

GÖÇMENLERİN MEDYADAKİ TEMSİLLERİNE İLİŞKİN BİR DEĞERLENDİRME

Hanifi KURT*

Öz: Medya, insanlara yaşam ve davranış biçimlerini belirlerken kullanabilecekleri bir dizi imaj, düşünce ve değerlendirme sunar. Medya üzerinden dolaşıma giren her mesaj, görsel veya temsilin insanların yargıları, tutumları ve davranışları üzerinde belirli oranda etkide bulunduğu varsayılır. Bu varsayımdan hareketle, göçmenleri konu alan medyadaki temsil, tasarım veya söylemlerin de göçmenlere ilişkin toplumsal yargılar, tutumlar, davranışlar üzerinde bir etkisi olduğu kabul edilir. Genel olarak göçmenler ile egemen medyaya ilişkinden hareket eden bu metin, Türkiye'deki medyadan yansıyan Suriyeli göçmenlerin sunum tarzlarına ilişkin bir değerlendirmeye girişmektedir.

Anahtar sözcükler: medya, göçmenler temsilleri, Suriyeli göçmenler

An Assessment of Immigrants' Representations in the Media

Abstract: The media offers a range of images, thoughts and assessments that people can use to determine their lifestyle and behavior. It is assumed that each message, visual or representative which is circulated through the media, has a certain influence on the judgments, attitudes and behaviors of people. With this assumption, it is considered that the representation, design or discourse which is related or about immigrants in the media, is an influence on the social judgments, attitudes and behaviors. This article that is generally moving on the dominant media relations with immigrants, aims to evaluate the presentation style of Syrian immigrants that are reflected in the media in Turkey.

Key words: media, representations of immigrants, Syrian immigrants

Geniş anlamıyla medya, geleneksel iletişimin gittikçe etkisinin azaldığı modern toplumların en önemli enformasyon taşıyıcı aygıtı hâline gelmiştir. Gündelik yaşam devriminin önemli bir kısmı enformasyona dayalı olma bakımından enformasyon toplumu; veya yüz yüze iletişimden yoksun, birbirlerinden kopuk yaşayan, dolayısıyla birbirlerine yabancılaşan bireylerin oluşturduğu kitle toplumu olarak da ifade edilen günümüz toplumları için, "enformasyonu taşıma" işlevi oldukça önemlidir. Çünkü medya söz konusu işlevi yerine getirirken nötr, nesnel veya tarafsız bir tutum veya eylemlilik biçimini ortaya koymaz. Taşıdığı enformasyonla gündelik yaşam pratiklerini belirli bir bakış açısı ile belli ölçülerde belirlediği; bireylerin yargılarını, tutum ve davranışlarını belirli oranlarda etkileyip yönlendirdiği varsayılır. Medyanın sözü edilen etkisi veya belirleyiciliğinin, göçmenlere ilişkin algıların, tutumların, davranışların gelişmesinde, pekişmesinde veya değişmesinde de etkili olduğu düşünülür. Bu düşünceden hareketle, Türkiye'deki medyadan yansıyan Suriyeli göçmenlerin sunum tarzlarına ilişkin bir değerlendirmeyi hedefleyen bu metinde göçmenlik kavramı, sığınmacı, mülteci gibi kavramları da içeren genel ve kapsayıcı bir kavram olarak ele alınmıştır.

Medyaya ilişkin kuramsal özet

Medya dolaşıma soktuğu her ürün ile az ya da çok bir biçimde insanlara enformasyon aktarır, yönlendirir, eğlendirir, sosyalleştirir, şeylere karşı tutum veya davranış geliştirmesinde etkide bulunur, yeni yaşam ve davranış modelleri kazandırır. Bireylere, kendi davranış biçimlerini belirlerken kullanabilecekleri bir dizi imaj, düşünce ve değerlendirme sunar (McQuail ve Mindahl, 1997). Bunları yaygınlaştırıp ortaklaştırarak, benzeştirerek bireylerin toplumsallaşmasında rol oynar. Medya, sadece bireyler değil, aynı zamanda bir toplumun kültürü, bilgi birikimi, norm ve değer yargılarını da süreklilik arz eden bir biçimde etkiler. Sunduğu ürünlerle hiçbir şekilde yüz yüze gelip herhangi bir temas kurmamış insanların yaygın bir deneyim ve kolektif bir hafızayı paylaşmalarını sağlar (Thompson, 1992). Aynı zamanda sözü edilen hafızanın inşasında önemli rol üstlenen medya, bu hafızanın içinde olduğu gerçekliği de belirli (çoğunlukla o anda belirli bir hegemonya oluşturmuş olan) bir ideolojik çerçevede inşa eder.

Medyayı tarihin bir anında hegemonya oluşturmuş ideolojik perspektifle hareket eden veya bu ideolojik

*Dr., Gazetecilik, Türkiye İnsan Hakları Vakfı, İzmir Dayanışma Akademisi

Geliş Tarihi / Received : 29.03.2018

Kabul Tarihi / Accepted : 09.05.2018

perspektife meşruluk sağlayamaya çalışan bir araç olarak tasvir etmek, medyaya eleştirel yaklaşımın temel savı olarak karşımıza çıkar. Zira medyayı, medyatik düzeni açıklamaya çalışan bir değer temel yaklaşım olan ve ana damar medya yaklaşımı olarak da adlandırılan liberal çoğulcu/işlevselci medya yaklaşımı, toplumu farklı çıkar gruplarından oluşan çoğulcu bir bütün olarak kabul eder. Medyanın da genel olarak nötr, tarafsız ve toplumda var olan bütün çıkar gruplarına eşit mesafede olduğunu varsayar; her grubun etki alanı oranında medyadan yararlandığı, onu kullandığı kabul edilir. Çoğulcu toplumun istek ve talepleri doğrultusunda ürünlerine yön verdiği kabul edilen medyanın, yüz yüze iletişimin yetersiz hâle geldiği modern toplumlarda iletişim ihtiyacını gidererek toplumsal bir işlevi de yerine getirdiği düşünülür. Medya, modern devletin üç temel kuvvetini (yasama, yürütme, yargı) kamu adına denetleyen "dördüncü kuvvet" veya siyasal iktidarlara karşı kamu çıkarını sürekli gözeten "watch dog" olarak tasvir edilir. Bütün bunların serbest pazar ekonomisi ile yönetilen toplumlar için geçerli olduğunu düşünen liberal yaklaşım savunucuları; her yerde olduğu gibi iletişim alanında da pazardaki rekabeti hayatın iksiri olarak kabul ederler (Keane, 1999).

Günümüz toplumlarının gerçekliğine, bu gerçekliğin içindeki medyanın yapısına/işlerliğine, sahiplik yapısına, ideolojik konumlanmalarına, yayınlarına, medyanın iktidar merkezleriyle kurduğu ilişki biçimlerine vs. bakıldığında, liberal medya yaklaşımlarının "iyimser" savlarının pek geçerli olmadığı görülür. Liberal yaklaşıma karşılık, medya kurumlarının sahiplik yapısına, ideolojik işlevine, toplumsal iktidar odaklarıyla kurduğu ilişki biçimleri üzerine yoğunlaşan eleştirel medya yaklaşımlarının günümüz medyasını veya medyatik sistemini açıklamada, tamamıyla olmasa da daha geçerli olduğu söylenebilir.

Medyaları ideolojik birer aygıt olarak ele alıp sahiplik yapısı ve toplumsal/kültürel alanlar üzerindeki etkilerine yoğunlaşan eleştirel medya yaklaşımı, ana damar iletişim araştırmalarının davranışçı yöneliminin tersine, kitle iletişim araçları ile toplumsal iktidarlar arasındaki ilişkiyi mercek altına alırlar (Fejes, 1999). Liberal görüşün iddia ettiği gibi medyanın kitleler üzerindeki etkisinin sınırlı olmadığını; aksine medyanın egemen sınıfların hâkimiyetinin devamını sağlamada merkezi rol alan ideolojik bir araç olduğunu savlar (Curran ve ark., 1986). Marksist gelenekten esinlenen eleştirel yaklaşıma göre, bir toplumdaki ekonomik değerlere sahip olan sınıf, o toplumun zihinsel, entelektüel dünyasını

biçimlendirme gücüne de sahiptir. Üretim araçlarını ellerinde bulunduranlar, kitle iletişim araçlarını da ellerinde bulundururlar. Şeylere karşı farkındalığımızı biçimlendiren, gündemi saptayan, belirli düşünceleri pekiştiren, bazılarını ise karalayan kitle iletişim araçlarının gücü, hep egemen sınıfların ilgilerine hizmet eder (Berger, 1990). Egemen sınıflar, kitle iletişim araçlarını kendi iktidarlarının devamını sağlamak, ideolojilerini meşrulaştırmak, kültürel değerlerini benimsetmek, kendi dünya görüşlerini yaymak için kullanırlar. Kitle iletişim araçları, yönetici sınıfların düşüncelerini topluma genelleştiren ve bu görüşleri kuvvetlendiren "çığırtkan" olarak görülür. Sürekli bir biçimde egemen sınıfın ilgileri ile uyumlu olan mesajlar aktararak, bu sınıfın görüşleri ile oluşturulan bir zihinsel çerçeve oluşturulur. Kapitalist toplumdaki kitlelere bu zihinsel çerçevenin sınırları içerisinde hareket etme özgürlüğü tanınarak, bir "özgürlük yanılsaması" yaratırlar. Çizilen ideolojik çerçevenin sınırları aşan her birey, her değer, her söylem, sistem dışına itilir, "öteki" veya "düşman" olarak nitelendirilir. Eleştirel perspektifte medyanın izleyici üzerindeki etkisi, hegemonik bir düzenin yaratılması ve sürdürülmesi bazında görülür (Fejes, 1999). İzleyiciler, bazen egemen sınıfın görüşleri doğrultusunda oluşan hegemonik düzeni aşmaya çalışabilir veya onunla mücadele edebilirler. Ancak kitle iletişim araçları tarafından önerilen tanımlamaları reddedebilmek için muhalif tanımlamaları ve/veya alternatif araçları elde etme imkânları zayıftır (Gurevitch ve ark., 1986).

Eleştirel düşünceye göre, kitle iletişim araçlarının izleyicilere sağladığı imajlar ve tanımlamalar, gerçekliğin çarpıtılmış ve yanlış olarak aktarılmış hâlidir. Çünkü bu tanımlamalar ve imajlar, yöneten politik ve ekonomik grupların kendi çıkarları doğrultusunda biçimlenmişlerdir. Dolayısıyla, eleştirel yorumcular, kitle iletişim araçlarının güçlü ve iktidar sahibi olduğunu ve ideolojik olarak, izleyicilere yönelik, "yanlış bilinç" ürettiğini ve statükoyu koruyarak, devam ettirdiklerini düşünürler (Berger, 1990). Medyayı, çeşitli sınıfların görüşlerinin belli sınıfların tahakkümü çerçevesinde mücadele ettiği ideolojik alanın bir parçası olarak gören eleştirel anlayışa göre, bu ideolojik alanda belli sınıfların varlığına rağmen, sonuçta medyanın kontrolü giderek monopol sermayenin elinde toplanmaktadır. Mutlak kontrol tekel olan sermayenin elindedir. Liberal anlayışta var olan ve diğer baskı gruplarından, hâkim sınıf ve iktidarlardan bağımsız olduğu kabul edilen medya profesyonelleri (özerk yönetici elitler veya sembolik seçkinler), hâkim kültürün normlarının içinde sosyalleşirler ve bu normları içselleştirirler.

Dolayısıyla, otonom bir alana sahip olduklarını zanneden medya profesyonelleri de özerk olduklarına dair bir yanılgı içerisindedirler. Böylelikle, medya çalışanları her ne kadar özerk olduklarını düşünse-ler de başat kültürün etkileri doğrultusunda haber yaparlar. İzleyicilerini bu doğrultuda yönlendirirler.

Genel olarak bakıldığında verili ekonomik koşulların belirleyiciliğini vurgulayan Ortodoks Marksist gelenekten esinlenen eleştirel medya yaklaşımının öncülleri, kitle iletişim araçlarını egemen sınıfların elinde birer ideolojik, bazen de manipülatif aygıt olarak, yanlış bilinç üreten enstrümanlar olarak tasvir ettikleri görülür. Ancak medyanın basit bir biçimde kitleleri manipüle ettiğine dair indirgemeci tavrın daha sonraki eleştirel medya çalışmalarında terk edilmeye başlandığı belirtilmelidir. Anaakım İngiliz sosyoloji geleneğinden ayrılan Kültürel Çalışmalar Ekolü, medyanın ekonomi politiğini ele alan ekonomi politik yaklaşım veya Nazi Almanyası'ndan kaçıp Birleşik Devletler'de medya, kültür, sanat, politika alanlarında çalışmalarını sürdüren bir grup entelektüelin oluşturduğu Frankfurt Okulu çevresi gibi eleştirel yaklaşıma dahil edilen sonraki anlayışlar, kitle iletişim araçlarının varsayıldığı kadar güçlü etkiye sahip olmadıkları ve bu araçların basit bir biçimde egemen sınıfların kontrolünde olmadıkları, belli oranlarda özerk yapılardan meydana geldikleri düşüncesini benimserler.

Medyayı kültürel yaşamın bir unsuru olarak gören kültürel çalışmalara göre medya, kentli endüstriyel toplumlarda kültürel alana egemen olmasından ötürü eleştirel analizin başlıca alanı hâline gelmiştir. Ürünleri maddi tahakkümden çok kültürel liderlik peşinde koşanların çatışmalarını yansıtan medya, toplumsal grupların çatışma alanı olarak görülür. Buradaki çıkar çatışması "kültürel aktiviteler" olarak kabul edilir. Dolayısıyla burada medya, çatışmalı ve karmaşık gerçeklik parçalarını bir araya getirerek ve eğer gerekiyorsa bunları uzlaştırarak bir toplumsal totaliteye dair anlayışın üretilmesine yardım ettiği için önemlidir (Hardt, 1999). Kültürel yaklaşımçılara göre, bu gücünün farkında olan medya da kendi kültürel ve ideolojik konumunu korumak için çeşitli faaliyetlerde bulunur: "Medya toplumsal bilgiyi sağlar ve seçmeci olarak inşa eder; toplumsal hayatın çoğulculuğunu sınıflandırır ve üzerinde düşünümde bulunur; karmaşık, onaylanmış bir düzen inşa eder" (Hall 1979'dan aktaran Hardt, 1999). Medyanın egemen ideolojik tanımlamaların, temsillerin dolaşımında ve zihinlerde pekişmesindeki rolünü ele alan kültürcü yaklaşım, "medya içeriğinin ve etkisinin, medya iletilerinin üretildikleri ve alımlandıkları

toplumsal çevre tarafından biçimlendiğini varsayar" (Hall 1980'den aktaran Fejes, 1999). Böylelikle izleyicileri pasif ve birbirinin aynı sayan anlayışı da yıkar. Onun yerine, farklı siyasal ve sosyal yönelimlere sahip izleyicilerin, mesajları deşifre edilmiş biçimlerinin farklılığını öne çıkarır (Tiliç, 1998).

Medyanın sahiplik yapısına, devlet ile ilişkisine ve ekonominin büyük şirketlerce tahakküm altına alınmış olmasına yoğunlaşan ekonomi politik yaklaşım, medya üretiminin ekonomik yapısına, süreçlerine ve tekelleşen medya kuruluşlarının ortaya çıkarttığı sorunlara odaklanır. Bu yaklaşım, medyayı öncelikli olarak ekonomik bir olgu olarak görür. Medyanın hem meta üretimi ve değişiminde artı-değer yaratıcısı olarak doğrudan bir rolü olduğunu, hem de reklamcılık yoluyla meta üretiminin diğer kesimlerinde artı-değer üreterek dolaylı bir rol oynadığını varsayar (Keane, 1999). Pratikleri ekonomik yapı tarafından belirlenen medyanın görece özerk olduğunu kabul eder. Ekonominin ise ancak makro düzeyde belirleyici olduğunu savlar. Medyanın sonuçta bir ticari kuruluş olduğu, bu hâllerine de, kârlarını sürekli artırmak, karşılaşabilecekleri riskleri azaltma çabası içinde oldukları üzerinde duran ekonomi politik paradigma, bundan dolayı, medyanın genel olarak kabul gören ürünleri sunduğunu, popüler olmayan ürünleri yayınlamadığını savunur. Medyanın, giderek tekelleşme eğilimi gösteren ticari kuruluş olmalarıyla birlikte aynı zamanda ideolojik işlevleri olduğu da kabul edilir. Ekonomi politik yaklaşımın önemli temsilcisi Murdock, iletişim endüstrisinin olağandışı bir biçimde hem mal hem de hizmet ürettiğini, bu ürünlerin, çağdaş ve "iyi yaşam"ın imajlarını sağladığını, dolayısıyla, medyanın sosyal bilincin şekillenmesinde öncül rol oynadığını belirtir (Murdock, 1986). Diğer bazı ekonomi politikçiler ise medyanın temel işlevinin sınıfsal mücadelenin ortaya çıkarttığı temel çatışma ve çekişmeleri gizlemek veya yanlış sunmak olduğunu ifade ederler (Curran ve ark., 1986). Buradan yayılan ideoloji, mücadeleleri yok eden bir mücadele yolu hâline gelir. Medyanın rolü ise medya tarafından sahiplenilen ve kontrol edilen sınıf çıkarları içinde, yanlış bilinç üretimini meşrulaştırma olarak görülür.

Kitle iletişim araçlarını insanların modern topluma entegrasyonlarını sağlayan önemli unsurlar olarak gören Frankfurt Okulu çevresi, bu araçları aynı zamanda "popüler kültür" yayarak algılamaları yok eden ve bireyleri pasifleştiren kurumlar olarak görür (Tiliç, 1998). Okulun önemli temsilcilerinden olan Horkheimer ve Adorno medyanın toplum bireyleri üzerindeki etkilerini liberalizmin amacı

olarak ortaya çıkan "kültür endüstrisi" kavramı ile açıklarlar. Modern dünyada mekanik yeniden üretim ile birlikte sanatın kendi "aura"sından ayrıldığını savunan düşünürlere göre, bundan böyle, sanat düzenlenmiş, kayda geçirilmiş, sanayi üretimine uyduurulmuş, satılık ve kullanılabilir bir meta türüdür ve sanatın ticareti artık amaç değil biricik ilke olmuştur (**Horkheimer ve Adorno, 1996**). Onlara göre, kitle iletişim endüstrisi yüksek ve alçak kültürler arasındaki ayırımı yok ederek, bu türden eğilimleri güçlendirmekte, kültür endüstrisinden çıkan endüstrileşmiş haberler ve eğlence malzemeleri tüketicilere bilgi vermekte, zevkten dört köşe etmekte, şaşkına çevirmekte ve endüstri kapitalizminin gücü tüketicilerin zihinlerine nakşedilmektedir (**Keane, 1999**). Medyalar, kültür tekelinin propagandasını yapmakta; kültür ürünlerinin varoluşuna neden olan şeyleri sürekli övmektedir (**Horkheimer ve Adorno, 1996**). Horkheimer ve Adorno'ya göre kültür endüstrisi, tüketicilerini yalnızca ürettiğini tükettiklerinde tatmin olacaklarına inandırmakla kalmaz; aynı zamanda sunulanlarla yetinmeleri gerektiğini ifade eden standart kitle üretimi yapar. Bu standart kitle üretiminin insanları tek tipleştirdiğini, insanların eleştirel düşünme kabiliyetini törpülediğini dile getirirler. Böylelikle "Kitleler yönetilenlerin isteklerini benimsemekte, köle hâline gelmelerine neden olan ideolojiye inatla sarılmaktadırlar" (**Horkheimer ve Adorno, 1996**). Bu durum ise "akıl tutulması" veya "insanın tek boyutluluğu" biçiminde kavramlaştırılır. Akıl tutulan veya tek boyutlu insan, günlük hayatın monotonluklarından kurtulmak için medyaya sarılmakta, dünyadan, olup bitenlerden haberdar olduğu yanılması içine girmektedir. Böyle bir birey, sahte bireyseliği yaygınlaştıran medya ürünleri ile eğlenmekte, mutlu olmakta, başarılı olduğunu düşünmekte, böylece çevresinde olup biten adaletsizlikleri ve acıları unutmakta, eleştirel düşünme yetisini kaybetmektedir (**Keane, 1999**). Eğlence ve bilgi endüstrisinin dolayısıyla medyanın kudretine vurgu yapan Marcuse'a göre, eğlence ve bilgi endüstrisi izleyicileri endokrine ve manipüle etmekte, böylece yapay bir bilinç yaymaktadır. Sonuç olarak da tek boyutlu düşünce ve davranışa sahip bireyin ortaya çıkmasında yardımcı olmaktadır: "Toplu ulaşım ve haberleşme araçları..., karşı konulmaz eğlence furyası ve haber endüstrisi, beraberinde, belirli davranışlar ve alışkanlıklarla, tüketiciyi ister istemez üreticiye ve bu yolla da bütüne bağlayan belirli entelektüel ve duygusal tepkiler getirirler. Ürünler, kişileri endokrine eder ve yönetirler. ... yapay bilinç yaratırlar" (**Marcuse, 1968**). Bu yapay bilinç çerçevesinde bir yaşam biçimi yaratırlar. Ona göre çağdaş toplumlarda aynı gazeteyi okuyorlar

diye sınıflar arasındaki eşitsizlikler ortadan kalkmaz, özgürlük anlamını taşımaz, bu "sadece, kurulu düzenin korunmasına yarayan ihtiyaç ve doygunlukların temelindeki halk tarafından ne denli geniş ölçüde paylaşıldıklarını gösterir" (**Marcuse, 1968**). Bu hâliyle hem burjuva bireyciliğinin hem de emekçi sınıfların devrimci potansiyellerinin aşınmasına yol açan medya, yaydığı reklamlarla bireyin kontrolü dışındaki güçler tarafından belirlenen sosyetik içerik ve fonksiyonlara sahip dinlenme, eğlenme, davranma ve tüketme, başkalarının sevdiklerini sevmeye, nefret ettiklerinden nefret etme gibi yapay ihtiyaçları yayar (**Marcuse, 1968**). Böylelikle "aklı tutulan" ya da "tek boyutlu hâle gelen insan"ın inşasında önemli rol oynar.

Görüldüğü gibi uygulamada kitle iletişim araçlarının basit bir biçimde tamamen egemen sınıfların kontrolünde olmadığı, belli oranlarda özerk yapılardan oluştuğu ifade edilebilir. Bu araçlar yaydıkları ürünleri her ne kadar tarihin o anında hegemonya oluşturan ideolojinin çerçevesinde oluştursalar da aynı zamanda söz konusu hegemonik düzenin sürdürülmesinde, meşruluk kazanmasında, yeniden üretilmesinde aktif rol oynarlar. Bu çalışmanın özelinde olduğu gibi göçmenlerin medyadaki temsilleri için de aynı durumun söz konusu olduğu ifade edilebilir. Medyada sunulan göçmen profili, göçmenlere ilişkin toplumsal genel algıdan bağımsız olmadığı gibi medyada yayılan göçmen temsilleri ile genel algı yeniden üretilerek sürdürülmekte ve/veya meşrulaştırılmaktadır. Bazı durumlarda ise genel algıdan tamamen ayrılmadan göçmenlere ilişkin farklı temsiller inşa edilebilmektedir. Genel olarak negatif çağrışımlara sahip bu temsiller gerçek yaşamda da her zaman karşılık bulabilir: yerleşik insanların göçmenlere yönelik davranışlarını belirlemede az ya da çok etkili olurlar.

Medya ve göçmenler

Gönüllü veya keyfi olarak yer değiştirmeler dışında göçmenlik kategorik olarak bir "soruna" işaret eder. Göçmenler savaş, iç savaş, zorlu siyasal, toplumsal ve ekonomik koşullar, doğal afetler, çevresel sorunlar gibi zorlayıcı nedenlerle daha iyi yaşam koşullarına sahip olmak için buldukları ülkeleri/bölgeleri terk edip, görece daha iyi koşulların olduğu ülkelere/bölgelere hareket ederler. Hareket süreçleri, genellikle oldukça zorlu, yıpratıcı ve acılı olur. Bazı durumlarda ise dünyada bir çok örneği bulunan insanlık trajedisine dönüşebilir. Göçmenler, zorlukları aşip hedefledikleri ülkelere/bölgelere vardıklarında karşılaştıkları sorunlar da farklılaşır: dışlanmak, zorlu çalışma koşullarına maruz bırakılmak, ayrımcılığa

uğramak, hukuki statüsüzlük ile karşı karşıya kalmak gibi pek çok zorluğa maruz kalabilirler. Geldikleri "ev sahibi" ülkelerde görünür olmaya başladıklarında ise pek çok ekonomik, sosyal bazen de kültürel sorunların kaynağı olarak görülmeye başlanırlar. Toplumlarda oluşan bu algı nedeniyle, yaşamın neredeyse her alanında ve özellikle medya temsillerinde çoğu zaman "günah keçisi" olarak tasarlanırlar (**Göker ve Keskin, 2015**). Medyada yayılan bu tasarımlar, gerçek yaşamda ve dünyanın herhangi bir bölgesinde karşılık bulma potansiyeline sahiptirler.

Bu alanda yapılan çalışmalar, ana akım egemen medyadan yayılan olumsuz tasarımların veya stereotiplerin, sadece göçmenler için değil neredeyse bütün dezavantajlı veya azınlıklar, yoksullar, göçmenler, yabancılar vb. dış toplumsal gruplar için geçerli olduğunu ortaya koyar. Batı'daki medyanın ürünleri üzerinde yaptığı analizlerle dezavantajlı grupların medyadaki temsillerine veya stereotiplerine ilişkin sonuçları ortaya koyan van Dijk'in yaptığı tasnif, bu konuda açıklayıcı görünmektedir. van Dijk'a göre dezavantajlı gruplar, başat medyada (a) güçlü/egemen grupların aksine oldukça az yer alırlar; (b) itibarlı haber kaynakları olarak çok nadir kullanılırlar; (c) her zaman olumsuz olmasa da klişeleştirilmiş bir tarzda, değerli kaynaklarımıza bir külfet ya da hatta tehdit olarak değilse bile öncelikli bir "sorun" olarak betimlenirler; (d) normlarımız, amaçlarımız, uzmanlığımız ya da kültürümüzle karşılaştırıldığında "yetersiz" ya da "geri" olarak tasvir edilirler; (e) bundan dolayı da yardımımıza, anlayışımıza, desteğimize ihtiyaç duydukları varsayılır. Bazen de "ev sahipleri"nin toplumsal, siyasal, kültürel normlarına veya hâkim ideolojilerine entegre edilecekler olarak sunulurlar (**van Dijk, 1999**). Bazı durumlarda söylemlerin/dilin ayrımcılık yönünde daha da sertleştirdiği, göçmenlerin veya genel olarak "yabancıların" doğrudan hedef olduğu yayın tarzları da görülür. Böyle durumlarda medya, göçmenleri/yabancıları genel bir kategori olarak işaretler; onlara yönelik xenofobik, ırkçı ve ayrımcı söylemleri yayar; stereotiplere dayalı, mağduriyet yaratan, hedef gösteren ya da en iyi ihtimalle sorunları ve nedenlerini "görmezden gelen" haber içeriklerini yaygınlaştırır (**Doğanay ve Keneş, 2016**). Dolayısıyla, pozitif içerikli yayınların varlığıyla birlikte, medyanın göçmenlere yönelik genel tavrının, çoğunlukla yüceltilen "biz" ile ötekileştirilen, olumsuzlanan veya neredeyse her alanda "yük" ve "sorun" olarak görülen "onlar" ideolojik stratejisi üzerinden yürüdüğü ifade edilebilir.

Göçmenlerin veya "yabancıların" medyadaki temsillerine ilişkin eleştirel medya yaklaşımları perspektifi

ile çizilen genel çerçevenin Türkiye'deki medyadan yayılan göçmen temsilleri için de geçerli olduğunu ifade etmek yanlış olmaz. Ancak özellikle Türkiye'de belirli ideolojik görüşler çerçevesinde yayın yapan medyanın ve bazı internet ortamlarının özellikle Suriyeli göçmenleri ötekileştirme, dışlama, "yük" olarak görme veya "günah keçisi" olarak sunma konusunda daha doğrudan ve açık bir tarzda yayın yaptıkları belirtilmelidir.

Türkiye mediasında göçmenlerin tezahürü

Türkiye'deki anaakım medyanın göçmenlere veya özellikle Suriyeli göçmenlere ilişkin yaptığı haberlere bakıldığında -göçmenlere ilişkin olgusal gerçekleri içeren; yaşadıkları zorlukları dile getiren; ülkeye ekonomik ve kültürel olarak yaptıkları katkıları aktaran; onlarla olan ortak kültüre/inanca vurgu yapan; onlara yönelik negatif tutumları, temsilleri kınayan ve haklarını savunan görüşleri aktaran; göçmenlerin görüşlerine doğrudan yer veren görece az da olsa olumlu haberlere (**Pandır ve ark., 2015**), köşe yazılarına, röportajlara karşın; medyada genel olarak göçmenleri "günah keçisi", "tehdit" veya özellikle ekonomik anlamda "yük" olarak gösteren söylemlerin, temsillerin yeniden üretildiği söylenebilir. Türkiye'deki egemen medyada, göçmenlerin sıklıkla olumsuz kelimeler/ifadelerle ilişkilendirildikleri; ülkeye sosyal, kültürel, bazen de ahlaki ve özellikle ekonomik "sorun" getiren gruplar olarak tasvir edildikleri; genellikle güvenlik ile ilişkilendirilerek toplumdaki pek çok olumsuzluğun, çatışmanın nedeni olarak sunuldukları görülür. Sürekli olarak bir sorunun kaynağı ya da bir mağduriyet ekseninde haberlerin konusu olan göçmenler, statüleri gereği belirli haklara sahip gruplar olarak değil de; Türkiye'deki siyasal iktidarın Suriyeli göçmenlere yönelik "açık kapı" politikasının etkisiyle, daha çok yardıma muhtaç ve "yüce gönüllülükle" yardım edilmesi gereken gruplar olarak temsil edilirler.

Türkiye'deki medyada göçmenlerin temsiline ilişkin akademik çalışmaların görece yeni olmasına ve Suriyelilerin Türkiye'ye göç etmesiyle görünür olmalarına karşın, yukarıda anlatılan çerçevede önemli tespitleri ortaya koyarlar. Bu araştırmalardan elde edilen sonuçlara bakıldığında yukarıda anlatılanlarla paralellik gösterdikleri görülür. Araştırma sonuçları, Türkiye'deki medyada yer alan haberlere bakıldığında göçmenleri isimlendirmede veya kategorilendirmede açık bir sorunun olduğunu ortaya koyarlar. Bu sorun medyada görüldüğü gibi toplumda, politik alanda, hatta akademik çalışmalarda da görülür. Ancak özellikle medyada, Suriyeli genel başlığı altında "misafir", "mülteci",

"sığınmacı", "göçmen", "kaçak", "yabancı" gibi değişik adlandırmalar kullanılır. Farklı sonuçları olan ve hukuki olarak birbirlerinden farklı statülere sahip bu adlandırmalar, genel olarak Türkiye'deki medyanın konuya olan uzaklığını ve veri eksikliğini göstermesi açısından önemlidir (**Kolukırcık, 2009**). Ayrıca, medya metinlerindeki göçmen adlandırmalarının, ayrımcı söylemlerin yeniden üretilmesiyle yakından ilişkili olduğu vurgulanmalıdır. Özellikle, ideolojik yelpazenin daha uç notlarında olan medyada veya internet ortamlarında mülteciler, "savaş kaçkını", "terörist", "korkak", "pis", "hain", "hırsız", "bedavacı", "cahil" gibi olumsuz ifadelerle yaftalanırlar. Böylelikle bu medya ortamları mültecilere yönelik daha sert ayrımcı veya ırkçı söylemlerin yeniden üretilmesini sağlamış olurlar (**Doğanay ve Keneş, 2016**).

Suriyeli göçmenlerin haber konusu yapılma biçiminden hareketle Türkiye'deki medyanın hak temelli bakış açısından yoksun olduğu görülür. Köşe yazarlarının ve haberlerin çoğunda mültecilere yönelik ayrımcılığın önlenmesi dahil, insan haklarıyla ilgili temel argümanların kullanılmadığını ve mültecilerin insan haklarının korunmasıyla ilgili faaliyet yürüten hak temelli sivil toplum kuruluşlarına oldukça sınırlı yer verdiği söylenebilir. Hak temelli bakış açısından yoksun medya, daha çok güvenlik endeksli bir bakış açısını ortaya koyar. Ancak güvenliğin insani boyutuna herhangi bir atıf yaptığı söylenemez (**Ataman, 2014**). Aksine, Suriyeli göçmenlerin varlığını bir "tehdit" olarak kurgulayan haberlere sıkça rastlanır. Bu tehdit algısının, Suriyelilerin beraberinde getirdiği varsayılan ekonomik yük ve güvenlik sorunu ile ilişkisi kurulur. Hatta bazen de hükümetin dış politikasını eleştirmenin bir aracı olarak sunulur (**Doğanay ve Keneş, 2016**).

Göçmenlere ilişkin medyadan yayılan haberlere bakıldığında konunun insani boyutundan veya göçmenlerin yaşadığı hak ihlallerinden daha çok beraberlerinde getirdikleri "sorunlar"ın gündeme getirildiği görülür. Örneğin hükümetin iç savaştan kaçan Suriyelilere yönelik açık kapı politikasını onaylayan veya doğrudan destekleyen medya kuruluşlarında bile konu, Suriyelilerin Türkiye'deki varlığına, maruz kaldıkları hak ihlallerine ve/veya meselenin insani boyutuna değil; harcanan paralara, yapılan yardımların miktarına veya Suriye'den gelenlerin sayısının çokluğuna sürekli vurgu yapılarak, gündemde tutulur (**Doğanay ve Keneş, 2016**). Bu durumla bağlantılı olarak, Doğanay ve Keneş'in vurguladığı gibi Suriyelilerin Türkiye'deki varlığı, içinde buldukları koşulları ve kamuoyunda mültecilerin kentlerdeki "aşırı görünürlüğüne" yönelik tepkileri

"duygusallaştıran" bir haber dilinin kullanıldığı görülür; soruna karşı "vicdani çözümler" ileri sürülür; böyle zamanlarda yardımlaşma ve dayanışmanın önemine vurgu yapılır. Bütün bunlara karşın yaşanan olumsuz durumun toplumsal-politik nedenlerine veya sonuçlarına yönelik herhangi bir imada dahi bulunulmaz (**Doğanay ve Keneş, 2016**). Bu sorunlar gündeme sorumluluğun göçmenlere yüklendiği bir bağlamda gelir. Bir çok toplumsal, ekonomik sorunla birlikte anılan göçmenler, şehirlerdeki gürültünün, çevre kirliliğinin, güvenliksizliğin, kavganın, kargaşanın ve hatta dilencililiğin müsebbibi olarak sunulurlar.

Çoğunlukla tiraj kaygısıyla hareket eden Türkiye'deki medyanın, dinleyicinin dikkatini çekme adına göçmenleri konu alan haberleri dramatize etme veya popülize etme stratejisine yoğun bir biçimde başvurduğunu vurgulamak gerekir. Dramatize ettiği göçmen hikâyelerini sık sık tekrarlayan, abartan medya metaforlara, insanları etkileyen söz oyunlarına başvurmaktan kaçınmaz (**Kolukırcık, 2009**). Son olarak, göçmenlere ama özellikle Suriyeli göçmenlere ilişkin haberlerde başvurulan haber kaynaklarının göçmenlerin kendileri değil, daha çok onların adına konuşmaya istekli kişiler olduğunu belirtmek gerekir. Bu kişilerin genellikle sosyal, ekonomik, siyasal güçle/iktidarla donatılmış devletin üst düzey yetkilileri, bakanları, milletvekilleri, valiler, kaymakamlar, belediye başkanları ve iktisadi konular söz konusu olduğunda iş adamları olduğu görülür. Dolayısıyla medyada sunulan göçmenler, diğer bütün dezavantajlı toplumsal gruplarda olduğu gibi, kendileri konuşarak habere kaynaklık eden özne değil, daha çok haklarında konuşulan "nesne"ler olarak karşımıza çıkarlar.

Sonuç yerine

Dezavantajlı bir hâl olarak göçmenliğe ilişkin pek çok sorunun yanında, göçmenler gittikleri ülkelerde çoğu zaman bir anlamda aniden "sağır ve dilsiz"e dönüşürler. Değil gittiği ülkenin medyasında kendini anlatma imkânına sahip olmayı; genelde gündelik yaşamını sürdüreceği düzeyde dahi kendini ifade etme olanaklarından yoksundurlar. Suriyeli göçmenler örneğinde olduğu gibi toplumsal, siyasal, ekonomik, bazen de kültürel güçlerle donanmış "otoriteler" onların adına medyalarda konuşur. Haklarını anlatan, onları hakları çerçevesinde savunan, yaşadığı zorlukları dile getiren, zorluklarla baş etmesi için onunla dayanışma içinde yer alan veya almaya istekli kişi veya kurumların da pek sesleri duyulmaz. Dolayısıyla medyada göçmenlere ilişkin oluşan, oluşturulan, sunulan sosyal temsillerin,

stereotiplerin veya tasarımların genellikle gidilen ülkede o anda hegemonya oluşturmuş olan ve medya yayınları üzerinde etki sahibi güç odaklarının ideolojileri, düşünceleri çerçevesinde biçimlenir. Bu hâliyle, göçmenler aktif özne olarak haberin kaynağı değil, daha çok edilgen, mağdur ve dolayısıyla haberlerde “nesneleştirilenlerdirler”.

Medyada temsil edilme veya sunulma biçimi, her toplumsal grup için önemlidir ancak göçmenler için özellikle önem arz eder. Bu temsiller, sıradan okuyucu, dinleyici veya izleyicilerin göçmenlere ilişkin algılarının, tutumlarının ve en önemlisi onlara yönelik davranışlarının oluşmasında, değişmesinde veya pekişmesinde belirleyici olabilmektedir. Dolayısıyla pozitif mesaj içeren yayınlara sahip bir medya, göçmenlere gittikleri ülkelerde hayatlarını kolaylaştırmada yardımcı bir etkene dönüşebilir. Ancak Türkiye'deki medyadan yansıyan Suriyeli göçmenlere ilişkin yayınlara bakıldığında, az sayıda da olsa olumlu haber örneklerine karşın, göçmenlere ilişkin yayılan temsillerin veya kullanılan dilin/söylemin genel olarak onları olumsuzladığı; gündelik yaşama yansıyan bu olumsuzlamanın hayatlarını daha da zorlaştırdığı ifade edilebilir. Hak temelli perspektiften yoksun; onları sorunların kaynağı gösteren; bazen de “günah keçisi” olarak sunan; ve daha çok güvenlikçi bir yayın politikası izleyen medyanın, asıl sorunları gündeme getirmekten uzak bir tarzda tiraj veya reyting kaygısıyla göçmenlerin yaşadıklarını dramatize ettiği, abartılı metaforlara başvurduğu, popüler bir tarz benimsediği ve bazen de yaşananları magazinleştirip bir anlamda göçmenlerin karşılaştıkları zorlukları “değersizleştirdiği” söylenebilir.

Kaynaklar

- Ataman, H.** (2014) *Yazılı Basında Ayrımcı Söylem: Suriyeli Mülteciler. Medyada Nefret Söylemi ve Ayrımcı Dil: Eylül - Aralık 2014 Raporu, Hrant Dink Vakfı. Erişim tarihi 1 Mart 2018, <https://hrantdink.org/attachments/article/394/Medyada-Nefret-Soylemi-Eylul-Aralik-2014.pdf>*
- Berger, A.A.** (1990) *AGITPOP: Political Culture and Communication Theory, New Brunswick: Transaction Publishers.*
- Curran, J., Gurevitch, M., Wollacott, J.** (1986) *The Study of the Media: Theoretical Approaches, in M. Gurevitch et al. (eds), Culture, Society and the Media, London: Routledge.*
- Doğanay, Ü., Keneş, H.Ç.** (2016) *Yazılı Basında Suriyeli 'Mülteciler': Ayrımcı Söylemlerin Rasyonel ve Duygusal Gereksinimlerinin İnşası, Mülkiye Dergisi, 40 (1):143-184.*
- Fejes, F.** (1999) *Eleştirel Kitle İletişimi Araştırması veya Etkileri, içinde Mehmet Küçük (Der. ve Çev.) Medya, İktidar, İdeoloji, Ankara: Ark.*
- Göker, G., Keskin, S.** (2015) *Haber Medyası ve Mülteciler: Suriyeli Mültecilerin Türk Yazılı Basınındaki Temsili, İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi, (41): 229-256.*

Gurevitch, M. et al. (1986) *Preface, in M. Gurevitch et al. (eds), Culture, Society and the Media, London: Routledge.*

Hardt, H. (1999) *Eleştirel'in Geri Dönüşü ve Radikal Muhalefetin Meydan Okuyuşu: Eleştirel Teori, Kültürel Çalışmalar ve Amerikan Kitle İletişimi Araştırması, içinde Mehmet Küçük (Der. ve Çev.) Medya, İktidar, İdeoloji, Ankara: Ark.*

Horkheimer, M., Adorno, T.W. (1996) *Aydınlanmanın Diyalogluğu: Felsefi Fragmanlar II, Çev. Oğuz Özügül, İstanbul: Kambalçı.*

Keane, J. (1999) *Medya ve Demokrasi, Çev. Haluk Şahin, İstanbul: Ayrıntı.*

Kolukırık, S. (2009) *Mülteci ve Sığınmacı Olgusunun Medyadaki Görünümü: Medya Politikası Üzerine Bir Değerlendirme, Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 8(1):1-20.*

Marcuse, H. (1968) *Tek Boyutlu İnsan: İleri Endüstriyel Toplumun İdeoloji Üzerine İnceleme, Çev. Seçkin Çağan, İstanbul: May.*

McQuail, D., Mindahl, S. (1997) *Kitle İletişim Modelleri, Çev. Konca Yumlu, Ankara: İmge.*

Murdock, G. (1986) *Large Corporations and the Control of the Communications Industries, in M. Gurevitch et al. (eds), Culture, Society and the Media, London: Routledge.*

Pandır, M., Efe, İ., Paksoy, A. F. (2015) *Türk Basınında Suriyeli Sığınmacı Temsili Üzerine Bir İçerik Analizi, Marmara İletişim Dergisi, 24:1-26.*

Thompson J.B. (1992) *Ideology and Modern Culture, London: Polity Press*

Tılıç, L.D. (1998) *Utaniyorum Ama Gazeteciyim, İstanbul: İletişim.*

van Dijk, T.A. (1999) *Söylemin Yapıları ve İktidarın Yapıları, içinde Mehmet Küçük (Der. ve Çev.) Medya, İktidar, İdeoloji, Ankara: Ark.*