu ve geleceğine ilişkin sorular<sup>2</sup> sorulmuş, verilen cevaplar betimsel analiz yöntemiyle çözümlenerek drone gazeteciliği için sonuç ve tespitlere ulaşılmıştır.

Yapılandırılmış görüşmede, sorulacak sorular ve sorunların sıralaması önceden hazırlanmaktadır. Bu durum görüşmecinin sorulara ve sırasına uygun hareket etmesini gerekli kılmaktadır. Bu durum, görüşmecinin hareket alanını sınırlandırmakta ve soruların belirlediği bir çerçeve çizmektedir (Karasar, 2013, s. 167).

Nitel araştırma tekniği olan görüşmenin sonucunda elde edilen verilerin analiz edilmesi noktasında kullanılan yöntemlerden biri, betimsel analiz yöntemidir. Çalışmada sorularına göre oluşturulan temalar betimsel analizle yorumlanmakta ve elde edilen veriler anlamlı bir şekilde tasvir edilmektedir. Araştırma bulgularının betimlenmesinin ardından bu betimlemeler neden sonuç ilişkisi içerisinde harmanlanarak genel sonuçlara varılmaktadır. Betimsel analizde, sıra dışı cevapların vurgulanması amacıyla doğrudan alıntılara sıkça yer verilmektedir (Yıldırım ve Şimşek, 2013, s. 158-159).

Betimsel analiz yönteminde öncelikle araştırmanın bir çerçevesi oluşturularak bu çerçeveye göre temalar belirlenmektedir. Çizilen çerçeveye ilişkin veriler toplanarak anlamlı bir bütün oluşturulmakta, akabinde veriler anlamlı bir şekilde tanımlanmakta ve direkt alıntılarla güçlendirilmektedir. Son olarak da bulgular, neden-sonuç ilişkisi içinde yorumlanmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2013, s. 159).

---

2 Çalışma soruları için bkz. Ek-1



## **Araştırma Bulguları**

### **Drone Muhabirleri ile Yapılan Yarı Yapılandırılmış Görüşmelerin Betimsel Analizi**

Araştırma kısmında AA, DHA ve İHA’da drone kullanan muhabirlerle yapılan yapılandırılmış görüşmeler sonucunda elde edilen bulgular, betimsel analiz yöntemiyle incelenecektir. Araştırmada seçilen haber ajanslarının Türkiye’de drone haberciliğinin tam manasıyla bir temsiliyetini sağlayacağı düşünülmektedir. Türkiye’nin en büyük üç haber ajansı olmaları, tüm bölgelere erişim ve faaliyet olanağına sahip olmaları ve daha fazla sayıda drone muhabiri barındırmaları sebebiyle drone haberciliği üzerine farklı perspektif ve görüşlerle Türkiye’deki drone haberciliğinin olabildiğine geniş bir profili çıkarılmaya çalışılacaktır.

Çalışmada yapılan görüşmeler sonucunda elde edilen veriler araştırma soruları kapsamında belirlenen dört temaya göre kategorize edilmiştir. Bu temalar şu şekildedir:

- 1) Muhabirlerin drone kullanımına bakış açısı
- 2) Drone’un habercilik alanında kullanımı ve haberciliğe etkileri
- 3) Habercilikte drone kullanımında yaşanan zorluklar
- 4) Drone’un habercilik alanında gelecekteki kullanımı

### **Muhabirlerin Drone Kullanımına Bakış Açısı Temasının Analizi**

“Muhabirlerin Drone Kullanımına Bakış Açısı” teması, görüşülen muhabirlerin drone’u nasıl tanımladıkları ve drone’u kullanma sıklıkları gibi drone hakkındaki genel görüşleri incelemektedir. Haber ajanslarında çalışan drone muhabirlerinin drone geçmişleri ortalama süresi iki yıl olarak karşımıza çıkmaktadır. En eski drone kullanan muhabirler dört yıllık bir geçmişe sahipken, günümüze en yakın tarihli drone kullanmaya başlayan muhabirler bir yıldır operatörlük yapmaktadır. Muhabirler, SHGM’nin yanı sıra üniversitelerde (Ondokuz Mayıs Üniversitesi Havacılık ve Uzay Teknolojileri Uygulama ve Araştırma Merkezi, UZAYTEM) ya da özel havacılık kurumlarında alınan kurslarla drone ehliyeti sahibi olmuşlardır. Amerika ve Güney Amerika’da (Kolombiya, Ekvator, Peru) drone kullanımını karşılaştıran bir çalışmada benzer şekilde ehliyet almanın zorunluluğu ifade edilmektedir (Cruz Silva, 2016, s. 558-559). Amerika’da ise, alınan eğitimler sonrasında zorlayıcı yazılı bir sınav yapıldığı bilinmektedir (Whitaker, 2016).

Drone kullanan muhabirlerin üye olduğu herhangi bir topluluk bulunmamaktadır. Muhabirler genellikle drone muhabirleri için açılmış sosyal medya gruplarında paylaşımda bulunmakta ve gruplar aracılığı ile iletişim sağlamaktadır. Ayrıca DHA drone muhabirlerinin bir WhatsApp grubu aracılığı ile iletişim kurdukları belirtilmiştir. Yalnızca, Bursa’da yaşayan drone muhabirleri sosyal medya hesaplarından tanışıp Bursa Drone Derneği’ni kurmuşlardır:

Biz Bursa’da sosyal medyada tanışıp yine sosyal medyada oluşturduğumuz Bursa Drone Kulübünü dernekleştirdik. Bursa Drone Derneğini kurduk ve hali hazırda bir karar defterimiz var şükür. (Katılımcı 15)

Muhabirlerin drone'u nasıl tanımladıkları ile ilgili görüşlerde drone'un şekilsel olarak tanımı yapılmış, ne için ve nasıl kullanıldığına yönelik açıklamalar ifade edilmektedir. Özellikle drone'u uzaktan bir kontrol kumandası, bataryası olan uçan bir kamera olduğu manasında tanımlara işaret edilmektedir. Drone'un bu tanımları dışında muhabirler tarafından dikkat çekici tanımlamalar da ortaya konmaktadır. Bu tanımlamalarda drone'un gerçekten çok faydalı, mucizevi bir icat ya da araç olduğuna yönelik yorumlar dikkat çekmektedir. Bu yorumlarda drone'un gökyüzünden iyi bir perspektif ve açıyla muazzam görüntüler yakaladığı, Mc Krisken'in (2018) de ifade ettiği gibi (s. 139) drone'un insanların gökyüzündeki gözü, kulağı olduğuna yönelik görüşler dikkat çekmektedir:

Drone yalnızca haberciler için değil birçok sektör için inanılmaz bir araç. İnsanların gökyüzündeki gözü, kulağı, eli ayağı gibi, onunla birlikte siz de uçuyorsunuz, onun gördüğü ne varsa sizin de gördüğünüz bir uçan kamera. (Katılımcı 6)

İnsanoğlu tarihte uçma isteğini gökyüzüne olan merakını bir şekilde gidermiştir. Günümüzde de biz içerik üreticileri İnsansız Hava Araçları yani dronelarla bu işi yapıyoruz. Kısacası bana göre drone insanların gökyüzünden görme ihtiyacını gidermesine yardımcı olan bir araç. (Katılımcı 1)

...Ayrıca Drone, fotoğraf veya görüntü çekmek isteyen bir kişinin, en geniş çerçeveden bakabilmesini sağlayan ve sonsuz bir perspektife sahip olmasını sağlayan en değerli gözü ve objektifidir. (Katılımcı 7)

### **“Drone'un Habercilik Alanında Kullanımı ve Haberciliğe Etkileri” Temasının Analizi**

“Drone'un habercilik alanında kullanımı ve haberciliğe etkisi” teması drone muhabirlerinin drone'un habercilik alanındaki kullanımına ilişkin verdikleri cevapların analiz edilmesini kapsamaktadır. Drone'un habercilik alanındaki kullanım sıklığına ilişkin farklı yanıtlar göze çarpsa da bu yanıtlar arasında büyük farklar görünmemektedir. Muhabirlere göre drone'un kullanım sıklığını etkileyebilecek faktörler bulunmaktadır. Özellikle uçuş yapılacak bölgeden alınması gereken izinler gibi yasal işlemlerin halledilmesi gerektiği için bazen uçuşlar iptal edilebilir. Bu da kullanım miktarını düşürmektedir.

Drone aslında muhabirlerin de sık kullanmak istediği yani kendi adıma öyle bir alet. Ancak drone kullanmanın belli izinleri ve prosedürleri var. Bu izinler alındığı zaman genelde 2 günde bir kez kesin kullanılır. (Katılımcı 10)

Drone'un kullanım sıklığı hakkında bilgi veren muhabirlerse, genellikle drone'u günde iki kez, günde bir kez, haftada birkaç kez ya da iki günde bir kez gibi sıklıkla kullandıklarını dile getirmişlerdir. Verilen cevaplara göre, drone'u kullanım sıklığını etkileyen diğer bir faktör de yaşanan şehrin büyüklüğü olarak karşımıza çıkmaktadır. Daha sık kullanan muhabirlerin İstanbul ve Ankara'da çalıştığı görülmektedir.

Drone kullanan muhabirler drone'un birçok haber türünde kullanıldığını, ancak her haberde gerekli olmadığını ve fark yaratmayacağını belirtmişlerdir. Verilen cevaplar dikkate alındığında drone, habercilik alanında en çok “spor müsabakaları, toplumsal olaylar, doğal afetler, trafik

raporlama, mitingler” (Waite, 2014; Cruz Silva, 2014, s. 2; Tremayne ve Clark, 2014; Shakya, 2017) inşaat çekimleri, gibi durumlarda kullanılmaktadır. Bir haberde drone kullanılmasıdaki en temel göstergelerden biri elde edilen görüntünün ya da fotoğrafın klasik bir çekimden çok daha ilgi çekici ve farkındalık oluşturacak boyutta olmasıdır. Drone kullanımının diğer bir ölçütüyse çekim yapılacak yere güvenlik sebebiyle girilemeyecek olmasıdır.

...Örneğin bir ekonomi haberi için yüksek binaların çekimleri drone ile yapılabilir. Buradaki temel kıstas drone’un size bir şey katıp katmayacağı. Örneğin büyük bir fabrika yanıyor ve sizi ana giriş kapısından bile içeri almıyorlarsa drone ile yangının tam üzerine kadar gidip farklı açılardan rahat rahat üstelik güvenliğinizi de tehlikeye sokmadan görüntülerinizi elde edebilirsiniz. (Katılımcı 5)

Katılımcı 1 genellikle açık alanda yapılan spor müsabakaları ve yangın gibi durumlarda kullanılabileceğini, Katılımcı 2 ise denizden görüntü alınmak istendiğinde ve doğal afetler gibi durumlarda iyi görüntüler çekileceğini ifade etmektedir. Katılımcı 3 ise, doğal afetlerin yanı sıra toplumsal olaylarda “genel bir çerçeveden alanın görünüşünün” sağlanabileceğine dikkat çekmektedir. Drone’un ne tür haberlerde kullanılacağına ilişkin bir diğer kıstas da şehrin nitelikleriyle ilgilidir. Antalya’da çalışan bir drone muhabiri turizm faaliyetlerinin yoğun olması sebebiyle turistik mekânların çekimlerinin çok sık yapıldığına işaret etmektedir.

Özellikle Antalya gibi turizm kenti olan bir şehirde gazetecilik yaptığımdan dolayı burada çok fazla turizm haberi oluyor ve bu durumda biz muhabirlerin çok sık drone kullanmamızı gerektiriyor. Çünkü şehrin kuşbakışı görünümünü, sahillerini, antik kent ve tiyatrolarını haber yaparken drone ile hem geniş hem kuşbakışı görüntülerle haberi çok daha izlenir ve okunur hale getirmiş oluyorsunuz (Katılımcı 7).

Drone’un habercilik alanında oluşturduğu etkiye bakıldığında, muhabirler drone’un habercilik alanında bir dönüşüm sağladığına inanmaktadır. Bellows’un (2013) ifade ettiği gibi, drone’lar habercilik pratiklerinde bazı değişimlere imza atmaktadır, çünkü geçmişe göre hız kazanan yaşamda ayrıntıların yakalanması da hız gerektirmektedir. Drone da, geçmişte helikopterle yapılan görüntüleme sistemine göre çok daha hızlı ve kullanışlıdır. Ayrıca drone kullanılan haberlerde, kanalların ve haber sitelerinin fotoğraf ve görüntü seçiminde drone çekimlerini tercih ettiği belirtilmektedir. İzleyici ve okuyucuların drone’la üretilen içeriğe daha çok ilgi gösterdiği, beğeni sunduğu ifade edilmektedir (s. 96). Cruz Silva’nın (2014) Ekvator’daki drone muhabirleriyle yaptığı çalışmada, muhabirler net ve kaliteli drone görsellerinin izleyici ve okuyucular tarafından beğeniyle karşılandığını aktarmaktadır (s. 26). Bunların dışında, muhabirler tarafından drone’un bireyin ulaşamayacağı yerlere uçup görüntü kaydedebilmesi, haberle ilgili bilgi ve görsel elde etmede kolaylaştırıcı olduğu ve güvenli bir yol olarak karşımıza çıktığı ifade edilmektedir (Carroll, 2015, s. 9).

...Diğer iller haricinde İstanbul’u ele alacak olursak yol, okul bahçesi ve inşaat çalışmalarında toprak kaymaları oluşmuş ve bunların büyük çoğunluğu medyada drone görüntüleri ile yer almıştır. Drone kullanımı geniş açı görüntü sağladığı gibi, aynı zamanda güvenlik açısından uzak kaldığımız olay yerine yuksekten yaklaşıp çekim yapabilmeyi sağlamaktadır. ...

Bu görüntülerde televizyon ve gazeteler tarafından öncelikli olarak tercih edilmektedir.  
(Katılımcı 2)

Yalnızca Katılımcı 1 drone'un habercilik pratiklerini değiştirmedigini, habercilik pratiklerine farklılık getirdigini savunmaktadır:

Her zaman farklı bir bakış açısı ilgi görmüştür. Biz foto muhabiri veya gazeteciler olarak drone dışında klasik anlamda fotoğraf çekiyoruz sadece farklı görebildiğimiz bir aracı kullanarak alışılmamış açılarla içerik üretiyoruz. Ayrıca günümüzün getirdiği yeniliklere sektörümüzün de ayak uydurması açısından önemli olduğunu düşünüyorum. Kısacası drone'u birikimle oluşan gazeteciliğin bir parçası olarak görüyorum.

Drone'ların habercilik alanına sağladığı katkılara bakıldığında, muhabirler genel olarak drone'un çalışma alanlarına farklı yönleriyle olumlu etkilerde bulunduğunu belirtmektedir. Öncelikle ekonomik olarak katkıları incelendiğinde, Katılımcı 7 geleneksel yöntemlerle havadan görüntü alırken bir helikopter kiralanması gibi bir durum söz konusu olduğunu ve bunun maliyet açısından haber kuruluşlarını zor duruma soktuğunu belirtmektedir. Katılımcı 7, drone'ların küçük ve maliyeti çok daha ucuz, taşınabilir olmasının haberlerde kullanılma sıklığını oldukça artırdığını ve maliyetinden dolayı alınamayan görüntülerin çekilmesini, zamandan da tasarruf edilmesini sağladığını ifade etmektedir.

Çok net söylüyorum bu gün bir habercinin kullandığı en yüksek fiyatlı dronenin maliyeti 1 saatlik helikopter kira bedelinin dörtte biri seviyesinde. (Katılımcı 15)

Drone'ların estetik açıdan haberciliğe etkilerine değinildiğinde, muhabirlerin drone'dan söz ederken en çok heyecanlandıkları kısmın çekilen görüntü ya da fotoğrafın estetik yönü olduğu görülmektedir. 2, 8 ve 9 numaralı katılımcılar drone'la yakalanan görüntü ve fotoğrafların geleneksel bir çekimden çok daha geniş, farklı açı ve perspektifle haberciliğe estetik anlamda büyük katkı sunduğuna, gökyüzünden farklı bir gözle görerek hiçbir insanın yapamayacağı bir şeye sahip olduğuna dikkat çekmektedir. Gagnon, Owen ve Holton'ın (2017) muhabirlerle yaptığı görüşmelerde muhabirler, çok daha net, kaliteli ve keskin görselleştirmelerin drone kullanımında etkili olduklarını sarf etmektedir. Drone'un ayrıca estetik açıdan haberciliğe hikâye anlatımı ve sinemasal bir bakış açısı getirdiği düşünülmektedir (s. 5).

Havadan çekim (*aerial shot*) ve kuşbakışı çekim (*bird's-eye shot*) gibi sinema tekniklerini de haber kullanımında kullanabilme imkanı ise görüntülü haberlerde sinematik bir tarz getirmiştir. (Katılımcı 3)

Katılımcı 15, drone'un elde ettiği görüntüyü izleyenlerin görüntü ile kendisini özdeşleştirdiğini ve insanların da drone ile birlikte uçuyormuş hissine kapıldıklarını dile getirmektedir:

Estetiğe gelince şırl şırl akan bir dere etrafı yemyeşil ağaçlarla bezeli... Üzerinden süzülüp gitmeyi kim istemez ki... İşte bu görsel şöleni drone ile tv karşısındaki izleyicilere yaşatmak mümkün artık. Ya da bir proje düşünün misal Osmangazi Köprüsü, bulutların arasından bir gerdanlık gibi iki yakayı birleştiren köprünün kuş bakışı eşsiz görüntülerini izlemek kimin hoşuna gitmez.

Drone’un habercilikte kullanımında güvenlik konusu da muhabirlerin değindiği noktalardan biridir. Muhabirler, drone’un güvenlik açısından da iyi bir avantaj sağladığını söylemektedir. Şöyle ki, muhabirlerin birçoğu (4, 5, 7, 8, 9, 10, 14, 15 numaralı katılımcılar) haberi takip ederken her zaman olayın intikal ettiği yere ulaşamadıklarını ifade etmektedir. Olayın yaşandığı yer bir yangın, bir afet ya da toplumsal çatışmanın mahali olabilmektedir. Böyle bir durumda, haberi yapan muhabirin zarar görmemesi için drone’un hayati bir önemde olduğu vurgulanmaktadır. Drone’un olay yerinde olmadan uzaktan kumandayla kontrol edilerek gerekli görüntü sağlamada önemli bir avantajı beraberinde getirdiği açıklanmaktadır. Gagnon, Owen ve Holton’ın (2017) yürüttükleri bir çalışmada, drone muhabirleri drone’un benzer şekilde muhabirin can güvenliğini tehlikeye sokabilecek durumlarda güvenli bir şekilde görüntü alması sebebiyle tercih edildiğini belirtmektedir (s. 5). Katılımcı 5 de, muhabirlerin spor müsabakalarında güvenlik problemi teşkil etmese de drone’un önemli olduğunu söylemektedir:

Bir spor organizasyonunda bir kameraman ya da foto muhabiri düşünün. Doğal olarak organizasyonun gerçekleştiği alana giremezsiniz. Fakat drone sayesinde bu alana rahatlıkla girip kimsenin oyununa engel olmadan birbirinden güzel görseller elde edebilirsiniz.

Drone’ların habercilik alanında kullanımının habercilik yapan kurum ve muhabir için de önemli sonuçları vardır. Katılımcı 3, drone’la çekilmiş görüntülerin izleyiciler, kanal ve haber sitesi editörleri tarafından daha çok tercih edilmesi sebebiyle daha değerli olduğunu ifade etmektedir. Katılımcı 3’e göre, izleyicilerin beğenisini sunması haberlerin okunma ve izlenme sayısını artıracığı düşüncesi ile editör tercihi olmaktadır (Ntalakas, Dimoulas, Kalliris ve Veglis, 2017, s. 194). Bunun dışında Katılımcı 5, drone görüntülerinin video editörlerine diğer haber kuruluşlarından farklı olması için görsel anlamda bir alternatif sunduğunu ileri sürmektedir. Aynı zamanda drone görüntülerinin fazlaca yer verilmesi drone muhabirlerini daha sık kullanmaya ittiği aktarılmaktadır. Katılımcı 7 ise, kurumun kiraladığı bir helikopterle yapılan görüntüden muhabirin şahsına ait bir drone’a geçişin, haber üretiminde muhabiri daha özgür bir hale getirdiğini açıklamaktadır. Mclyntre (2015), Amerika’daki drone muhabirlerinin kamu yararı konusunda daha özgür davranabildiklerini belirtir (s. 163). Katılımcı 11 ve 15’e göre ise, drone görüntüleri görsel anlamda daha kaliteli, daha ulaşılabilir bir habercilikte rekabeti artırmaktadır. Bu rekabetin ise habercilik kalitesini yükselttiği belirtilmektedir.

Drone’un habercilikte kullanımında olumsuz birtakım görüşler ileri sürülmektedir. Drone muhabirleri (Katılımcı 2, 13) drone’un habercilikte kullanılırken bazı etik problemlerin yaşanabildiğine işaret etmektedir. Drone’lar apartmanların hatta gökdelenlerin bile olduğu yüksekliğe çıkarak haneden görüntü alabilmektedir. Bu tür durumlarda habercilik yapmak amacıyla bireylerin özel yaşamına müdahale edildiği dile getirilmektedir. Özel yaşama müdahale genellikle ünlülerle ilgili magazin haberlerinde görülmektedir. Tremayne ve Clark (2014), Paris Hilton’un yatta bulunduğu sırada magazin muhabirleri tarafından drone’la çekilmiş görüntülerinin etik açıdan bir ihlal olduğunu dile getirmektedir (s. 236).

Drone muhabirlerinden Katılımcı 9, drone’un habercilik alanındaki etik sorunlarından birinin de izinsiz uçuş yapmak olduğunu belirtmektedir. Drone muhabirleri uçuş için SHGM’den izin almak

zorundadır. İzin alınmadan yapılan çekimlerin etik ve güvenlik açısından sorunlar yarattığına dikkat çekmektedir. Amerika'da yapılan yasal düzenlemelerde drone'lar havaalanına en az 8 kilometre uzaktan uçmak zorundadır (Cruz Silva, 2016, s. 559). Öyle ki Katılımcı 7 bu konu üzerine yaşadığı bir hadiseyi şöyle anlatmaktadır:

Havaalanına yakın bir turistik mekânda hava kararmak üzere olduğundan hızlı bir şekilde çekim yapmamız gerekiyordu. Havaalanına yakın bir bölge olduğu için uçuş yasaktı, sadece istisnai durumlarda yapılabilirdi. Drone'u uçurduk ve gizli, saklı görüntüyü aldık. Havaalanı sebebiyle bir güvenlik ya da mahremiyet sorunu yaşasak çok büyük yaptırımlarla karşı karşıya kalabilirdik.

Katılımcı 13 ise, Trabzon'da iniş sırasında pistten çıkan uçağın drone görüntüsünü çekişini şu şekilde anlatmaktadır:

...Havalimanı uçuşa saat 09:00 kadar kapalı olduğunu öğrendim. Drone mi hazırladım ve gün acarken kaldırıp hem görüntü hem de fotoğraf çektim. Kanallar işte düşen uçağın asılı kaldığı yer diye flaş olarak girdi. Ayrıca çektiğim fotoğraf Dünya çapında o haftaki fotoğraflar arasında birinci oldu. Ayrıca Havalimanı üzerinde izinsiz Drone uçurmaktan 236 TL para cezası yedim. Ama şunu deyim ben Havalimanı uçuşa kapalı diye kaldırdım yoksa kesinlikle kaldırmazdım. Çünkü Allah göstermesin iniş esnasında bir uçak olur ve kazaya sebep verebilirim...

Muhabirler, drone kullanımının diğer bir olumsuz tarafınınsa düşme tehlikesi olduğunu belirtmektedir. Drone belirli bir yükseklikten yere düşebildiği için, geleneksel kameralara göre daha hassas yapısı, pervane ve gövdelerinin bir temas halinde paramparça olma ihtimalinden dolayı sorun teşkil etmektedir. Katılımcı 12, drone'ların en büyük sorununun düşme tehlikesi olduğunu dile getirmektedir. Düştüğü zaman tamir edilmesi maliyet gerektirirken, düştüğü yere de zarar verebilmektedir (Culver, 2014, s. 58).

### **"Drone'un Habercilikte Kullanımında Yaşanan Zorluklar" Temasının Analizi**

Drone kullanımı sırasında yaşanan zorluklara değinen muhabirler ilk olarak doğal engellere vurgu yapmaktadır. Katılımcı 1, 2, 5, ve 9 drone uçuşta olduğu zaman ya da uçuşa geçmeden önce hava şartlarının olumsuz olduğu durumlarda büyük problemler yaşandığını dile getirmektedir. Kötü hava şartları drone'un düşmesine neden olabilmektedir. Ayrıca zorlu hava şartlarının drone ile kullanıcının elindeki kumanda arasındaki bağlantıyı sağlayan sinyallerin zayıflamasına ve hatta kesilmesine neden olabileceği belirtilmektedir.

Drone kullanımında yaşanan zorluklardan biri de çekim yapılan yerin drone uçuşu için uygun bir ortam sunmamasıdır. Katılımcı 1, insan yoğunluğunun fazla olduğu bölgelerde yaşanan zorlukların, uçuş sağlığını bozan sinyal kirliliği ile sinyal kesici araçların ve binaların çokluğu gibi teknik sorunlarla olduğunu belirtmektedir.

Muhabirlerin drone kullanırken yaşadıkları zorluklarda en çok vurgu yaptıkları konu ise kolluk kuvvetlerinin ve kısmen vatandaşların drone muhabirlerine karşı olumsuz tavrıdır. Katılımcı 1, 11

ve 12 SHGM ve Emniyet’ten alınan izinlere ve drone ehliyetini göstermelerine rağmen emniyet ekiplerinin drone çekimlerinde sürekli zorluk çıkardıklarını ifade etmektedir. Kolluk kuvvetlerinin zaman zaman tüm izinler alınmasına rağmen görüntü çekimini yasakladığına işaret edilmektedir.

Haberciliğin her dalında olduğu gibi drone kullanımında da zorluklar bulunmaktadır. Vatandaşların yoğun ilgisi zaman zaman zorluk yaşatsa da asıl sıkıntı emniyet mensuplarının gerekli evraklar gösterilmesine rağmen (bu konuda fazla bilgi sahibi olmadıklarından kaynaklanıyor) drone kullanımı konusunda sıkıntı çıkarabiliyorlar. (Katılımcı 12)

Katılımcı 12 ve 15, drone kullanımında kolluk kuvvetlerinin bu şekilde davranmasına sebep olarak drone’ların teröristler ve kötü niyetli şahıslar tarafından da kullanılıyor olmasını göstermektedir. Drone muhabirleri drone haberciliğinin daha yaygın olmasındaki en büyük engelin kolluk kuvvetlerinin tutumları ve uçuş izni olduklarını belirtmektedir. Ekvator’daki drone haberciliğinin ele alındığı çalışmada muhabirler farklı olarak engelin haber kuruluşu sahiplerinin drone alma konusundaki isteksizliği olduğunu vurgulamaktadır (Cruz Silva, 2014, s. 28).

Drone muhabirlerinin problem yaşadığı bir diğer konu da uçuş izni alabilme sorunudur. Katılımcı 7, 8, 9, 14, 15, çekim yapılacak alanda uçuş için önceden izin alınması gerektiğini ve bu izinlerin alınmasında gerekli prosedürlerin yerine getirilmesine rağmen sürecin oldukça yavaş ilerlediğini ve zorluklar çıktığını ileri sürmektedir. Anlık yaşanan gelişmelerde iznin hızlı alınması gerektiği de ayrı bir sorun olarak karşımıza çıkmaktadır. Tompkins (2017) Amerika’da yapılan bir çalışmada, FAA’nın drone muhabirlerine uçuş izni konusunda benzer şekilde çok geç şekilde cevap verdiği iletmektedir. Ancak bu konuda bir çalışma yürütüldüğünün, anında uçuş izni sağlayan bir sistemin getirileceğinin altını çizmektedir.

Medyanın istediği zaman drone kaldıramaması gerçekten saçma geliyor. Çünkü bir hafta sonra meydana gelecek bir trafik kazasını kimse bilemez. Bu yüzden anlık olaylarda izinsiz kaldırılabiliyoruz. Bu bizi rakiplerimizden daha öne geçirdiği için rakiplerimiz bizim izinsiz drone kaldırmamızı şikayet edebiliyor. Nadir olsa da para cezası ile karşı karşıya kalabiliyoruz. (Katılımcı 14)

### **“Drone’un Habercilik Alanında Gelecekteki Kullanımı” Temasının Analizi**

Drone’ların habercilik alanında kullanımlarının gelecekte nasıl şekilleneceği konusunda görüş belirten muhabirler (Katılımcı 1, 2, 4, 6, 7, 8, 10) genellikle drone’un gelecekte çok daha fazla yaygın olacağını ve hemen her haberde kullanılacağını ifade etmektedir. Bunları söylerken teknolojiye ayak uyduramayan kuruluşların günden güne yok olduğu ileri sürülerek diğer kurumlarla rekabet edebilmenin teknolojiye ayak uydurmaktan geçtiğinin altı çizilmektedir. Çünkü, drone’la çekilen görüntülerin olaylarla ilgili daha gerçekçi, daha etkileyici ve daha estetik görüntüler sağlamanın toplumun beğeni ve ilgisini artıracakı düşünülmemektedir.

Mesela elimizdeki drone ile sadece internet ortamından canlı yayın yapıyorken, biz bunun çözüm yollarını bulup ekrana aktarımını sağladık. Bundan diğer medya şirketlerinin aslında haberi yok diyebilirim. Kısacası sadece drone için değil, hangi teknolojik ilerleme olursa

olsun, ilk olarak benimseyen kuruluşlar yarışta öne geçiyor. Şimdiden drone'lar pratikliği ve ortaya çıkardığı iş bakımından medya sektörünün vazgeçilmezi haline geliyor. (Katılımcı 14)

Katılımcı 6 ve 11, haber kuruluşlarının gelecekte işe alımlarda drone ehliyeti şartı getirebileceğini ifade etmektedir. Çünkü drone'ların gelecekte habercilik alanında vazgeçilmez bir araç olacağı söylenmektedir (Corcoran, 2014, s. 3). Drone'ların birçok haber türünde ve alanda kullanılacağı iddia edilmektedir. Drone gazeteciliği laboratuvarı kurucusu Waite, drone haberciliğinin geleceğine ilişkin tahminlerinde de drone'ların yeryüzü kaynaklarının kötüye kullanımı, çevresel sorunların görüntülenmesi ve çözülmesinde etkili olacağını ileri sürmektedir (akt. Whitaker, 2016). Gagnon, Owen ve Holton'un (2017) çalışmasında ise muhabirler, drone'la bir kasırganın haritasının çıkarabileceğini, spektral kameralarla topraktaki nem oranı ve kuraklık gibi birçok durumun tespit edilebileceğini belirtmektedirler (s. 8).

Katılımcı 2, günümüz haberciliğinde görselliğin öneminin arttığını ve bu sebeple haber kuruluşlarının gelecekte drone birimleri kuracağını söylemektedir. Habercilikte drone'un fotoğraf makinesi kadar gerekli olacağına dikkat çekmektedir:

Geçmişte kullanılan, "Fotoğraf makinesiz muhabir olmaz" sözüne, "Drone'suz muhabir olmaz" cümlesi de eklenecektir.

Drone haberciliğinin gelecekteki durumu aktarılırken muhabirler, drone'un yaşayacağı teknik gelişime de değinmektedir. Drone teknolojisindeki ilerlemeyle haberciliğin de etkileneceği dile getirilmektedir. Katılımcı 2 ve 14, drone'ların şu an havada kalabildiği batarya süresi ile ulaşabileceği menzilin artacağını ve uzun soluklu haberler yapılabileceğini öne sürmektedir. Ayrıca menzilin uzamasıyla bürodan ayrılmadan olay yerinden drone çekimi yapılabilmesi ihtimalini de gündeme getirmektedirler. Bu durum, drone muhabirlerine ihtiyaç kalmayacağı olasılığını bile düşündürmektedir:

Sanırım gelecekte daha uzun menzilli drone'lar üretilecek ve muhabirler olay yerine gitmeden yaşananları havadan anında görüntüleyebilecekler. Benim en büyük hayalim o günlerin gelmesi fakat o durumda bize de pek gerek kalmayacağını düşünüyorum. (Katılımcı 14)

Drone muhabirleri (Katılımcı 6, 7, 9) drone'ların gelecekte çok daha yaygın kullanılmasının birtakım etik ve güvenlik tartışmaları da beraberinde getirebileceğini dile getirmektedir. Diğer haber kuruluşlarının çekimi yapmadan görüntünün yakalanma hırsı ve daha iyi görüntü sağlama isteğinin etik ve güvenlik kaygısının önüne geçebileceği vurgusu yapılmaktadır.

Haber kuruluşları daha kaliteli ve etkileyici haber görselleri için drone savaşları yapacaklardır. Bu durum etik sorunları beraberinde getirebilir. Çünkü görüntü alıp yayımlamak için yapılan izinsiz uçuşların özel yaşama müdahale ve güvenlik zafiyeti gibi durumlar yaratması kaçınılmazdır. Bu da drone kullanımı için yeni yasaların geleceğini gösterir. (Katılımcı 6)

Drone'un gelecekte kullanımının artacağına ilişkin genel görüşün yanında Katılımcı 5, kolluk kuvvetlerinin tavrının ve uçuş izni sorunlarının giderilmemesi durumunda drone haberciliğinin gerileyeceğini de belirtmektedir. Katılımcı 15 ise, drone üretiminde dışa bağımlı olmanın maliyetleri



artırdığını, ileride devletin yerli bir drone projesi ortaya koyacağını ve böylece tekelleşmiş yabancı modellerden bir kurtuluş olacağını aktarmaktadır.

### Sonuç

Bu çalışmada, teknolojik gelişmelerle birlikte habercilikte kullanılmaya başlanan drone’ların Türkiye’deki yansımaları incelenmiştir. Bu bağlamda haber ajanslarındaki drone muhabirlerinin habercilik alanında drone’a bakış açıları, verdikleri önem, drone’un habercilik alanındaki kullanımları ve alana etkileri ile drone kullanımının gelecekteki durumuna ilişkin görüşler değerlendirilmiştir.

Çalışmanın bulguları çerçevesinde, drone’ların habercilik alanında genellikle olumlu bir değişim yarattığı ve drone kullanımının haberciliğe önemli katkıları olduğu gözlenmektedir. Bu katkılardan en çok vurgulananların gökyüzünden çekilen estetik görsellerin izleyici ve okuyucunun beğenisini kazanması olduğu saptanmıştır. Ayrıca, drone görsellerinin habercilikte fark yaratan içerikler olduğu gözlenmiş ve haber kuruluşlarının öncelikle bu içerikleri yayımladıkları belirlenmiştir. Drone görsellerinin fark yaratması daha kaliteli ve estetik içeriklerin üretilmesini de sağlamaktadır. Geleneksel yöntemlerden helikopter görüntülerine göre zaman ve maliyet açısından oldukça avantaj sağlayan drone’ların muhabir için ulaşılmaz ya da güvenli olmayan yerlere ulaşma imkânı sağladığı da görülmektedir. Bu katkıların yanı sıra nadir de olsa değinilen bazı sorunlar olduğu da göze çarpmaktadır. Söz gelimi, uçuşa yasak alanlarda drone uçurmak ya da özel yaşama müdahale eden görüntüler çekilmesinin güvenliğe yönelik endişeler ve etik sorular doğurduğu ortaya çıkmaktadır.

Çalışmada ifade edilen görüşler ışığında, Waite’in de ifade ettiği gibi drone’un habercilikte geleceğin en önemli aktörlerinden biri olacağı görülmektedir (akt. Whitaker, 2016). Haber kuruluşlarının drone’lara giderek daha çok önem verdiği, daha fazla sayıda haberde drone kullanıldığı ve drone muhabiri istihdam edildiği karşımıza çıkmıştır. Çağın haberciliği ve gelecekte daha kaliteli ve estetik görsellerin yakalanması, habere konu olan olaya ulaşabilme ve en gerçekçi içeriklerin kaydedilmesi için drone haberciliğinin desteklenmesi gerekmektedir. Kolluk kuvvetleri ve vatandaşlar drone haberciliği konusunda bilgilendirilerek çekimlerin kolay ve daha kısa zamanda yapılması sağlanmalıdır. Ayrıca, etik sorunlar ve güvenlik zafiyeti oluşturan sivil vatandaş ve muhabirlere gerekli cezalar verilerek, kurallar içinde hareket edenler için uçuş izni hızlandırılmalı ve zorluk çıkarılmamalıdır.

Türkiye’de belirli bir yol kat etmiş olan drone haberciliği alanında yapılmış çalışmalar bulunmaktadır (Kavaklı, 2018; Şahin, 2018a). Bu çalışmalar drone kullanımının dünyada ve Türkiye’deki gelişimini inceleyen tarihsel çalışmalardır. Şahin’in (2018b) yaptığı bir diğer çalışmada, drone’la çekilmiş haber görselleri haber değeri bağlamında incelenerek drone’un haber türlerine göre kullanım durumu analiz edilmiştir. Bu çalışma ise, drone haberciliğinin dünyada ve Türkiye’deki gelişimini tarihsel olarak ele almış ve muhabirlerle yapılan görüşmeler neticesinde bulgulara erişerek drone kullanımının sahadaki yansımalarını ortaya koymaya çalışmıştır. Yeni iletişim teknolojileriyle ortaya çıkan drone haberciliğinin giderek etkisini artırması bu alanda yapılacak akademik araştırmaların önemini göstermektedir. İleriki çalışmalarda drone haberciliğinde meydana gelen etik ihlallerin örnek olaylar üzerinden değerlendirilmesi ele alınabilir. Ayrıca, Amerika ve diğer

Batı ülkelerinde drone'lar için getirilen kısıtlamalar üzerine yapılan çalışmalar Türkiye özelinde de yapılabilir.

### Kaynakça

- Bellows, B. (2013). Floating toward a Sky Near You: Unmanned Aircraft Systems and the Implications of the FAA Modernization and Reform Act of 2012. *Journal of Air Law and Commerce*, 78(3), 586-614.
- Bone, E. ve Bolkcom, C. (2003). *Unmanned aerial vehicles: Background and issues for Congress*. Library of Congress, Washington D.C: Congressional Research Service.
- Carroll, R. L. (2015). *God's eye news: The use of drones in journalism, a documentary film*. Illinois University, Theses and Dissertations. <https://ir.library.illinoisstate.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1426&context=etd> adresinden erişilmiştir.
- Captain, S. (2012). Livestreaming journalists want to occupy the skies with cheap drones. *Wired*. 10.10. 2018 tarihinde <http://www.wired.com/threatlevel/2012/01/occupy-drones/> adresinden erişilmiştir.
- Chapa, L. (2013). Drone journalism begins slow take off. *News Media and the Law*, 37(2), 9-10.
- Chamberlain, P. (2017). *Drones and Journalism: How the media is making use of unmanned aerial vehicles*. New York: Routledge.
- Corcoran, M. (2014). *Drone Journalism: Newsgathering applications of unmanned aerial vehicles (UAVs) in covering conflict, civil unrest and disaster*. Introductory Paper, Australia: Australian Broadcasting Corporation.
- Cruz Silva, J. A. (2014). *Is Ecuador prepared to deploy drone journalism?* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). The University of Edinburgh, Edinburgh.
- Cruz Silva, J. (2016). Legal and ethical state of drone journalism in Andean Community Countries. *Actas del II Simposio de la Red Internacional de Investigación de Gestión de la Comunicación*, 549-565.
- Culver, K.B. (2014). From battlefield to newsroom: Ethical implications of drone technology in journalism. *Journal of Mass Media Ethics*, 29(1), 52-64
- Çalışkan, K. (2015). Büyük medya şirketleri Virginia Tech ile drone gazeteciliğine hazırlanıyor. *Webrazzi*. 12.12.2018 tarihinde <https://webrazzi.com/2015/06/17/medya-virginia-tech-drone-gazeteciligi/> adresinden erişilmiştir.
- Drone. (t.y.) *Cambridge Online Dictionary*. 08.06.2018 tarihinde <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/drone> adresinden erişilmiştir.
- Dronelar artık hayatın her alanında. (2017, 31 Ağustos) *Anadolu Ajansı*. 10.06.2018 tarihinde <https://www.aa.com.tr/tr/bilim-teknoloji/dronelar-artik-hayatin-her-alaninda-/897590> adresinden erişilmiştir.
- Drone'lar hayatın her alanında. (2017, 15 Ocak). *Hürriyet*. 17.11.2018 tarihinde <http://www.hurriyet.com.tr/gundem/dronelar-hayatin-her-alaninda-40336312> adresinden erişilmiştir.
- Federal Aviation Administration (FAA). (2007). *Unmanned Aircraft Operations in the National Airspace System*. Unmanned Aircraft Program Office, Aircraft Certification Service.
- Fitzpatrick, A. C. (2014). Drones for good: Technological innovations, social movements and the state. *Journal of International Affairs Editorial Board*, 68(1), 19-36.
- Gagnon, V. B., Owen, T. ve Holton, A. (2017). Unmanned aerial vehicles and journalistic disruption. *Digital Journalism*, 5(10), 1226-1239.
- Garamone, J. (2002). From U.S. Civil War to Afghanistan: A short history of UAVs. U.S. Department of Defence, American Forces Press Service. *Defense.gov*. 15.11.2018 tarihinde <http://archive.defense.gov/news/newsarticle.aspx?id=44164> adresinden erişilmiştir.

- Gibb, A. S. (2013). *Droning the story* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). The University of British Columbia.
- Goldberg, D., Corcoran, M. ve Picard, R. (2013). Remotely piloted aircraft systems & journalism. *Reuters Institute for the Study of Journalism*. 15.12.2018 tarihinde <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/our-research/remotely-piloted-aircraft-systems-and-journalism> adresinden erişilmiştir.
- Gynnild, A. (2014). The robot eye witness: Extending visual journalism through drone surveillance. *Digital Journalism*, 2(3), 334-343.
- Kalsın, B. (2016). Geçmişten geleceğe internet gazeteciliği: Türkiye örneği. *The Journal of Academic Social Science Studies*, 42(3), 75-94.
- Karasar, N. (2013). *Bilimsel araştırma yöntemi*. Ankara: 3 A Araştırma Eğitim Danışmanlık Ltd.
- Kavaklı, N. (2018). Drone'ların gazetecilikte kullanımı: Drone haberciliğinin olanakları, zorlukları ve sınırları. *Erciyes İletişim Dergisi*, 5(3), 160-172.
- Longino, D. A. (1994). *Role of unmanned aerial vehicles in future armed conflict scenarios*. Alabama: Air University Press.
- McKrisken, T. (2018). Eyes and ears in the sky – drones, journalism and mass surveillance. J. Lidberg ve D. Muller (Ed.), *In the name of security – secrecy, surveillance and journalism* içinde (s. 139-154). United Kingdom: Anthem Press.
- Mclyntre, K. (2015). How current law might apply to drone journalism. *Newspaper Research Journal*, 36(2), 158-169.
- Ntalakas, A., Dimoulas, C., Kalliris, G. ve Veglis, A. (2017). Drone journalism: Generating immersive experiences. *Journal of Media Critiques*, 3(11), 187-199
- Roug, L. (2014). Eye in the sky. Drones are cheap, simple, and potential game changers for newsrooms. *Columbia Journalism Review*, 28-33.
- Sivil Havacılık Genel Müdürlüğü (SGHM). (2017). *İnsansız hava aracı sistemleri talimatı (SHT-İHA)*.
- Sivil Havacılık Genel Müdürlüğü (SGHM). (2018). Bireysel görüşme, Erişim Tarihi: 11.15.2018.
- Sivil Havacılık Genel Müdürlüğü (SHGM). (2019). SHGM.gov. 6 Mart 2019 tarihinde <https://iha.shgm.gov.tr/public/haberler?ID=1163204> adresinden erişilmiştir.
- Shakya, A. (2017). Drones help journalists gain a new perspective. *Nyujournalism.org* 10.11.2018 tarihinde <http://projects.nyujournalism.org/newsliteracy2017/topics/drone-journalism/> adresinden erişilmiştir.
- Şahin, M. (2018a). Drone journalism. *5<sup>th</sup> International Conference on Social Sciences and Education Research*, Antalya, Turkey.
- Şahin, M. (2018b). Drone gazeteciliğinin haber değerine katkısı ve Türkiye pratiği, *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, (47), 262-272.
- Tremayne, M. ve Clark, A. (2014). New perspectives from the sky. *Digital Journalism*, 2(2), 232-246
- Tompkins, A. (2017). The 2018 drone journalism forecast. *Poynter.org*. 17.9.2018 tarihinde <https://www.poynter.org/news/2018-drone-journalism-forecast> adresinden erişilmiştir.
- Waite, M. (2014). Journalism with flying robots. XRDS: Crossroads, *The ACM Magazine for Students*, 20(3), 28-31.
- Whitaker, N. (2016). An interview with Matt Waite about the future of drone journalism. *Personel Communication*. *Medium.com*. 08.09.2018 tarihinde <https://medium.com/google-news-lab/drone-journalism-an-interview-with-matt-waite-about-the-future-of-drones-in-journalism-7b1811c661aa> adresinden erişilmiştir.
- Yıldırım, Ş. ve Şimşek, H. (2013). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*, Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Yüksel, O. (2015). Drone'lar foto-muhabirliği nasıl etkiler? *Okanyuksel.com*. 12.05.2018 tarihinde <http://okanyuksel.com/2015/03/dronelar-foto-muhabirligi-nasil-etkileyecek/> adresinden erişilmiştir.

## **Ekler**

### **Ek-1**

#### **Çalışma Soruları**

- 1 – Drone'u nasıl tanımlarsınız? Drone nasıl kullanılır? Drone kullanımını için bir eğitim aldınız mı?
- 2 – Ne kadar süredir drone kullanıyorsunuz?
- 3 – Drone muhabirlerinin kurduğu bir birlik ya da topluluk var mıdır? Varsa siz bu toplulukta yer alıyor musunuz?
- 4 – Drone'u haber amaçlı olarak ne sıklıkla kullanıyorsunuz?
- 5 – Drone'lar belirli bir habercilik türüne özgü müdür, her habercilik türünde de kullanılabilir mi? Drone'ların kullanıldığı habercilik türleri nelerdir?
- 6 – Drone kullanımının gazetecilik pratiklerinde bir değişim sağladığını düşünüyor musunuz? Değiştirdiğine inanıyorsanız bunlar nedir?
- 7 – Drone'un habercilik alanına getirdiği (ekonomik, güvenlik, estetik, etik) olumlu ve olumsuz yanlar nelerdir?
- 8 – Drone kullanımı habercilikte yaşanan zorluklar veya olumsuzluklar var mıdır? Varsa nelerdir?
- 9 – Habercilikte drone kullanımının Türkiye'de yeterli derecede yaygın olarak kullanıldığını düşünüyor musunuz? Drone'ların habercilik alanında yaygınlaşması için neler yapılabilir?
- 10 – Çalıştığınız kurumda drone kullanımına verilen önem nedir? Drone kullanımı için çalışan personel ve drone kullanılarak yapılan haberlerin oranı nedir?
- 11 – Drone'un gelecekte gazetecilik pratiklerindeki yeri nasıl olacaktır? Güvenlik, yaygınlık, etik, estetik, ekonomik gibi yönlerden nasıl bir durumda olacaktır?

## The Effects of Technological Developments on Journalism Practices: Drone Journalism in Turkey

Emrah BUDAK\*

Technological developments have brought some changes and innovations on journalism practices, as in all areas. In the field of journalism, new types of journalism have emerged with the new tools brought by the developing technology. The drone journalism held in Turkey and the world is one of the types of journalism that brought by the technology. It is observed that the drones, which was used for the military purposes at first (Tremayne and Clark, 2014; Corcoran, 2014, p. 8; Ntalakas, Dimoulas, Kalliris and Veglis, 2017, p. 188; Chapa, 2013; Garamone, 2002; Longino, 1994; Bone and Bolcom, 2003, p. 2), shifted to the journalism field over time (Chamberlain, 2017; Chapa, 2013; Tremayne Clark 2014, p. 235; Goldberg, Corcoran and Picard, 2013, p. 1).

Drone that is controlled by man from the ground and is used for military and hobby purposes ("Drone", n.d.; FAA, 2007, p. 1) is becoming increasingly widespread in the field of journalism with images taken from the sky. Drones are convenient tools for taking aesthetic images in dangerous or inaccessible areas for a reporter because they can fly at a certain height and distance (Caroll, 2015, p. 9). Considering such advantages, drones are frequently used in journalism in sports events, natural disasters, protests and conflicts (Waite, 2014; Cruz Silva, 2014, p. 2; Shakya, 2017; Fitzpatrick, 2014, p. 24; Ntalakas, Dimoulas, Kalliris and Veglis, 2017, pp. 193-194; Carroll, 2015, p. 10). Drones has been used for real estate and following-up sacrificial animals in Turkey as well ("Drone'lar hayatın", 2017; "Drone'lar artık", 2017). Drone was also used for Wall Street and "Gezi Parkı" movements (Gynnild, 2014, p. 336; Captain, 2012). The use of drone brings about some ethical and safety issues due to its structure and practice, since the images taken by the remote control with drone have been stated as interfering with private life and creating security vulnerabilities with airports and security zones (Tremayne and Clark, 2014, p. 236). Therefore, there are some restrictions of the areas in the countries using drone (Cruz Silva, 2016, p. 559; SHGM, 2017).

In the United States, the major organizations such as Associated Press, Getty Images, Reuters, The New York Times, NBC and Unvision have established a network of drone journalism, (Çalışkan,

---

\* Research Assistant, Akdeniz Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Antalya, Türkiye, bdkemrah78@gmail.com. Orcid ID: 0000-0001-6896-7558

2015) as well as The Daily newspaper (Gibb, 2013, p. 31) and CNN (Yüksel, 2015; Kavaklı, 2018, p. 163; Kalsın, 2016, s. 87). In the UK, the BBC has started using drones since 2013 (Roug, 2014, p. 28). Drones are being actively used in Turkey by TRT and Anadolu Agency (AA), as well as by organizations such as Ihlas News Agency (IHA), Demirören News Agency (DHA) and Reuters (Şahin, 2018, p. 185).

As mentioned above drones are used for journalism in many countries including Turkey. While the introduction of technological developments in the field of journalism in terms of drone journalism brings some transformations, it is important to examine the changes in the news process and the advantages and disadvantages experienced in defining current journalism and determining possible changes in the field of journalism in the future.

This study aims to analyze the use of drone in Turkey's journalistic practice in the context of the positive and negative effects of drone on journalism and the role of drone usage in the future of journalism. In this scope, structured interviews conducted with 15 reporters from Anadolu Agency, Demirören News Agency, Ihlas News Agency which are Turkey's three largest news agency. The data obtained from these interviews were analyzed by descriptive research method. In the data obtained from the analysis in the study, it is seen that the reporters usually have a positive view to the drone, emphasize the ability of the drone to capture images and aesthetic images in difficult conditions. In addition to this, it is mentioned by the reporters that the drone is a smaller and more economical vehicle compared to the large cost flights with hired equipment and helicopters, and they can be used by the licensed reporters which provides freedom to the reporters (Mclyntre, 2015, s. 163). Moreover, they emphasize the visual feature of the drones that the aesthetical images recorded by the drones are welcomed by the reporters and news consumers. Participants also mentioned that it was important for reporting and public opinion to get information and images by flying drone to the region that could be dangerous for reporters and impossible to reach.

There are positive aspects of using drones for both reporters and news consumers. It is pointed out that the images taken with drone are more popular and liked by the users and the findings show that high quality and interesting visuals increase the competition in the reporting and produce more qualified content. However, it is stated that there are security (Culver, 2014, p. 14) and ethical problems when drones fly close to non-flight areas and households. As in the case of studies in the United States (Tompkins, 2017), reporters mostly illustrate situations where the security forces make troubles for using the drone and the necessary permissions for the flight are not taken. However, it is concluded that drone will be used more often in the field of journalism in the future. In the studies carried out in the West (Whitaker, 2016; Gagnon, Owen and Holton, 2017, p. 8), it is explained that the drones can be used for environmental problems and environmental journalism.

Considering the analysis results of the study, it is seen that the drones have many important aspects in terms of journalism. As Bellows stated (2013, p. 96), drones have created a change in journalism and become the eyes of the reporters in the sky (McKrisken, 2018, p. 139). It is observed that these important aspects stand out in areas such as economy, aesthetic, security and journalism profession. In addition to these positive impacts, it can also cause problems in terms of security and

ethics. In the data obtained, it is stated that drone will be an indispensable tool such as a camera in the future of journalism, technical features of drone will be used in more news and more long-term shots will be able to made. In addition, training of law enforcement officers in order to eliminate the difficulties of reporters in the use of drones and opening a quick and easy way to get permission will be positive for reporters. It is important to make further studies on drone journalism to analyze examine the relationship between communication technologies and journalism. In future studies, it may be suggested to conduct studies to compare drone visuals and traditional visuals.