TC

Selçuk Üniversitesi

Sosyal Bilimler Enstitüsü

Radyo Televizyon ve Sinema Anabilim Dalı

Radyo Televizyon ve Sinema Bilim Dalı

Düşman Medya Kavramı Çerçevesinde Türkiye'de Siyasi Eğilimler ve Kitle İletişim Araçları Kullanıcılarının Tarafsızlık Algısı

Selman Selim Akyüz

DOKTORA TEZİ

Danışman

Doç. Dr. Mete Kazaz

Konya 2017

TC

Selçuk Üniversitesi

Sosyal Bilimler Enstitüsü

Radyo Televizyon ve Sinema Anabilim Dalı

Radyo Televizyon ve Sinema Bilim Dalı

Düşman Medya Kavramı Çerçevesinde Türkiye'de Siyasi Eğilimler ve Kitle İletişim Araçları Kullanıcılarının Tarafsızlık Algısı

Selman Selim Akyüz

DOKTORA TEZİ

Danışman

Doç. Dr. Mete Kazaz

Bu çalışma, Selçuk Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri Koordinatörlüğü tarafından 17103002 numaralı doktora tez projesi olarak desteklenmiştir.

Konya 2017

Teşekkür

Türkiye'de medya siyaset ilişkisi ve seçmenlerin eğilimleri bağlamında kitle iletişim araçları takipçilerinin tarafsızlık algısını ortaya koyduğum bu çalışmaya katkı sağlayan, danışmanım ve hocam Sayın Doç. Dr. Mete Kazaz'a, çalışmanın gerek teorik gerekse uygulama aşamalarında çok değerli katkılar sunan Prof. Dr. Birol Gülnar'a, Prof. Dr. Mehmet Fidan'a, doktora projemi destekleyen Selçuk Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri Koordinatörlüğü'ne, manevi desteği için Selçuk Üniversitesi Rektörü Sayın Prof. Dr. Mustafa Şahin'e, doktora yapmam konusunda beni teşvik eden ve çalışma sürecinde desteğini esirgemeyen Sevgili Eşim Canan Tercan Akyüz'e ve sevgili çocuklarım Zeynep, Ali Hakan ve Elif'e şükranlarımla…

T. C.
SELÇUK ÜNİVERSİTESİ
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü

Öğrencinin

Adı Soyadı	Selman Selim Akyüz
Numarası	124123022010
Ana Bilim / Bilim Dalı	Radyo Televizyon ve Sinema / Radyo Televizyon ve Sinema
Programı	Tezli Yüksek Lisans ☐ Doktora ☒
Tez Danışmanı	Doç. Dr. Mete Kazaz
Tezin Adı	Düşman Medya Kavramı Çerçevesinde Türkiye'de Siyasi Eğilimler ve Kitle İletişim Araçları Kullanıcılarının Tarafsızlık Algısı

ÖZET

Düşman Medya Etkisi çerçevesinde, Türkiye'de siyasi kutuplaşma ve seçmenlerin partizanlık düzeylerinin televizyon izleyicisi özelinde kitle iletişim araçları kullanıcılarının tarafsızlık algısına etkisini araştırdığımız bu çalışmada, seçmenlerin sosyo-psikolojik özelliklerinin medyaya bakışı belirlemedeki rolü değerlendirilmiştir.

Çalışmanın literatür araştırması bölümünde, tezimizi üzerine inşa ettiğimiz Düşman Medya Etkisi, izleyici etki araştırmaları içinde bir çok araştırmanın konusu olmuştur. Bu kavramın ana hatlarına bakıldığında; özellikle, seçimler, doğal afetler ve önemli sosyal olaylar gibi medyaya olan ilgi ve bağımlılığın arttığı kriz dönemlerinde görünürlüğü artan, insanların gerek kişisel düşünce, önyargı ve önceki tecrübeleri, gerekse grup aidiyetleri bağlamında medyayı, belli mecraları ya da belli yayın organlarını düşmanlaştırdığı, güvenilmez bulduğu varsayımından hareket edilmektedir.

Çalışmanın uygulama bölümünde Türkiye genelini temsil eden örneklem üzerinde yapılan alan araştırmasının sonuçları, kuram çerçevesinde ortaya konan hipotezlerin desteklendiğini ortaya koymuştur.

16 Nisan 2017 tarihinde yapılan ve Türkiye'de yönetim şeklinin değişmesiyle sonuçlanan referandum öncesi yapılan araştırmada, seçmenlerin medyayı genel olarak taraflı ve güvenilmez bulduğu, mecralar (TV, gazete, sosyal medya vb) arasında güvenilirlik ve taraflılık düzeylerinin değiştiği, seçmenlerin parti tercihleri ve aidiyet düzeylerinin de bu farklılıkta etkili olduğu belirlenmiştir.

Türkiye'deki seçmen eğilimleri ve ideolojik aidiyetlerin kanal tercihlerine belirgin bir yansıması olduğu görülürken, televizyon kanallarının bu eğilimlerden yola çıkarak katharsis (duygusal boşalma) satma yönünde yayın içeriklerini düzenlediği düşünülmektedir.

Türkiye'de siyaset ve televizyon ilişkisinin yanında seçmen eğilimlerinin bu ilişkiyi etkileme düzeyinin anlaşılması adına çalışma önemli sonuçların ortaya çıkmasına katkı sağlamıştır.

T. C.
SELÇUK ÜNİVERSİTESİ
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü

Öğrencinin		
	Adı Soyadı	Selman Selim Akyüz
	Numarası	124123022010
	Ana Bilim / Bilim Dalı	Radyo Televizyon ve Sinema / Radyo Televizyon ve Sinema
	Programı	Tezli Yüksek Lisans ☐ Doktora ☒
	Tez Danışmanı	Doç. Dr. Mete Kazaz
	Tezin İngilizce Adı	With in The Scope Hostile Media Effect Political Tendency and Objectivity Sensation of Mass Media Users in Turkey

SUMMARY

Within this study in which we examined the effects of political polarization and partisanship levels of voters on objectivity sensation of mass media users in Turkey within the scope of Hostile Media Effect, the role of the socio-psychologic features of voters in their point of view against media, is evaluated.

Within the literature research part of the study, The Hostile Media Effect on which we based our study, becomes the subject of a lot of research in watcher effects studies. When the outlines of this term is examined; it is supposed that in crisis periods such as election, natural disasters or other important social events, people's dependency and interest against media englarges, therefore, in the context of their personal opinion, prejudgements, pre-experiences, or their group belongingness, they try to show some specific groups or media organs as hostile, un-reliable.

Within the appliance part of the study, the results of the field survey which was conducted on the sample representing all the parts of Turkey, supported the hypothesis revealed by theories.

In the study, conducted before the referendum which was held in 16 April 2017 and changed the regime of Turkey, it was determined that voters find the media as unreliable and biassed, among the branches of media (TV, newspapers, social media), the levels of reliability and bias is variant and finally, voters' political preferences and their partisanship levels have effects of this variance.

Whereas it is seen that in Turkey the voters' tendency and ideological belongings are reflections of their TV channel preferences, it is tought that the TV channels are editing their broadcasting contents according to these tendencies in the direction of catharsis (abreaction).

In terms of understanding the relation between TV and policy in Turkey, and voters' tendencies' effect of this relation, this study brought important results to light

İÇİNDEKİLER

Sayfa No

Bilimsel Etik Sayfası..... I
Kabul Sayfası..... II
Önsöz III
Özet..... IV
Abstract..... V
Kısaltmalar..... X
Tablolar ve Şekiller Listesi XI
Araştırmanın Konusu 1
Amaç..... 1
Önem..... 1
Hipotezler..... 2
Sınırlılıklar..... 4
Yöntem..... 4
Giriş 6

BİRİNCİ BÖLÜM

İLETİŞİM KURAMLARI VE DÜŞMAN MEDYA ETKİSİ

1. Kitle İletişim Kuramları 9
1.1. Egemen Yaklaşımlar..... 10
1.2.Eleştirel Yaklaşımlar 14
2. İletişim Sistemleri..... 17
2.1.Medya Ekonomi Politiği ve Türkiye'de Medya Sahipliği..... 22
2.2.Türkiye'de Görsel ve Yazılı Medyada Faaliyet Yürüten Gruplar..... 28
2.3.Yazılı Medyada Faaliyet Yürüten Gruplar..... 29
3. Medya ve Habere Bakış..... 29
3.1. Türkiye'de Televizyon Yayıncılığı..... 32
3.2. Türkiye'de Televizyon Haberciliği..... 34
4. Pasif Kitleden Bireyin Aktifliğine ve Kültürel Çalışmalar..... 42

4.1.Düşman Medya Etkisi Teorisi 48

İKİNCİ BÖLÜM

MEDYA VE SİYASET İLİŞKİSİ

1. Medya - Siyaset İlişkisi..... 57
2. Türkiye'de Medya - Siyaset İlişkisinin Tarihi 62
2.1. Osmanlı'da Basının Ortaya Çıkışından Cumhuriyet'e Medya ve Siyaset..... 63
2.2. Cumhuriyet'in İlk Yılları ve Tek Parti Dönemi..... 67
2.3. Türk Basınında 1950-1980 Dönemi..... 70
2.4. Medyada Holdingleşme Dönemi 73
2.5. Ak Parti Hükümetleri Döneminde Medya-Siyaset İlişkileri..... 77
3. Türkiye'de Siyasi Hareketler ve İdeolojiler..... 81
3.1. Muhafazakârlık ve İslamcılık..... 84
3.2. Kemalizm ve Ulusalcılık..... 97
3.3. Milliyetçilik..... 106
4. Siyasette ve Medyada Düşman Yaratma, Ötekileştirme ve Kutuplaştırma... 125
4.1. Medyanın Bağımsızlığı ve Tarafsızlığı Çerçevesinde Türkiye'de Yandaş-Muhalif Medya..... 136
4.2. Türkiye'de Siyasi Kutuplaşmanın Temel Dinamikleri..... 146

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

SİYASAL TERCİHLERİN MEDYA TERCİHLERİNE ETKİSİNE İLİŞKİN ALAN ARAŞTIRMASI BULGULARI

1. Metodoloji..... 161
1.1.Araştırma Soruları..... 161
1.2.Katılımcıların Seçimi..... 163
1.3.Soru Formu ve Ölçüm Araçları 164
1.4.Kullanılan İstatistiksel Analizler..... 165
1.4.1. Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA)..... 165
1.4.2. Bağımsız Örneklem T Testi (Independent Samples T Test)..... 165

1.4.3. Basit Korelasyon: Pearson Korelasyon Katsayısı..... 166
1.4.4. Ki-Kare (Chi-Square) Analizi..... 166
2. Bulgular ve Yorum..... 167
2.1.Katılımcıların Sosyo-Demografik Özellikleri..... 167
2.1.1. Siyasal Dünya Görüşü..... 167
2.1.2. Eğitim Düzeyi..... 169
2.1.3. Cinsiyet Dağılımı 169
2.1.4. Yaş Dağılımı..... 170
2.1.5. Meslek..... 170
2.1.6. Gelir Düzeyi..... 171
3. Siyasi Gündemin Takip Edildiği Araç ve Gündeme İlişkin Betimleyici Bulgular..... 172
3.1.Siyasal Gündemle İlgili Haberlerin Takip Edildiği Araç..... 172
3.2.Siyasal Gündemle İlgili Haberlerin Takip Edildiği Televizyon Kanalı..... 172
3.3.Siyasal Gündemle İlgili Haberlerin Takip Edildiği Televizyon Haber Kanalı..... 173
4. Siyasi Tercihlerin Televizyon Kanalı ve Haber Seçimine Etkisine İlişkin Betimleyici Bulgular..... 174
5. Kitle İletişim Araçlarının Taraflılık ve Güvenilirliğine İlişkin Betimleyici Bulgular..... 177
5.1.Haberlerde Taraflılık..... 177
5.2.Haberlerde Güvenilirlik..... 177
5.3.Televizyon Kanallarının Siyasi Taraflılık Düzeyleri..... 178
5.4.Siyasi Partiler ve TV Kanallarına Yakınlık Düzeyleri..... 179
6. Katılımcıların Siyasal Aidiyet Düzeyleri ve Kendilerini Yakın Hissettikleri Dünya Görüşüne İlişkin Betimleyici Bulgular..... 181
6.1.Katılımcıların Siyasal Aidiyet Düzeyleri..... 181
6.2.Siyasal ve İdeolojik Kimlik..... 183
6.3.Oy Verilen Siyasi Parti..... 184
7. Katılımcıların Siyasal Kutuplaşma/Ayrışma Tutumlarına İlişkin Betimleyici Bulgular..... 186

8. Katılımcıların Siyasi Gündemi Takip Ettikleri Araçlar ve Siyasi Tercihleri.....188
8.1.Katılımcıların Siyasi Gündem İle İlgili Haberleri Takip Ettikleri TV Kanalı ve Siyasi Tercihleri..... 188
8.2.Katılımcıların Siyasi Gündem ile İlgili Haberleri Takip Ettikleri TV Haber Kanalı ve Siyasi Tercihleri.....189
9. Katılımcıların Siyasi Tercihlerinin Televizyon Kanalı Seçimine Etkisi..... 189
10. Kitle İletişim Araçlarının Taraflılık/Güvenilirliği ve Siyasal Tercihler..... 190
10.1. Kitle İletişim Araçlarının Taraflılığı ve Siyasal Tercihler..... 192
10.2. Kitle İletişim Araçlarının Güvenilirliği ve Siyasal Tercihler.....194
10.3. Televizyon Kanallarının Taraflılığı ve Siyasal Tercihler.....198
11. Siyasal Aidiyet Düzeyi ve Siyasal Tercihler..... 199
12. Siyasal Kutuplaşma Düzeyi ve Siyasal Tercihler.....200
13. Siyasi Tercihlerin Televizyon Kanalı ve Haber Seçiminde Etki Tutumu, Siyasal Aidiyet ve Siyasal Kutuplaşma İlişkisi..... 201
Sonuç ve Öneriler..... 203
Kaynaklar.....211
Ekler.....229

KISALTMALAR

ABD: Amerika Birleşik Devletleri

Ak Parti: Adalet ve Kalkınma Partisi

ANAP: Anavatan Partisi

BBP: Büyük Birlik Partisi

BİLGESAM: Bilge Adamlar Stratejik Araştırmalar Merkezi

CGP: Cumhuriyetçi Güven Partisi

CHP: Cumhuriyet Halk Partisi

CKMP: Cumhuriyetçi Köylü Millet Partisi

DDKO: Devrimci Doğu Kültür Ocakları

DP: Demokrat Parti

DTK: Demokratik Toplum Kongresi

DYP: Doğru Yol Partisi

HADEP: Halkın Demokrasi Partisi

HDP: Halkların Demokratik Partisi

IDP: Islahatçı Demokrasi Partisi

IŞİD: Irak Şam İslam Devleti

KUK: Kürdistan Ulusal Kurtuluşçuları

MÇP: Milliyetçi Çalışma Partisi

MGK: Milli Güvenlik Kurulu

MHP: Milliyetçi Hareket Partisi

MSP: Milli Selamet Partisi

RP: Refah Partisi

SHP: Sosyal Demokrat Halkçı Parti

SSCB: Sovyet Sosyalist Cumhuriyetler Birliği

TBMM: Türkiye Büyük Millet Meclisi

TKDP: Türkiye Kürdistan Demokrat Parti

TMSF: Tasarruf Mevduatı Sigorta Fonu

TRT: Türkiye Radyo ve Televizyon Kurumu

TABLOLAR LİSTESİ

Tablo 1: Görsel ve Yazılı Medyadaki Gruplar..... 28
Tablo 2: Yazılı Medyadaki Gruplar..... 29
Tablo 3: 27 Şubat – 5 Mart 2017 Arası Ana Haber Bültenlerinin Reytingleri.....37
Tablo 4: Karasal Yayındaki Haber Kanalları..... 38
Tablo 5: Uydu Aracılığıyla Yayın Yapan Haber Kanalları..... 38
Tablo 6: Haber Kanalları Reyting Ölçümleri..... 40
Tablo 7: Türkiye Sosyal – Siyasal Eğilimler Araştırması..... 95
Tablo 8: Osmanlı Dönemindeki Yayınların Siyasi Duruşu..... 142
Tablo 9: Milli Mücadele Dönemindeki Yayınların Duruşu..... 142
Tablo 10: Cumhuriyet Dönemindeki Yayınların Siyasi Duruşu..... 143
Tablo 11: Ak Parti Hükümetleri Döneminde Gazetelerin Siyasi Duruşu..... 144
Tablo 12: Ak Parti Hükümetleri Döneminde Televizyon Kanallarının Siyasi Duruşu..... 145
Tablo 13: Soru Formunun Güvenilirlik Değerleri..... 165
Tablo 14: Tanımlanan Dünya Görüşü..... 168
Tablo 15: 1 Kasım 2015 Seçimlerinde Oy Verilen Siyasi Parti Dağılımı..... 168
Tablo 16: Eğitim Düzeyi Dağılımı..... 169
Tablo 17: Katılımcıların Cinsiyet Dağılımı..... 169
Tablo 18: Katılımcıların Yaş Dağılımına İlişkin Merkezi Eğilim İstatistikleri..... 170
Tablo 19: Katılımcıların Meslek Dağılımı..... 171
Tablo 20: Katılımcıların Gelir Düzeyi Dağılımına İlişkin Merkezi Eğilim İstatistikleri..... 171
Tablo 21: Katılımcıların Siyasal Gündemi Takip Etme Sıklığına İlişkin Merkezi Eğilim İstatistikleri..... 172
Tablo 22: Katılımcıların Siyasal Gündem İle İlgili Haberleri Takip Ettikleri Televizyon Kanalları..... 173
Tablo 23: Katılımcıların Siyasal Gündem İle İlgili Haberleri Takip Ettikleri Televizyon Haber Kanalları..... 174
Tablo 24: Katılımcıların Siyasi Tercihlerinin Televizyon Kanalı ve Haber Seçimine Etkisine İlişkin Merkezi Eğilim İstatistikleri..... 175

Tablo 25: Siyasi Tercihlerin Televizyon Kanalı ve Haber Seçimine Etki Tutum İndeksine İlişkin Merkezi Eğilim İstatistikleri..... 176
Tablo 26: Kitle İletişim Araçlarının Haberlerde Taraflılığına İlişkin Merkezi Eğilim İstatistikleri..... 177
Tablo 27: Kitle İletişim Araçlarının Haberlerde Güvenilirliğine İlişkin Merkezi Eğilim İstatistikleri..... 178
Tablo 28: Kitle İletişim Araçlarının Siyasi Taraflılık Düzeylerine İlişkin Merkezi Eğilim İstatistikleri..... 179
Tablo 29: Televizyon Kanallarının Siyasi Taraflılık Düzeyleri.....180
Tablo 30: Katılımcıların Siyasal Aidiyet Düzeylerine İlişkin Merkezi Eğilim İstatistikleri.....182
Tablo 31: Siyasal Aidiyet Düzeyi Tutum İndeksine İlişkin Merkezi Eğilim İstatistikleri.....183
Tablo 32: Siyasal ve İdeolojik Kimliğe İlişkin Merkezi Eğilim İstatistikleri..... 184
Tablo 33: Siyasal ve İdeolojik Kimliğe İlişkin Merkezi Eğilim İstatistikleri..... 185
Tablo 34: 1 Kasım 2015 Tarihinde Yapılan Seçimde Hangi Partiye Oy Verdiniz?..... 186
Tablo 35: Siyasal Kutuplaşma/Ayrışma Tutum Düzeyine İlişkin Merkezi Eğilim İstatistikleri.....187
Tablo 36: Siyasal Kutuplaşma Düzeyi Tutum İndeksine İlişkin Merkezi Eğilim İstatistikleri.....187
Tablo 37: Siyasi Tercihlerin Kanal Seçimine Etki Tutum İndeksi ve Siyasal Tercih ANOVA Sonuçları..... 190
Tablo 38: Kitle İletişim Araçlarının Taraflılığı ve Siyasal Tercih ANOVA Sonuçları..... 192
Tablo 39: Kitle İletişim Araçlarının Taraflılığı ve Siyasal Tercih ANOVA Sonuçları..... 196

Tablo 40: Televizyon Kanallarının Taraflılığı ve Siyasal Tercih ANOVA Sonuçları..... 198
Tablo 41: Siyasal Aidiyet ve Siyasal Tercih ANOVA Sonuçları..... 200
Tablo 42: Siyasal Kutuplaşma ve Siyasal Tercih ANOVA Sonuçları..... 201
Tablo 43: Siyasal Tercihlerin Televizyon Kanalı ve Haber Seçimine Etki Tutumu, Siyasal Aidiyet ve Siyasal Kutuplaşma İlişkisi Korelasyon Analizi Sonuçları..... 202

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1: Kanal D Ana Haberde Yayınlanan Haberin Ekran Görüntüsü..... 49
Şekil 2: Cumhuriyet Gazetesi'nde yayımlanan Karikatür..... 155
Şekil 3: Akit TV'de Yayınlanan Haberin Ekran Görüntüsü..... 156

Araştırmanın Konusu

Türkiye'de medya siyaset ilişkisinde son yıllarda ciddi değişimler yaşanmaktadır. Medya, demokrasi açısından bakıldığında her ne kadar dördüncü güç olarak görülse de ekonomi-politiğin de etkisiyle zaman zaman sistemleri asıl ayakta tutan erklerin önüne geçmekte ya da onların kullanımına açık bir alan haline gelmektedir. Özellikle siyasetle medyanın ilişkisi, kamuoyunun manipüle edilmesi amacına yönelik hareket edilmesi nedeniyle araştırılması her zaman gerekli bir alan olmuştur. Çalışmada Türkiye'de medya-siyaset ilişkisi, iletişim sistemleri ve izleyici etki araştırmaları açısından yaklaşımlar ve seçmenlerin siyasi aidiyetlerinin medya okumalarına etkisi araştırılmaktadır. Özelde televizyon izleyicisinin genel olarak ise kitle iletişim araçları kullanıcılarının öncelikleri ya da oluşturduğu (oluşturulmuş) karşıtlıklar ile medyayı düşmanlaştırma eğilimi ile siyasetin buradaki rolü, çalışmanın ana araştırma konusunu oluşturmaktadır.

Amaç

Devletin, siyasetin, siyasi partiler ya da ideolojik grupların medyayı görüşlerini yayma aracı olarak görmesi, normal ve demokratik bir haktır. Ancak kamuoyunu yönlendirme amacıyla, medyayı tek yönlü ve sahipliğini de üstlenerek kullanma yoluna gidilmesi, siyasetle medyanın iç içe girmesine neden olmaktadır. Çalışmanın amacı, eleştirel kuramcılar tarafından devletin ideolojik bir aygıtı olarak görülen medyanın, siyasetin ne kadar hizmetinde olduğu ve seçmenlerin medyayı okurken, partizanlık düzeylerinin ne kadar etkin olduğu, karşıtlıkların sürekli medya yoluyla beslendiğine yönelik verilerin ortaya konmasıdır.

Önem

İletişim sürecinde, kaynak ya da araç olan medyanın, mesajı olduğu gibi değil müdahale ederek aktardığı görüşünü savunan iletişim kuramcıları oldukça fazladır. Bu müdahalede amaç hedef kitlede istenilen etkinin oluşturulmasıdır ancak iletişimin gerçekleştiği bağlam, mesajı hazırlayanların dünya görüşleri, kaynağın ve aracın ideolojisi ve buradan hareketle izleyici/okuyucunun kaynak ve medya hakkındaki

önceki izlenim ve yargıları, mesajın etki gücünü önemli ölçüde etkilemektedir. Newcomb'un denge modeline göre; iletişimde bulunan kişiler duygu, düşünce ve davranışlarıyla, sahip olduklarını korumaya yönelik bir iletişim faaliyetinde bulunmaktadır.

Yine Bilişsel Uyum Kuramını ortaya koyan Festinger, aracın mesajın içeriğini ve algılanışını etkilediğini ortaya koyan Marshall McLuhan, İngiliz Kültürel Çalışmalar Okulu'nun önemli kuramcılarından Stuart Hall'ın Kodlama – Kodaçımı tezi, bu yaklaşımı geliştiren, birey ve izlerkitlenin medya metinleri karşısındaki bağımsız duruşuna dikkat çeken David Morley, Düşman Medya Etkisi (Hostile Media Effect) üzerinde çalışan Albert Gunther ve Robert Vallone gibi çok sayıda isim iletişimde mesajın her zaman istenen etkiyi uyandırmayabileceğini, farklı kriterlere bağlı olarak mesajın izlerkitle tarafından süzgeçten geçirildiğini, en önemlisi kaynağa ve araca göre ayıklandığı ya da tamamen reddedilebildiğini ortaya koymaktadır.

Bu bağlamda, Türkiye'de kitlelerin medyadan ne ölçüde etkilendiği, medyada verilen mesajları nasıl okuduğu, fikirlerini değiştirip değiştirmediği ya da var olan politik görüşlerin korunmasında medyanın ne ölçüde etkili olduğu önem taşımaktadır. Çünkü siyasi partiler ya da ideolojik gruplar bu eğilimleri göz önünde bulundurarak medya ile ilişkilerini ve mesajlarını düzenlemektedir. Televizyon izleyicisi ve Düşman Medya Algısı arasındaki ilişki üzerinde Türkiye'de az sayıda araştırma olması da çalışmanın önemini arttırmaktadır.

Hipotezler

Medyanın etkileri üzerine yapılan araştırmalarda egemen ve eleştirel kuramlar ortaya çıkmış, izlerkitlenin verilen her türlü mesajı aldığı ve sonrasında nasıl tepki verdiği üzerine kurulan varsayımlar, karşıt kuramcılar tarafından medyanın insanları yönlendirme yönünün yadsınması nedeniyle eleştirilmiştir. Medyanın hedef kitlenin faydalanacağı yönleri olduğu çok açıktır ancak eleştirel kuramcıların üzerinde durduğu manipülasyon aracı olarak kullanıldığı da gerçekliktir. Bu nedenle çalışmada medyanın yönlendirme aracı olarak kullanıldığı fakat istediği sonucu alamayabileceği ya da almasının izlerkitlenin bazı özelliklerine bağlı olduğu varsayımından hareket

edilmektedir. Bu doğrultuda aşağıda ana noktaları belirtilen hipotezler ortaya konulmuştur.

- Televizyon izleyicileri siyasi aidiyet ve tercihlerinin etkisiyle kitle iletişim araçları ve özelde televizyon aracını ve kanalları kendi görüşlerinin aleyhinde olduğunu düşünmektedir.
- Televizyon izleyicilerinin siyasi gündemle ilgili haberleri takip ettikleri araç ve kanalların, onların siyasi tercihlerine göre anlamlı biçimde farklılaşmaktadır.
- Televizyon izleyicilerinin kitle iletişim araçlarının taraflılıklarıyla ilgili görüşleri, onların siyasi tercihlerine göre anlamlı biçimde farklılaşmaktadır.
- Televizyon izleyicilerinin kitle iletişim araçlarının güvenilirlikleriyle ilgili görüşleri onların siyasi tercihlerine göre anlamlı biçimde farklılaşmaktadır.
- Televizyon izleyicilerinin siyasi tercihlerinin televizyon kanalı ve haber seçimindeki etkisine dair görüşleri ile siyasal aidiyet ve kutuplaşma düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Sınırlılıklar

Kitle iletişim araçları son yıllardaki dijital devrim nedeniyle artan bir hızla çeşitlenmeye devam etmektedir. Özellikle mobil telefonların ve sosyal medyanın kullanımındaki artış, akademik çevrelerde "Geleneksel Medya" ve "Yeni Medya" kavramlarıyla ilgili çalışmaların artmasına neden olmuştur. Çalışmada medya – siyaset ilişkisine hedef kitlenin yaklaşımı, geleneksel medyanın en güçlü aracı olan televizyon ile sınırlandırılacaktır. Dijital teknolojilerin özellikle genç kesim tarafından tercihi, "televizyon imparatorluğu"nun gücünü halen sarsabilmiş değildir. Türkiye, halen dünyada, kişi başına televizyon izleme süresi en uzun ülkeler arasında yer almaktadır. Nüfusun tamamı tarafından ulaşılması en kolay araç olması ve doğasından kaynaklanan etki gücü nedeniyle iktidar ve siyasi çevrelerin bu mecraya halen büyük önem verdiği görülmektedir. Çalışmada televizyonların genel yayın politikaları ve ana haber bültenlerinin izleyici üzerinde oluşturduğu etki belirlenmeye çalışılacaktır.

Yöntem

Çalışmada, medya-ideoloji ilişkisi, medya konusundaki kavramlar ve kuramlar, tanımlar, Türkiye'deki medya grupları, medya metinlerini ya da mesajlarını okuma türleri, Türkiye'de siyasi hareketler ve ideolojiler gibi teorik konular, literatür taraması yöntemiyle ortaya konulmuştur. Araştırmanın uygulama bölümünde ise nicel araştırma yöntemi olan alan araştırması yapılmıştır.

Siyasal eğilim, partizanlık düzeyleri ve medya tercihleri ilişkisini ortaya koyma amacıyla hazırlanan ölçekteki soruların bir bölümü araştırmacı tarafından hazırlanmış, konusunda geçerliği ve güvenirliği birçok araştırmada kanıtlanmış olan Tilo Hartmann ve Martin Tanis'in grup içi kimliklendirme çalışması ölçeği ile (2013) Akyürek ve Koydemir'in (2014) kutuplaştırma araştırmasındaki sorulardan da faydalanılmıştır.

Bu konuda yapılan araştırmalarda ağırlıklı olarak alımlama analizi tercih edilmiştir ancak bu araştırmada konunun genişletilmesi, sosyolojik koşullar ve araştırma süresi göz önüne alınarak, tümevarıma daha uygun olan alan araştırması tercih edilmiştir. Deney araştırmasında, izleyiciler iletişimi laboratuar koşulunda aynı yerde ve anda izlemektedir. Alanda izleyiciler iletişimi izlemiş olanlardır. Lipset'in de belirttiği gibi (aktaran Erdoğan, 2014: 116), bu izlemiş olanlar zaten çoğu kez aynı fikirde oldukları materyalleri izledikleri için, araştırmanın sonucu baştan yanlıdır. Bu çalışmada da yanlılık düzeyinin belirlenmesi önem taşımaktadır. Alan araştırmasında kişi doğal koşullardadır, aile ve arkadaş etkisine maruz kalmaktadır. Doğal koşullarda tipik olarak grubun kurallarına karşı olan etkilere daha dayanıklı olduğu görülmektedir (Erdoğan, 2014: 117).

Alan araştırmasında elde edilen verilerin girişi SPSS 17.0 adlı program ile gerçekleştirilmiştir. Hazırlanan ölçek aracılığıyla siyasal ve ideolojik aidiyet düzeyleri, siyasal haberlerin takip edilme eğilimleri, grup ve parti aidiyetlerinin kutuplaşmaya etkileri ve televizyon kanallarının siyasal taraflılık algıları gibi ana başlıklarda istatistiksel analizler yapılmıştır.

Değişkenlerin kendi başına anlamlı olmadığı, her değişkenin ilgili diğer değişkenlerden etkilendiği ve bu birlikteliğin ilgili değişkene gerçek anlamı kazandırdığı sonucundan hareket edilmiştir (Yıldırım ve Şimşek, 2011: 44).

GİRİŞ

İletişim araştırmalarında önemli bir yeri olan medya – siyaset ilişkisi, seçmen davranışları ve televizyon izleme eğilimleri açısından her iki alan için de sürekli araştırılması gereken bir özelliğe sahiptir. Siyasetin doğasında var olan kutuplaşma (polarization) eksenli tartışmalar, son yıllarda daha belirgin hale gelmiş, Türkiye'de de gerek geleneksel, gerekse yeni medya aracılığıyla kutuplaşmanın derinleştiği, seçmenlerin bu ortamın etkisiyle siyasi bağlılıkları ve ötekiye karşı bakışının keskinleştiği yorumları yapılmaktadır. Düşman Medya Etkisi kavramı, izleyicilerin medyaya karşı geliştirdiği güvensizlik ve düşmanlık hislerinin sonuçlarını ortaya koymaktadır.

Bu çalışmada seçmenlerin parti aidiyetleri ve medya tercihlerine etkisi, *"Düşman Medya Kavramı Çerçevesinde Türkiye'de Siyasi Eğilimler ve Kitle İletişim Araçları Kullanıcılarının Tarafsızlık Algısı"* adı altında üç bölümde incelenmiştir.

Çalışmanın ilk bölümünde iletişim kuramları, iletişim sistemleri, medya ekonomi-politiği, Türkiye'de medya sistemi, televizyon yayıncılığı ve televizyon haberciliği konuları ele alınmış, Düşman Medya Etkisi ve izleyici etki araştırmalarıyla ilgili alanda yapılan çalışmalarla birlikte ayrıntılı bilgiler verilmiştir.

İkinci, bölümde medya ve siyaset ilişkisi kuramsal açıdan incelenmiştir, Türkiye'de medya siyaset ilişkisinin tarihi serüveni, günümüze kadar gelen süreçte değerlendirilmiştir. Osmanlı Devletinin son döneminden itibaren ele alınan medya ve siyaset ilişkisi günümüzdeki yapıya ışık tutacak şekilde ortaya konmuştur. Diğer yandan Türkiye'de gerek geçmişte gerekse günümüzde etkinliğini sürdüren siyasi hareketler analiz edilmiş, medya ile ilişkileri ortaya konmuştur. Bu bölümün sonunda medyanın siyasetteki düşman ve öteki sınırlarının belirlenmesine ve kutuplaşmaya etkisi, incelenmiş ve bu bağlamda "yandaş ve muhalif medya" tartışmasına değinilmiştir.

Üçüncü bölümde, alan araştırması sonuçlarına yer verilmiştir. Metodoloji ve araştırma soruları ile hipotezlerin ortaya konmasının ardından Türkiye genelinde yapılan alan araştırmasının sonuçları ayrıntılı olarak incelenmiştir.

Çalışmada, şu sorulara cevap aranmıştır:

- Katılımcılar siyasi gündemle ilgili haberleri hangi araç ve kanallardan takip etmektedir?

- Katılımcıların siyasi tercihlerinin televizyon kanalı ve haber seçiminde etkisine dair görüşleri nasıl dağılım göstermektedir?

- Katılımcıların siyasal aidiyet düzeyleri ve siyasal kutuplaşmaya dair tutumları nasıl dağılım göstermektedir?

- Katılımcıların siyasi gündemle ilgili haberleri takip ettikleri araç ve kanallar onların siyasi tercihlerine göre anlamlı biçimde farklılık gösterir mi?

- Katılımcıların kitle iletişim araçlarının taraflılık ve güvenilirliği ile ilgili görüşleri onların siyasi tercihlerine göre farklılık göstermekte midir?

- Katılımcıların siyasal aidiyet ve kutuplaşma düzeyleri onların siyasal tercihlerine göre anlamlı biçimde farklılık göstermekte midir?

- Katılımcıların siyasi tercihlerinin televizyon kanalı ve haber seçiminde etkisine dair görüşleri, siyasal aidiyet ve kutupsallaşma düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?

Düşman Medya Algısının televizyon izleyicisinde olağan üstü dönemlerde ortaya çıktığı göz önünde bulundurularak alan araştırması, kutuplaşmanın daha keskin olduğu dönemlerden olan referandum öncesinde gerçekleştirilmiştir. Türkiye'de siyasi tarihin en önemli referandumu olarak gösterilen ve yönetim şeklinin değiştirildiği 16 Nisan 2017 Anayasa Değişikliği Referandumu öncesi yapılan araştırmada, katılımcılara, demografik özellikleri, parti, medya ve televizyon tercihleri, parti aidiyetleri, televizyon ve televizyon kanallarının güvenilirliği ve tarafsızlığına yönelik sorular sorulmuştur.

Analizlerde, bu verilerin birbiriyle ilişkileri ölçülmüş ve medya tercihleri, siyasal aidiyet, kutuplaşma tutumları, medyanın güvenilirliği ve taraflılığı konularında anlamlı sonuçlar bulunmaya çalışılmıştır.

BİRİNCİ BÖLÜM

İLETİŞİM KURAMLARI VE DÜŞMAN MEDYA ETKİSİ

1. Kitle İletişim Kuramları

İletişim insanın varoluşsal bir özelliğidir. İlk insandan beri farklı şekillerde, sözlü, yazılı, görsellere dayalı, iletişim şekilleri olagelmiştir. 19. yüzyılın sonunda teknolojik araçların iletişimin kitle halinde gerçekleşmesi yeni bir dönem başlatmıştır.

İletişim alanındaki ilk çalışmalar 1920'lerde ABD'de ortaya çıkarken, bu çalışmalar özel olarak iletişim çalışması özelliğinin ötesinde, disiplinler arası bir özellik sergilemektedir. Sosyoloji, psikoloji, siyaset bilimi gibi farklı alanların iletişimi konu alan araştırmaları daha çok propaganda ve kamuoyu oluşumu üzerinde yoğunlaşmıştır (Yaylagül, 2010: 22).

Bu araştırmaların sonunda iletişim alanıyla ilgili kuramlar da belirmeye başlamıştır. Kuram, birbiriyle içsel olarak tutarlı bir dizi kavramsal yapıdır. Bu yapılar soyuttur ve bir çalışmaya özgüdür ancak genelleme yapmak üzere geliştirilmiştir (Chaffe ve Berger, 2010: 45).

Medya alanında yapılan çalışmalar genel olarak iki başlıkta toplanmaktadır. Bunlar, eleştirel ve liberal (ana akım) yaklaşımlardır. Eleştirel yaklaşımla yapılan araştırmalar için ideolojik üretim ve bunun alımlanması önemlidir (Özer, 2011: 207). Egemen yaklaşım ise iletişimi iletilerin aktarılması olarak görmektedir. Gönderici ve alıcıların nasıl kodlama yaptığı ve kod açtığı, aktarıcıların iletişim kanallarını ve araçlarını nasıl kullandığıyla ilgilenmektedir (Fiske, 2014b: 72).

Bu iki araştırma geleneğinin teorik perspektiflerindeki ve siyasal bakışlarındaki farklılıklar ayırıcı niteliktedir. Amerikan ana akım medya çalışmalarında merkezi sorun, medyanın davranışsal etkileridir (kültürel, siyasal, toplumsal) ve bu ekol medyaya güçlü ve dolaysız bir etki atfetmektedir. Avrupa'daki okullarda başlayan eleştirel medya çalışmaları ise kitle toplumunu ve kitle iletişim araçlarını sorgulama noktasından hareket etmektedir (Fiske, 2014b: 26)

Stuart Hall, iki araştırma geleneği arasında metodolojik farklılıktan ziyade siyasal duruş ve toplumsal formasyonların nasıl analiz edilmesi gerektiği konusunda geniş farklılıklar bulunduğunu belirtmektedir (2005a: 73).

Devam eden bölümde, bu iki geleneğin ana teorileri ele alınmıştır.

1.1. İletişim Kuramlarında Egemen Yaklaşımlar

Sosyal bilimlerin egemen gündeminin oluşum sürecine bakıldığında, 1920'lerde, Avrupa ve Amerika'daki kamuoyu oluşturma yöntemlerinin bir temel oluşturduğu görülmektedir. Psikoloji temelli Uyaran-Tepki Kuramı, dönemin egemen yaklaşımıdır. İddialarının merkezinde, izleyicinin *"pasif"* olması bulunmaktadır. Bu doğrultuda, *"taşıma kemeri"* ve *"hipodermik iğne"* gibi kuramlar ortaya çıkmıştır (Erdoğan, 2014: 51).

Kitle iletişiminde ilk önemli araştırma, Harold Laswell'in 1927'deki "Dünya Savaşında Propaganda Teknikleri" yapıtıdır. Psikolojinin siyasal iletişimde kullanılmasını öngören Lasswell, medya aracılığıyla savaşlarda devletin ikna sürecini yönettiğini ve propaganda ile sosyal dayanışma oluşturulduğunu öne sürmüştür. Ekonomik açıdan bakıldığında ise şirketlerin ekonomik etkinliklerinin yaygınlaştırılması doğrultusunda biliş yönetimi hedeflenerek 1930'larda izleyicileri anlama ve ölçme teknikleri geliştirilmiştir (Erdoğan, 2014: 52-54).

Etkiler üzerinde yoğunlaşan Laswell'in yaklaşımı, toplumsal davranışı pekiştirme ya da değiştirmeye muktedir olan medya mesajlarına maruz kalan kitlenin, homojen, yalıtılmış bireylerden oluştuğu tezini savunmaktadır (Hardt, 2005: 29).

Lazarsfeld ve Elihu Katz'ın "iki aşamalı akış" kuramı ise bireylerin doğrudan değil, üyesi bulundukları gruplardaki kanaat önderleri yoluyla etkilendiklerini anlatmaktadır. Bu sürecin; ilk aşamasında; medyaya doğrudan açık oldukları için olaylardan iyi haberdar olan, daha bilgili kişiler; ikinci aşamasında ise; medyayı daha az izleyen ve bilgilenmek için başkalarına bağımlı olanlar bulunmaktadır. Böylece, başlangıçta, medyanın sınırsız gücüne duyulan ilgi de, yerini sınırlı bir etkiye bırakmaktadır (Yaylagül, 2010: 57-58).

Sonraki yıllarda mesaj ile alıcı arasındaki etkilerin daha belirleyici olduğu yönündeki çalışmaların sayısı artmıştır. Frederic Jameson salt güdülen bir kitle olmadığını, günlük hayattaki işlev ve işleyişlerin göz ardı edildiğini vurgulamaktadır. Bu anlamda insanlarda topyekün bir *"yanlış bilinçlilik"* söz konusu değildir (Özsoy, 2011: 33).

Elihu Katz ve Paul Lazarsfeld gibi isimler de, uyaran ile tepki veren arasında algısal uyum faktörleri, grup üyeliği, kaçınma, yaklaşma, kapı tutucular gibi farklı etkenlerin olduğunu ortaya koymuştur (Erdoğan, 2014: 55). 1950'li yıllardaki bu araştırmalar aile ve kişiler arası iletişim gibi etkenlerin gücüne dikkat çekerek, kitle iletişim araçlarının doğrudan etki rolünün sınırlı olduğunu belirlemiştir (Erdoğan, 2014: 96).

Lazarsfeld ve Katz, medyanın *"her şeyi belirleyen"* olarak maruz kaldığı olumsuz eleştirileri de korumaya almıştır. Aktif izleyici teziyle de, *"halka istediğini veriyoruz"* ifadesinde kendini bulan yeni bir anlayışın önünü açmıştır (Erdoğan, 2014: 98).

Katz'ın ortaya koyduğu "kullanımlar ve doyumlar" yaklaşımı, medya mesajlarını deneyimlerken izleyicinin aktif olduğunu kabul ederek klasik paradigmanın dışına çıkmıştır (Yavuz, 2005: 8).

Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı, medya ürünlerinin bireylerin beş ihtiyacını tatmin ettiğini varsaymaktadır (Severin ve Tankard'dan aktaran Anık, 2000: 71-72):

- Bilişsel ihtiyaçlar (bilgilenme, kavrama, anlama, algılama).
- Duygusal ihtiyaçlar (duygusal haz verici ihtiyaçlar, estetik deneyimler).
- Kişisel bütünleştirici ihtiyaçlar (inanılırlık, güvenilirlik, istikrar ve statüyü güçlendirme).
- Sosyal uyum ihtiyaçları (ailevi, arkadaşlık vb bağları güçlendirme).
- Gerginlikten kurtulma ihtiyacı (rutinden kaçma, oyalanma, eğlenme).

Kullanımlar ve Doyumlar'ın daha ileri savunucuları, medyanın ve özelde televizyonun gücünü yadsımamakta ancak seyirciler tarafından dolayımlandığını belirtmektedir (Lewis, 2010: 351).

Benzer bir yaklaşım ise Newcomb'un A, B, X modelidir. İletişimde bulunulacak kişi ya da kitlenin tutum, kanaat ve görüşlerinin bilinerek buna göre mesajın bir denge doğrultusunda düzenlenmesini öngören model de alıcıyı aktif olarak kabul etmektedir.

Kişi ya da grupların mesajları seçici davrandığını ortaya koyan bir başka model ise Festinger'in *"Bilişsel Uyumluluk"* modelidir. Kişi uyumsuzluğunu kanaatini değiştirerek gidermeye yöneliyorsa, kendi görüşünü destekleyen mesajlara daha açık, zıt mesajlara ise dirençli olmaktadır (Anık, 2005: 25). İnsanlar bir davranışta bulunduktan sonra, bu davranışı haklılaştırmak için etraflarında söz söyleyecek birilerini aramaktadır (Yaylagül, 2010: 58-59).

Sosyoloji temelli ise dört model bulunmaktadır: Gündem Koyma, Suskunluk Sarmalı, Bilgi Gediği ve Medya Bağımlılığı.

Bu modeller, toplumsal rollerin gayrı resmi yoldan öğrenilmesi, medyanın üstü kapalı olarak ideoloji taşıması, kanaat ikliminin oluşumu, toplum içinde farklılaşan bilgi ve genel olarak kültür, kurumlarda ve toplumsal yapıda görülen uzun vadeli değişmeler gibi konuların üzerinde durmalarından ötürü, diğer davranışsal modellerden ayrılır (Fejes, 2005: 303).

Bu modellerden Elizabeth Noelle-Neumann tarafından geliştirilen Suskunluk Sarmalı, toplumun sapan bireyleri tehdit ettiği varsayımına dayanmaktadır. Toplum bunları dışlama ve ihraç ile tehdit eder; bireyler de bilinçaltı bir dışlanma korkusu taşır. Bu dışlanma korkusu, insanların, çevrelerinde hangi fikirlerin ve davranış biçimlerinin benimsendiğini ya da reddedildiğini öğrenmeye sevk eder (Neumann, 2014: 276). Neumann'a göre dışlanma korkusu, suskunluk sarmalını hızlandıran bir merkez kaç kuvvetidir; medya ise suskunluk sarmalında azınlıkla, azınlıkların sesini bastırma işini hızlandırmaktadır (Strangankova, 2012: 224).

Toplumdaki çoğunluk kampı, etkili medya tarafından desteklenmesi nedeniyle konuşmak için daha isteklidir. Medya, karşıt kampı yani azınlığı desteklerse çoğunluk kampı sessiz çoğunluk haline gelmektedir. Azınlık, medyanın düşmanca tutumuyla karşılaşırsa sessizliğe bürünmekte ve düşmanlığını içinde saklamaktadır (Neumann, 2014: 278).

Türkiye'de özellikle yakın dönemdeki üç seçim, muhafazakâr kesimin bir suskunluk sarmalı içinde hareket ettiğini ortaya koymaktadır. Ana akım medyada, 1995 seçiminden önce Refah Partisi'ne yönelik *"irtica"* eksenli haberler, 1999'da MHP'yi baraj altı gösteren haber ve anketler, 2002'de ise Ak Parti ve Lideri Recep Tayyip Erdoğan ile ilgili yapılan olumsuz haberlerin yapılması, bu üç seçim öncesinde de birinci olan ya da oylarını büyük ölçüde arttıran partilerin oylarının, seçim öncesi birçok araştırma şirketi tarafından daha düşük açıklanması (Öz, 2015), *"Suskunluk Sarmalı"* teorisini desteklemektedir. Medyadaki egemen kuruluşların azınlık görüşü desteklediği, görüşlerini dışa vurmaktan kaçınan ve suskunluğa bürünen büyük bir kesimin ise seçimde oylarıyla tavrını ortaya koyduğu görülmektedir.

Bağımlılık modeli, izleyici, medya sistemleri ve daha kapsamlı toplumsal sistem arasındaki etkileşimi açıklamaya çalışmaktadır. Toplumlar karmaşık hale geldikçe, birey daha kapsamlı enformasyon ve yönelim edinebilmek için medyaya daha çok bağımlı hale gelmektedir. İzleyicinin medyaya bağımlılığı arttıkça, bilişsel, duygusal ve davranışsal etkileri de artmaktadır (Fejes, 2005: 308).

Türkiye'de siyasi kutuplaşmanın keskin oluşu ve bu ortamı sürekli tetikleyecek olaylar yaşanması, medya bağımlılığını arttırmaktadır. Sürekli değişen ve karmaşıklaşan gündem konusunda nasıl düşünmesi gerektiğini bilmek isteyen izleyici medya enformasyonlarına düşkün hale gelmektedir.

Gündem Koyma yaklaşımına göre medya, bize ne düşüneceğimizi söyleme konusunda başarılı değildir, fakat bize ne hakkında düşüneceğimizi söylemede bir işlev görmektedir (Strangankova, 2012: 223). Medyanın etkilerinin sınırlı olduğu varsayımından hareket eden yaklaşım medyanın etkileme ve ikna gücünden daha çok onun toplumun gündeminde nelerin yer alacağını belirlediğini savunmaktadır.

Medyanın olaylara verdiği önem, kamuoyunun da önceliklerine işaret etmektedir. Gündem belirleme yaklaşımı, daha çok siyasal olaylar, özellikle seçimler ve seçim kampanyalarında enformasyon açlığı hissedilen konu ve dönemleri temel almaktadır (Ural, 2010: 73).

1.2. Eleştirel Yaklaşımlar

Robert Morss Lovett: "*Eleştiri, tanımı gereği yargıyı içerir ve tarihsel olarak etkin olmasını sağlayan da tarafsızlığından daha çok yanlılığının coşkusudur* (Hardt, 2005: 15).

Amerikan ekolünün davranış örüntülerine odaklanan ve bu araçların kapitalist sistemin yeniden üretimindeki işlevini göz ardı eden yaklaşımına alternatif olarak ortaya çıkan eleştirel gelenek Kıta Avrupası kökenlidir (Adaklı, 2006: 19). Ağırlıklı olarak Marksist ve sol söylemden etkilenen Eleştirel yaklaşım medya teorilerinde keskin ve ağırlıklı olarak tek noktadan yapılan kapitalizm eleştirisiyle dikkat çekmektedir. Sözcülerine göre, medya toplumsal gerçekliği yansıtan bir ayna değildir ve izleyici/okuyucunun aktif olduğu tezine de karşı çıkılmaktadır. Medya metinleri yapılandırılmış birer üründür (Özer, 2011: 81). Mesajın açık içeriğinden çok üstü örtük temaların ele alınması gerektiği üzerinde durmaktadırlar (E. Mutlu, 2010: 38).

Medya metinlerinde yapılandırılmış ve örtük mesajlar, kapitalist sistemin ideolojisinin yeniden üretilmesine hizmet ederken, kontrol, reklamlar ve izleyicinin iknaya çalışılmasıyla sağlanmaktadır. İkna burada ideolojinin maskesi olarak işlev görmektedir. Eleştirelciler, ideolojinin üretildiği alanları bulmak için hegemonyanın kuruluş yerlerine bakmak gerektiğini söylemektedir (Özsoy, 2011: 129).

Kitle iletişiminde Marksist yaklaşım, medya kuruluşlarının ekonomik yapısı; pazar ilişkileri, mülkiyet, tekelleşme, iletişim emekçilerinin örgütlenmesi gibi birçok alan açıklanmaya çalışılmaktadır (Erdoğan, 2014: 189). Eleştirel kuramlar, köken olarak Marksizm'den etkilenmelerine rağmen, kendi içlerinde farklılaşmaktadır. Hakim yapılanmayı kabul etmekle birlikte özneye de değer atfeden İngiliz Kültürel Çalışmalar Okulu, Batı Marksizmi ya da Yeni Sol düşünce geleneğine; Frankfurt

Okulu ise Ortodoks Marksizm'in eleştirisine dayanmaktadır. İdeolojik yaklaşımların önde gelen kuramcıları Althusser ve Gramsci'dir (Yaylagül, 2010).

Althusser'e göre özneler metinleri değil, metinler özneleri oluşturmaktadır (Sholle, 2005: 264). O'na göre okul, kilise ve medya, devletin ideolojisini hakim kılmanın önemli araçlarıdır. Avrupalı Marksistlerden Antonio Gramsci ideolojinin bir mücadele alanı olarak görmekte, Althusser'den farklı olarak istikrarsızlıkla sürekli karşı karşıya olan hâkim ideolojiye bir direnç gösterilebileceğini bu nedenle her an bir "rıza üretimi" sürecinin işlediğini belirtmektedir. Gramsci bu süreci *"hegemonya"* tesisi olarak tanımlamaktadır (Fiske, 2014b: 302). O'na göre liberal-kapitalist devlette, zora dayalı tahakkümün arkasında bir rıza süreci işlemektedir (Hall, 2005b: 214). Gündelik yaşamın sık değişkenliği nedeniyle insanların görüşlerinin belli bir yönde manipüle edilmesi ihtiyacı ve mücadelesi asla sona ermemekte ve hakim ideoloji, kazançlarını sürekli elde tutmak için rızayı yeniden üretmektedir (Fiske, 2014b: 313).

Van Dijk da, hegemonya kuramına yakın bir noktada durmaktadır. Hakim ideoloji, insanların ihtiyaç duydukları zorunlu enformasyonu kontrol ederek tahakküm kurmaktadır. İkna yoluyla uygulanan bu iktidar biçimine maruz kalanlara değişen derecelerde özgürlük ve direniş alanları bırakılmaktadır (2005: 317).

Marshall McLuhan "*araç, mesajdır*" metaforuyla, mesajın içeriğinin iletildiği araçtan daha önemli olduğu görüşünün aksine aracın bir etki oluşturduğunu savunmaktadır. Araç sadece mesajın taşıyıcısı rolünü üstlenmez. O belki de mesajdan daha çok insanların düşünce yapılarını ve algılayışlarını değiştirmektedir (Altay, 2005: 15). McLuhan, mesajın bizatihi medyanın kendisi olduğunu söylerken, anlamın araç tarafından dönüştürülmesinden, nihayet, insanın mecra ile birlikte anlamı nasıl çıkarttığından bahsetmektedir (Bostancı, 2011: 150). Aracın türü bir mesaj oluşturuyorsa, aynı aracın farklı kimlikleri de mesajın önüne geçebilmektedir. Örneğin bir televizyon kanalıyla ilgili algı, verilen mesajın içeriğinden bağımsız olarak izleyicide farklı anlamlar oluşmasına neden olabilmektedir.

Eco da (1991: 94), mesajın içeriğinden hareketle medyanın bir ideoloji taşıyıcısı değil bizzat kendisinin birer ideoloji olduğunu belirtmektedir.

İdeolojinin haberler yoluyla yerleşik hale getirilmesi, kullanılan günlük metaforlar aracılığıyla gerçekleştirilmektedir. Haberler üretilirken hem anlaşılma hem de etkisinin artması ön kabulüyle belli klişelere bağlı kalınmaktadır. Bilgi eksiltimi yaparak haberlerin popülerleşmesine neden olan metaforlar izlerkitlenin, haberin ideolojik içeriğinin farkında olmadan, sıradan bir haberle karşı karşıya olduğunu sanmasına yetebilmekedir. (Özer, 2011: 160).

Haber yoluyla hâkimiyet tesis edilmesi konusunda Propaganda Modelini geliştiren Schiller, manipülasyonun önemli bir araç olduğunu belirtmektedir. Medya pazarında hâkim olan ekonomik güçler, haber akışını kontrol altında tutarak manipülasyonu daha kolay gerçekleştirmektedir (Schiller, 1993: 14). Zihin yönlendirmenin bir yolu da bireyleri uzun süreler televizyon başında tutarak pasifizme itmek, yaşadıklarını kanıksamasını sağlamak ve sorunlara eleştirel gözle bakmalarının önüne geçmektir (Schiller, 1993: 50). Burada medya ürünlerini tüketenler, mal ve hizmetleri kendilerine pazarlamakta, siyasal alanda oy vermeyi öğrenmekte ve kendi inandıklarını onaylamaktadır (Erdoğan, 2014: 228).

Eleştirel akımın ana iddialarından biri de *"Yanlış Bilinç"*tir. Buna göre insanlar medya mesajları yoluyla "kandırıldıklarının" ya da sömürüldüklerinin farkında değildir. Medya bu yanlış bilinci, gerçeği yeniden biçimlendirerek, imaj ve biliş yönetimi yaparak, demokrasiye katkı sağladığına, kendisinin halkın hizmetinde ve dördüncü güç olduğuna inandırarak oluşturmaktadır (Erdoğan, 2014: 10).

Medyanın rolünün zenginlik ve iktidarın meşrulaştırılması olduğunu belirten Sholle (2005: 261), ideolojik işlev yerine getirilirken başvurulan yöntemleri şu şekilde sıralamaktadır (2005: 280-284):

- Şeyselleşme: Mevcut olanın doğallaştırılmasıdır. Belirli bir algılama tarzını sabit kılma işlevini yerini getirmektedir.
- Uyarlama: Yavaş yavaş gerçekleşen değişme yoluyla uyumluluğun sağlanmasıdır. Gözle görülür olan gerçekliğin tek rasyonel söylem alanı haline geldiği bir görsel kültür oluşturmaktadır.

- Meşrulaştırma: Resmi ya da biçimsel onayın verilmesidir. Marksist teorisyenler başat söylemdeki çelişkilerin sorgulanmasını önlemek için rızanın üretilmesidir.

- Yatıştırma: Yoğunluğu azaltmak, pasif kılmak ve susturmaktır.

- Fosilleştirme: Alternatif söylemsel oluşumların önünü kesme etkinliğidir.

- Depolitizasyon: Kamusal sorunların tartışmadan dışlanmasıdır. Karşıt açıklamaların üretilmesini engellerken bir yandan da demokratik bir seçim yanılsaması yaratmaktır.

- Ters yönde tartışma: Kendi formülleştirdiği çatışmalarla beslenen söylemdir. Sahte tartışmalar, karşıtlıklar üretir.

- Çökelme: Dibe yerleşen, kendini gömülü bir ideoloji olarak depolayan söylemdir.

Egemen ve eleştirel yaklaşımların genel olarak indirgemeci bir tavır içinde olduğu görülmektedir. Bostancı (2011: 140), indirgeyici olmamak ve ihtiyatlı davranmak kaydıyla hem ana damar hem de eleştirel yaklaşımların medyanın gerçekliği, siyaset ve gündelik hayatta oynadığı rol konusunda açıklayıcı bilgiler sunabileceğini belirtmektedir. Anlamlı bir kuramsal zemin için ekonomik indirgemeci ortodoks Marksist yaklaşımlar, kültürel süreçleri, kültürelciler de ekonomi ve politika disiplinlerini dışlamadan bir çerçeve oluşturmalıdır (Adaklı, 2006: 33). İzleyici etki araştırmaları ve kültürel çalışmalar, egemen güçleri ve onların medya metinlerini yapılandırdığını göz ardı etmeden, özneye de bir varlık ve etki gücü atfederek medya ve özellikle televizyon araştırmaları alanına katkı sağlamıştır. Bu nedenle etki araştırmaları ve kültürel çalışmalar ayrı bir bölümde değerlendirilmiştir.

2. İletişim Sistemleri

Medyanın örgütlenme biçimlerine mülkiyet biçimleri, bulundukları ülkelerin sosyo-ekonomik ve siyasal şartlar ve ülkelerin yönetimde benimsediği sistemler şekil vermektedir. Medyanın tarihi gelişimi de modelleri etkileyebilmektedir. Siyasal sistemin niteliği, ülkenin mevcut iletişim düzenini belirlerken iletişimin kurumlaşmış yapısı da siyasi platformu etki altında bırakmaktadır (Akdoğan, 1995: 22).

Tüm dünyadaki ekonomik gelişmelerin küreselleşme ve kâr odaklı seyri, medyanın da ticari bir yapılanmaya evrilmesine neden olmaktadır. Gelişmiş ülkelerde bu tecimsel yapı daha fazla dikkat çekmektedir (Demir, 2007: 31).

Yapılan araştırmalarda tarihi seyir de göz önüne alınarak medya sistemleri, otoriter, totaliter, liberal ve toplumsal sorumluluk olmak üzere 4 ana grupta toplanmıştır.

Liberal kuramın temeli tecimsel yayıncılığa dayanmaktadır. Tecimsel yayıncılık, medya kuruluşlarının, gelir kaynaklarını reklamın oluşturduğu, yayın izni ve bazı konulardaki denetim dışında devletin müdahalesinin olmadığı birer şirket olarak etkinlik göstermeleridir (Kejanlıoğlu, 2004: 22). Neo-liberal politikaların merkezinde, iletişim pazarı için kuralların kaldırılması yer almaktadır. Kuralların kaldırılması (deregulation), şirket çıkarlarıyla uyumlu şekilde kuralların yeniden konulmasıdır (Adaklı, 2006: 49).

Sermayenin bu biçimlendirme etkisi deregülasyonu, devletin kontrolünün zayıflamasını hızlandırmış, teknoloji, veri ve enformasyon gibi ürünleri pazarlanabilir meta haline getirme yetisini genişletmiştir (Kejanlıoğlu, 2004: 86).

Liberal demokrasilerin yapısal düzenlemeleriyle demokratik bir toplumda; medya kuruluşlarına yönelik müdahalelerin önlenmesi ve bireyin düşünce ve ifade özgürlüğüne sınır belirlememesi, demokratik bir medya ortamının oluşmasında gerekli düzenlemeler olarak kabul edilmiştir (Gölcü, 2015: 69).

Demokrasiler için medyanın ideal konumu, devlete karşı vatandaşın korunması çerçevesinde düşünüldüğünde, hem iktidarların belirlenmesinde hem de onların üzerinde vatandaşın etkinliğinin arttırılmasında önemli rol oynamaktadır (Bostancı, 1998: 135). Demokratik kurumlara sahip bir toplumun oluşturulması için, kişinin karşılaştığı bir düşünceye, cevap verebilmesinin sağlanmış olması; kanaat oluşturucu ve savunucu bağımsız organların bulunması; kamu kesimlerinin savunacağı kanaatlerin eyleme dönüştürülebilmeleri gerekmektedir (Mills, 1974: 417).

Liberal Kurama göre, tüketici olarak görülen okuyucu/izleyiciler medya organının başarısını belirlemekte, patronlar kâr yapmak için talebe kayıtsız kalmamak zorundadır. Ortaya çıkan formül şudur: Daha çok satış ve reklam geliri için geniş izleyici/okuyucu kesimlerinin fikirleri yayınlara yansımak zorunda kalacak, böylece fikir özgürlüğü teminat altına alınmış olacaktır (Demir, 2007: 41). Fikirler de, herhangi bir mal gibi üretim-tüketim kanununa göre kurulmuş bir pazarda alınıp, satılır (M. Mutlu, 2003: 80).

Fakat bu talep merkezli yaklaşım sorunları da beraberinde getirmektedir. Daha çok kâr etmek isteyen medya şirketlerinin büyümesine ve sektörü az sayıda şirketin ele geçirdiği durumlara tanık olunmuştur. Uluslararası medya şirketleri ortaya çıkarken, ülkelerde tüm izleyiciyi ve sektörü kontrol altına almaya yönelik yatay ve dikey bütünleşme eğilimleri görülmektedir. Bu durum çeşitliliği arttırırken, büyük yatırımlar gerektiren medyaya her kesimin ulaşmasını önlemektedir.

Medyadaki tekelleşme; ifade özgürlüğünü, haber, bilgi, düşüncenin özgür bir şekilde dolaşımını ve halkın demokratik siyasete yönelik tercih ve katılımını olumsuz yönde etkilemektedir (M. Mutlu, 2003: 90).

Ticari yayıncılığın ortaya çıkardığı sorunların azaltılması ve bilginin serbestçe dolaşımının sağlanması için devletler bazı tedbirler almaktadır. Kamu hizmeti yayıncılığı bu noktada önemli bir işlev üstlenmektedir. Gelir kaynakları iktidar ile tecimsel odaklardan bağımsız bir kamu kuruluşu olarak örgütlenmiş yayın kurumu, toplumun eşit şekilde erişebildiği yayınlarında, haber verme, eğitme ve eğlendirme işlevlerine göre dengeli bir yayın anlayışı benimsemektedir (Kejanlıoğlu, 2004: 22).

Toplumsal Sorumluluk Kuramı da bu anlamda Liberal Kuramın bir frenleyicisi olarak değerlendirilebilmektedir. Mc Quaill'e göre toplumsal sorumluluk kuramı gereğince (akt. Demir, 2007: 54); medya, topluma karşı doğruluk, nesnellik ve dengeli yayıncılık gibi başlıca görevlerini yerine getirmeli, bu görevleri yaparken kanunlar çerçevesinde kendisini düzenlemelidir. Suçu özendirmemeli, azınlıkları göz önünde bulundurmalı, farklı görüşlere ve cevap hakkına özen göstermelidir.

Otoriter ve totaliter sistemlerde medyanın özgürlüğünden söz edilemez. İktidar, medyayı kontrol altında tutmanın varlığının devamı için bir gereklilik olduğu görüşündedir. Sansür, rüşvet ve vergi cezaları bu kontrolün araçlarıdır. Totaliter-sistemlerde ise medya, siyasal iktidarın doğrudan denetimi altındadır (Işık, 2008: 147).

Otoriter yaklaşımda, sıkı yasal düzenlemeler, üretimin kontrolü, vergilendirme, mesleğe zorunlu davranış kuralları getirilmesi ve yazı işleri kadrosunun doğrudan iktidar tarafından atanması gibi kontrol yöntemleri görülebilmektedir (M. Mutlu, 2003: 79).

Totaliter ülkelerde kitle haberleşme araçları, direkt olarak devletin kontrolü altındadır. Devletin yönetim anlayışının halka benimsetilmesi, güdümlü bir kamuoyu olması hedeflenmektedir (M. Mutlu, 2003: 92).

Üretim, işleme, depolama, geri alma ve ulaşım için gerekli alt yapı olanakları ele geçirildiğinde, bilgi iktidarın kaynağı olmaktadır (Hamelink, 1991: 17).

Türkiye'de medya sistemi incelendiğinde karmaşık bir durum göze çarpmaktadır. Demokrasinin uzun yıllar tam anlamıyla işlememesi nedeniyle, medyanın siyasal ortamdaki değişikliklere göre farklı yapılanmalar sergilediği ortaya çıkmaktadır. Siyasal yapı-medya ortamı ilişkisinin temel gösterenleri Osmanlı döneminde görülmektedir.

Osmanlı'da matbaanın geç yaygınlaşması basının gelişimini de etkilemiştir. Basım faaliyetlerine karşı çıkışın dine dayalı bir önyargıdan kaynaklandığı savının geçerli olmadığını belirten Koloğlu (2013: 13), 1493'de İspanya'dan kaçıp Osmanlı'ya sığınan Yahudilerin basımevi kurmasına karşı çıkılmamasını örnek göstermektedir. Yasak sadece İslam dinine ait kitapların yayınlanmasıyla ilgilidir. Bunun nedeni de, ulemanın onayından geçmemiş eserlerin yanlışlar içermesi olasılığıdır.

Ancak yine de yayıncılık ve basın faaliyetlerinin başlangıcı devlet elinde olmuştur. 1828'de Mısır'da, 1831'de de İkinci Mahmut döneminde Osmanlı'da ilk gazeteler yayın hayatına başlamıştır (Koloğlu, 2013: 30).

Resmi gazete olan Tercüman-ı Ahval'in ardından bu dönemde halkın aydınlatılmasını amaç edinen Tasvir-i Efkar, Osmanlı aydın kesiminin yetişmesinde öncü olmuştur. Gazetenin yönetici kadrosu memurlardan oluşmaktadır (Koloğlu, 2013: 46).

İkinci Abdülhamit döneminde basın büyük ölçüde kontrol altında tutulmuş, yönetimi eleştiren yayın ve yazılar, sansür ve cezalar yoluyla önlenmeye çalışılmıştır. İttihat ve Terakki döneminde İkinci Meşrutiyet'in ilan edilmesiyle basında özel mülkiyetin çıkardığı yayınlarda ciddi bir rahatlama olmuş ancak partinin iktidarı koruma güdüsüyle basına İkinci Abdülhamit dönemini aratmayacak baskılar uyguladığı, gazetecilerin öldürüldüğü bir dönem başlamıştır (Koloğlu, 2013).

Bu sürece bakıldığında önce devletin tam kontrolü ardından ise otoriter sistemin özelliklerini yansıtan bir sistem olduğu görülmektedir.

Cumhuriyet'in kurulmasıyla birlikte basın, iç karışıklıklara zemin oluşturmasına engel olunması amacıyla kontrol altında tutulmuştur. 1925'teki Şeyh Said Ayaklanması nedeniyle çıkarılan Takrir-i Sükun Yasası basına karşı tedbir ve cezaların yoğun şekilde uygulamaya geçirildiği dönemin başlangıcı olmuştur (Koloğlu, 2013: 117). Matbuat Yasası, Basın birliği gibi baskıcı ve sıkı kontrol temelli uygulamalar basın rejiminin otoriter bir anlayışa sahip olduğunu ortaya koymaktadır (Arabacı, 2008: 82).

1950 yılında çok partili yaşama geçilen Türkiye'de basında da ciddi bir rahatlama olmuş ancak Demokrat Parti iktidarının son yıllarında muhalefeti ve basını kontrol altında tutmaya yönelik yasaların çıkarıldığı görülmüştür (Demir, 2007: 177). 1960 Darbesinden sonra basın özgürlüğü görece olarak artarken bu kez gazete patronlarının gerek kar gerekse ideolojik kaygılarla hareket ettikleri bir dönem başlamıştır.

12 Eylül 1980 Askeri Müdahalesiyle birlikte mevcut siyasi partilerin kapatılması, yönetimde ve basın rejiminde otoriter kuramın uygulandığını ortaya koymuştur (Işık, 2008: 151).

1983'den itibaren siyasal ve ekonomik alanda neo-liberal politikaların uygulanmaya başlaması, iletişim alanında ön denetim ve sansürün söz konusu olmaması otoriter yaklaşımdan uzaklaşıldığını göstermektedir. Diğer yandan medyanın özdenetim girişimlerinin başarısızlığı ve halkın medyaya olan güvensizliği ise sosyal sorumluluk yaklaşımından da uzak bir duruma işaret etmektedir (Işık, 2008: 153).

1990'lı yıllarda özel televizyon yayınlarının başlaması, medyada holdingleşmenin yaygınlaşması liberal kurama yakınlaşma olduğunu, medya ile siyasetin karşılıklı çıkar çerçevesinde hareket etmesi, medyanın siyaseti etkilemek, siyasetin medyayı kontrol etmek için etik olmayan yöntemlere başvurması, karmaşık bir iletişim alanı ortaya çıkarmıştır. Günümüzde de devlet/iktidar ve medya ilişkileri, 1990'lı yıllardan büyük farklar göstermemektedir.

Kamu medyası olan TRT'ye bakıldığında ise her dönem iktidarların propaganda aracı olarak kullanıldığı dikkat çekmektedir (Işık, 2008: 159).

Işık (2008: 152), Türkiye'deki iletişim sisteminin genel profili çıkarılmak istendiğinde, medya kuramlarından biriyle açıklamanın mümkün olmadığını belirtmektedir. 1980'e kadar genel özellikleriyle otoriter sistem, 1980 sonrasındaysa her sistemin izlerinin olduğu bir görüntü ortaya çıkmaktadır.

2.1. Medya Ekonomi Politiği ve Türkiye'de Medya Sahipliği

Colomb: *"Altınla ruhların cennete girmesini sağlamak bile mümkündür" (Marks, 2013: 135).*

Sermaye odaklı endüstrileşmiş toplumu konu edinen Ekonomi politik, insanların maddi varlıklarını sürdürebilmek için gereken araçların üretim ve değişimini inceleyen bir bilimdir (Yaylagül, 2010: 139).

Ekonomi, modern dönemde toplumsal yaşamın merkezi haline gelirken, insanı salt üretim-tüketim ilişkisi içine koyma yönelimi ekonomik boyutun asıl amaç olması sonucunu ortaya çıkarmıştır (Güneş, 1996: 59).

Marks (2013: 347), kırsal üretime dayalı toplumun iktisadi unsurlarının yapısının, siyasetteki hareketlerden etkilenmediğini belirtmektedir. Birçok savaş ve yıkılan, parçalanan imparatorluklara rağmen köye dokunulmadığı sürece değişmeyen yapının, büyük sanayinin gelişmesiyle köylünün işçi durumuna düşmesinin yeni bir dönemi başlattığını vurgulamaktadır (Marks, 2013: 481).

Ekonominin politikayla ilişkisi, postmodern dönemde emeğin sömürüsü ve işçi-işveren ilişkilerinin ötesinde açıklamalara muhtaçtır. Doğru olan ise ekonomi ve politikanın dünyayı getirdiği noktada, "*yeni olan her şeyin eskidiği, kutsal olanın ayaklar altına alındığı, katı olanın buharlaştığı*"dır (Marks ve Engels, 2003: 25).

Ekonomi politikte ekonomik boyut, her türden malın (maddi ya da kültürel) üretim, dağıtım ve tüketimiyle ilgilenirken, politik boyut ise bu sürece etki eden iktidar ilişkilerini incelemektedir (Özdemir, 2009: 7).

Medyanın ekonomi politiği içerisinde iki ana yaklaşım bulunmaktadır. Araçsalcılar, medya üzerindeki etkileri ve üretim sürecinde kapitalist sınıfın kendi çıkarları doğrultusunda kurduğu kontrol üzerinde odaklanmaktadır. Yapısalcı yaklaşım, medya sahiplerinin niyetlerinden ve eylemlerinden öte kapitalist ekonomik sistemin altında yatan temel dinamiklere dikkat çekmektedir (Yaylagül, 2010: 153).

Yapısalcı yani klasik ekonomi politikçiler, devlet müdahalesinin en aza indirilmesi ve pazar güçlerine en geniş hareket imkanlarının verilmesi gerektiği varsayımından hareketle analizlerini yürütmektedir. Araçsalcı yani eleştirel ekonomi politikçiler ise, pazar sistemlerinin bozukluklarına ve eşitsizliklerine işaret ederek sistemin kusurlarının devlet müdahalesiyle düzeltilebileceğini savunmaktadır (Golding ve Murdock, 2014: 59). Yapısalcı analizleri dikkate alan, kitle iletişim araçlarının çıktılarını birer kültürel ve ideolojik metin olarak çözümlemeyi öneren Kültürelcilerin kuramsal dayanağı, İdeolojik Aygıtlar Kuramının sahibi Louis Althusser ve Antonio Gramsci'nin Hegemonya kuramıdır (Kılıçatan, 2011: 40).

Kejanlıoğlu, (2004: 74), devlet müdahalesine dikkat çekse de eleştirel yaklaşımın, genel süreçlere ve medya endüstrisi ile mülkiyet tiplerine odaklandığı için politika konusuna daha yüzeysel yer verdiğini söylemektedir.

Liberal görüşün savunucuları, iletişim pazarında tüketiciler rakip ürünleri sundukları faydaya göre seçmektedir. Pazar güçlerinin hareket serbestisi ne kadar büyükse, tüketicinin seçme özgürlüğü de o kadar fazla olmaktadır (Fiske, 2014b: 53).

Eleştirel ekonomi politik yaklaşım ise ticari ve kamusal girişim arasındaki kaymaların kültür üzerindeki etkisini ortaya çıkarmayı temel amacı görmektedir (Golding ve Murdock, 2014: 63).

Kitle iletişiminin başlıca belirleyicileri; kitle iletişim araçlarının ortaya çıkması, yaygınlaşması, toplumsal süreçlerde etkisi olan ekonomi, siyaset ve ideoloji ile medya içeriklerinin formatı, dil ve ifade araçlarını anlatan kültürdür (Jakubovic ve Jerdewski'den aktaran Kejanlıoğlu, 2004: 135).

18. yüzyılda basın, kamuoyunun düşünmesine, akıl yürütmesine olanak sağlama açısından büyük bir görevi yerine getirirken, 20. yüzyılda televizyon ve radyo ile birlikte kitlenin seyirci-izleyici olarak görüldüğü bir mecraya dönüşmüştür. 19. yüzyılın ortalarından itibaren medya kamudan uzaklaşıp, özel çıkarlarla bütünleşerek, kültür endüstrisi içinde, oligopolleşmiştir (Köker, 1998: 105). Bu kitlesel endüstride iletişim ekonomisi, üretimi, dağıtımı ve finansmanını sağlayan ortam ve araçlar üretilen iktisadi değerden oluşmaktadır. Kitle iletişim araçlarının yanı sıra bu araçlara yönelik içerik hazırlayan, reklam geliri sağlayan tüm şirketler bu endüstrinin birer parçasıdır (Bilgili, 2009: 67).

Ticari yayıncılık ekonomisi, reklam geliri karşılığında izleyicilerin ya da onların satın alma potansiyellerinin satılması ilkesini benimsemektedir. Şirketlerin reklamlar için ödedikleri fiyat, programın ne kadar büyük bir kitle tarafından izlendiği verisiyle belirlenmektedir (Golding ve Murdock, 2014: 57).

Tellan, medyada oligopolistik yapının ekonomik nedenlerini şu başlıklarda sıralamaktadır (2009: 335- 340):

- Basının kamuoyu ve siyaset üzerindeki etkisini gören medya dışı sermayenin sektöre girişi.

- Baskıda yaşanan hız sorunu nedeniyle teknolojiye, sermayeye duyulan ihtiyaç ve üretim maliyetlerindeki artış.
- İlan ve reklam gelirlerindeki yetersizlik.
- Tirajın giderleri karşılayamaması.
- Devlet teşviklerinin eşitsiz dağıtımı.

Milyar dolarlık gelirlere sahip olan şirketler, kâr oranlarına zarar verebilecek her şeyi düşman görmekte, bölgesel, kültürel, ideolojik ve siyasal bağları gevşetmeye yönelmektedir (Meyer, 2014: 65).

Sektöre küçük şirketlerin girişi yapısal olarak güçleştiği gibi oligopol şirketlerin hamleleri de medya sahipliğinde çeşitliliğin önüne geçmektedir. En büyük balık olan devlet karşısında varoluşunu medya özgürlüğünü kalkan yaparak korumaya çalışan basın, kendisi büyük balık olduğunda küçükleri yutmakta tereddüt etmemektedir (Bostancı, 1998: 137).

Ekonomi politik, iletişim endüstrilerinde, 1990'lı yıllardan itibaren dört temel yaklaşım olduğunu ortaya koymuştur. Bunlar, küreselleşme, deregülasyon, birleşme ve sayısallaşmadır (Hamelink'ten aktaran Yaylagül, 2010: 247). Sayısallaşma ile bilgisayar sistemleri, kitle iletişimin temel etkileyenlerinden biri haline gelmiştir. Küresel iletişim medyasının mülkiyeti ve işletilişi, büyük maddi imkanlar gerektirdiği için uydular yoluyla kurulan iletişim endüstrisi, birkaç zengin ülkenin denetiminde bulunmaktadır (Keane, 2010: 132). Deregülasyon ile kamunun elindeki güçten kaynaklanan düzenleme ve kontrol etkisi kırılmış, kaynaklar hükümetler aracılığıyla sermayenin hizmetine sunulmuştur. Küreselleşme süreci ile de çok uluslu şirketler bütün dünyadaki iletişim içeriklerinin üretim, dağıtım ve tüketim süreçlerini kontrol etmeye başlamışlardır (Yaylagül, 2010: 147).

İçerikler üzerindeki yönlendirici etkisi sürekli artan, bir toplumsal güç haline gelen ve büyük şirketler tarafından yönetilen (Encabo, 2014: 358) medyanın hakim kapitalist sınıfın bir ideoloji üretme ve yaygınlaştırma aracı olduğunu savunan eleştirelcilere göre en büyük kültür endüstrisi olan medya halkı bilgilendirmek, eğitmek ve eğlendirmek adı altında egemen değerlerin kültürel ve ideolojik

formasyonlarını aşılamaktadır (Yaylagül, 2010: 148). Onlara göre medya örgütlenmelerinin maddi yapısı, onların ideolojisini belirlemektedir. Medya üretiminin anlamı incelenirken bakılması gereken yer onun sermayesinin niteliğidir. Anlatı ideolojinin kodlarını çözmek için yeterli değildir (Bostancı, 2011: 138).

Herman ve Chomsky'e göre kapitalist ülkelerdeki medyanın amacı, 24 saat propaganda yaparak egemen değerleri topluma aşılamaktır. Çünkü düzenin kendini yeniden üretmesi için kitlelerin rızasının üretilmesi gerekmektedir. Totaliter bir rejimin kaba kuvvetle ürettiği rıza, demokraside propaganda yoluyla elde edilmektedir (Yaylagül, 2010: 168-169). Karşılıklı bağımlılık nedeniyle, medya mülkiyetindeki değişmeler iktidar ilişkilerini çok fazla etkilememektedir (Shoemaker ve Reese, 2014: 106).

Ticari televizyonun daha çok reklam almak için izlenme oranı baskısına tamamen boyun eğmesi, kamu yayıncılığını da etkilemiştir. Kamu yayıncılığının mali kontrolünü elinden bulunduran siyasal organların düşük maliyeti öncelemeye başlamalarıyla, bu yayın kuruluşlarındaki içerik üreticisi ve yöneticilerin kendilerini, mesleki başarı bakımından özel sektörle rekabet içinde görüp yüksek izlenme oranlarına ulaşmayı amaçlamaya başlamıştır (Meyer, 2014: 68).

Burada iki istisna bulunmaktadır: Haber ve bilginin itibarına önem veren kuruluşlar büyük zararlarla baş etmeye uğraşırken, ideolojik yayıncılık yapan ve izlenme/okunmayı birinci öncelik olarak görmeyen medya kuruluşları da, haberi bilgilendirme değil yandaşlarını yönlendirme aracı olarak kullanma eğiliminde olmaktadır.

Türkiye özelinde bakıldığında, geleneksel medya sahipliğinin yerini medya dışı sektörlerden gelen holdingler almıştır. Siyaset ve ticaretin medya düzenini önemli ölçüde belirlediği, ticari çıkarların kamunun menfaatlerinden önde tutulduğu, kamu yayıncılığının da hükümetlerin propagandası için araçsallaştırıldığı görülmektedir (Adaklı, 2006: 32).

Batı'da gazete; ekonomik, siyasi ve sosyal şartların ortaya çıkardığı bir sonuçken, Türkiye'de, siyasi dinamiklerle, devlet destekli olmuştur. Başlangıcından

itibaren Türk basınının genel görünümü devlete olan bağımlı tavrı olmuştur (Çakır, 2008: 62). Özel girişimcilerin gazete çıkardığı ilk dönemlerde, kar amacından öte yıkılmak üzere olan Osmanlı İmparatorluğu'nun kurtarılmasına yönelik fikirlerin dile getirilmesi, halkın bilgilendirilmesi, özgürlük alanının genişletilmesi için yayıncılık yapıldığı görülmektedir. Cumhuriyetin ilk yıllarındaki yapı, 1950'lerden itibaren dünyaya kısmen ayak uydurmaya başlamıştır.

Bu yıllar, Türkiye'nin 1950'lere kadar sivil-asker bürokrasinin iktidar bloğunu burjuvaziye devretmeye başladığı yılların başlangıcı sayılmaktadır. Burjuvazi, siyaseti de ekonominin merkezi İstanbul'dan belirleme gücüne erişecektir. Endüstriyel medya 1980 ve özellikle 1990'lı yıllarla birlikte geniş alan kazanmıştır (Sönmez, 2010: 19).

1980-2000 döneminde Türkiye medya endüstrisi, küresel üretimindeki enformasyon devriminden etkilenirken, ekonomideki liberalleşme kamu hizmeti yayıncılığının önceliğini ortadan kaldırmış, medya ürünleri metalaşmıştır (Ekzen, 2009: 321).

Bu dönemde holdingleşme belirginleşmiş, sektör dışından büyük sermaye geçişleri yaşanmıştır. Medya sahipliğinde dikkat çeken bir özellikle grupların çok uzun süre sektörde kalmamasıdır. Yaklaşık 10'ar yıllık dönemlerde, medyanın en güçlüsü görünen grupların alandan çekildikleri görülmektedir. Bu durumun önemli nedenlerinden birinin, medya ve gazetecilik ile para kazanma değil, farklı sektörlerden şirketlerinin kalkınması için medyayı devletle ilişkilerde kullanma amacı olduğu görülmektedir (Adaklı, 2006: 182).

Uzan, Asil Nadir, Bilgin, Korkmaz ve Ilıcaklar gibi gruplar buna örnek olarak gösterilebilir. Medya sektörünün en eski patronu Aydın Doğan'dır. Bu güçlü grup, rakiplerinden farklı olarak yatay ve dikey olarak bütünleşmeyle sektörde halen etkinliğini sürdürmektedir (Adaklı, 2006: 264).

2002 yılında başlayan Ak Parti iktidarının ikinci dönemiyle birlikte sektörde el değiştirmeler yaşanmıştır. Uzan gibi büyük bir grup, medya, ticaret ve siyaset sahnesinden çekilirken, en büyük gruplardan biri olan Sabah-ATV, önce Çalık ardından Kalyoncu Grubunun yönetimine geçmiştir. Doğan Grubu da bir süreç içinde

gazete ve televizyon yoğunluğunu azaltmıştır. Şu anda Türkiye'de bulunan büyük medya grupları şu şekildedir[1]:

2.2. Türkiye'de Görsel ve Yazılı Medyada Faaliyet Yürüten Gruplar

Tablo 1: Görsel ve Yazılı Medyadaki Gruplar

Doğan Holding	Kanal D, CNN Türk TV, Hürriyet, Posta Gazeteleri
Zirve Holding	Sabah Gazetesi, ATV, A Haber
Doğuş Holding	Star TV, NTV
Ciner Holding	SHOW TV, Haber Türk TV, Haber Türk Gazetesi
Sancak Grup	Star Gazetesi, 24 TV, 360 TV, Akşam, Güneş Gazeteleri
Albayrak Grup	Yenişafak Gazetesi, TVNET
İhlas Holding	Türkiye Gazetesi ve TGRT Haber TV
Fox Medya	Fox TV
Akit Grubu	Akit TV, Akit Gazetesi

[1] Grupların önde gelen TV ve gazeteleri belirtilmiştir. Yazılı basında 40 bin üzeri tirajı olan gazeteler listeye alınmıştır.

2.3.Yazılı Medyada Faaliyet Yürüten Gruplar:

Tablo 2: Yazılı Medyadaki Gruplar

Demirören Grubu	Milliyet, Vatan Gazeteleri
Estetik Yayıncılık	Sözcü, Amk Gazeteleri
Cumhuriyet Vakfı	Cumhuriyet
Karar Yayıncılık	Karar Gazetesi

3. Medya ve Habere Bakış

Arapça bir sözcük olan habere, Türkçe'de "Salık", "Duyuk" gibi karşılıklar aranmış olmasına karşın yaygınlık kazanmamıştır. Yaklaşımlara bağlı olarak haberle ilgili birçok tanım yapılmaktadır. Gürcan ve Yüksel (2005: 55-56), vaktinde verilmesi, toplumda çok kişiyi ilgilendirmesi ve etkileyici olması gibi yönlerine vurgu yaparken, *"belirli bir yer ve zaman içinde gerçekleşen olayların bilmeyenlere aktarılması, gazeteciliği meslek edinmiş insanların kitle iletişim araçlarını kullanarak yazılı, sesli, görüntülü mesajları okuyucu, izleyici ve dinleyicilere aktarması, gerçeğin toplumsal kurgulanması"* gibi çok sayıda haber tanımı yapılmaktadır (Girgin, 1997:13-14).

Uyguç ise tanımlardaki kriterlere doğruluk ve tarafsızlık kriterlerini eklemiştir (1998: 86):

> *"Haber, güncel, çok sayıda kişiyi ilgilendiren önemli olayların doğru, tarafsız ve çabuk bir biçimde aktarımıdır".*

Bennet (2009: 63), ise politikanın haberin merkezindeki yerinden hareket ederek, haberi, tarihin herhangi bir anında, "politikacının tanıttığı, haber kuruluşlarının ürettiği, teknolojinin aktardığı ve insanların tükettiği şey" olarak tanımlamaktadır.

Medyanın haber verme özelliği, demokratik sürecin vazgeçilmez bir öğesidir, çünkü halkın vatandaş olarak haklarını kullanabilmesi için ihtiyaç duyduğu enformasyona ulaşmasını, olayların yorumlanmasını ve tartışmaya katılabilmesini sağlamaktadır (Lundby ve Ronning, 2014: 24).

Bostancı (2011: 121), başat bilgi kaynağı olması açısından medyayı, metafizik âlemle bağlar kurdukları iddiasında olan medyumlara benzetmektedir. Medya kitleye, onların çoğunlukla nüfuz edemediği, bilmediği hatta görmediği ve girmesinin mümkün olmadığı bir yerlerden, büyüleyici bir anlatımla mesajlar iletmektedir (Bostancı, 2011: 121).

Bir toplumdaki tüm insanların aynı anda, aynı yerde konuşup yazışarak iletişim kurması imkansızdır (Keane, 2010: 59). Herkese aynı anda hitap eden gazete ile yazılı iletişim, radyo ile konuşma, televizyon ile de hem görüntülü hem sesli iletişim imkanı doğmuştur. Bu araçlara ulaşıp fikir, görüş belirtmek ve içeriklere yön vermek bir şekilde mümkün ancak kitle iletişiminin iletişimden çok enformasyon, tek yönlülük boyutu da göz ardı edilmemelidir.

Televizyon, yazılı ve sesli medya ile yapılan haberciliği önemli derecede geliştirmiş ve değiştirmiştir. Bu değişimin en önemli yanı televizyonun doğasındaki görüntünün gücüdür. Bu güç, gerçekliğe olabildiğince yaklaşmasından kaynaklanmaktır.

McLuhan'a göre telgrafın icat edilmesiyle insanlar büyük bir değişim geçirerek elektronik çağa geçmiştir. Enformasyon ve iletişim çağında, televizyon izleyen insan aynı anda, büyük bir hızla bütün ortam ve zamanlara gidebilmektedir (Altay, 2005: 20). Televizyonun önermesi, gerçeğe, gözüyle görmenin kanıtına dayandırılması ile desteklenmektedir. O nedenle, televizyonun söylemi özellikle doğalcı, gerçekçi bir söylem ve ifade olarak görünmektedir (Hall, 2005a: 100).

Kitap ve gazetede olduğunun aksine dikkate dayalı okuma alışkanlığı kültürünü derinden değiştiren televizyon, onun yerine daha rahat, yayılmış, çok boyutlu ve hazır hane biçimindeki yeni bir düşünce ve gerçeklik algılama tarzını ikame etmiştir (Esslin, 2001: 15).

Televizyon dış gerçekliği canlı, anında ve doğrudan aktararak izleyiciye sunabilmektedir. İzleyici, televizyon görüntüsünü film görüntüsünden çok daha gerçeğe benzer olarak algılamakta ve televizyonun canlılık ve gerçeklik ideolojisi oluşturmasına neden olmaktadır (Temizkan, 2012: 337).

Bu gerçekliğin sadece yeniden düzenlenmiş olduğu, hiçbir zaman saf gerçeklik olamayacağı yönündeki görüşler de hayli yaygındır. Televizyon gerçekliği kaydetmemekte, onu kodlamaktadır. Görsellik sayesinde bir nesnellik iddiası taşıyarak kodlamanın üstü örtülmektedir (Fiske, 2014b: 30).

Bostancı da (2011: 153), televizyonun sözden ziyade görüntüyü öne çıkararak, insanları görüntüye odaklayıp, sözel olanı geri planda bıraktığını, şekil üzerinden toplam algıyı yönettiğini belirtmektedir.

En küçük çocuklar bile evin içinde ve başköşesinde olan televizyonu izlemekten alıkonulamamakta, böylece televizyon insanın ilk öğretmeni, güvenilir yoldaşı, sistemin belirleyenlerinden biri, kamuoyu oluşturmanın vazgeçilmez aracı olmaktadır (Postman, 2012: 91).

Televizyonun medyanın en önemli aktörü ve belirleyeni olması, görsellik ile sağladığı gerçekliğin yanı sıra her evde bulunan elektriğin, o eve televizyonun girmesi için yeterli olmasıdır. Televizyon açık bir kaynak olarak en ucuz görsel ve işitsel iletişim aracıdır (Çoban, 2013: 135).

Televizyonun sadece bir haberleşme aracı olmadığı, ideoloji kodlama özelliğinin daha ön planda olduğunu savunan eleştirel yaklaşımcılara göre zihinlere kazınan gerçeklik anlayışı şu gizli mesajlarla oluşturulmaktadır (Uğur, 1991: 246):

- Bildiğin dünyadasın, değişen bir şey yok.
- Dünya işleri son derece karmaşık, bu karmaşıklığa senin aklın ermez, bırak erbabı halletsin.
- Gerçeklik yapıntıdır. Yapıntı ise gerçeklik.
- Günümüz dünyasının sorunları üzerinde uzun uzadıya duracak vaktin yok, saniye geçiyor, çabuk!

Televizyon, ürettiği dil ve anlam itibariyle kültürün birebir yansıtıcısı değil aynı zamanda kendine has kültür oluşturan bir araçtır (Çelenk, 2005: 83).

Televizyonun ideolojik mesaj üretme, manipülasyon, insanları gerçek dünyadan koparma, kültür endüstrisinin bir aracı olarak görme üzerine kurulu eleştirel yaklaşımlara karşılık, liberal medya görüşü, habere ve medyaya aracın "özündeki" faydaları açısından yaklaşmaktadır. Buna göre haber objektif olarak sunulabilir. Muhabir toplumsal gerçekliği anlama ve aktarma kapasitesine sahiptir. Bunun için kaynaklara eşit mesafede yaklaşabilir. Haberini dengeli yazabilir. Olay ve yorum farkını ortaya koyabilir. Habercilik toplumsal gerçekliğin yansımasını sağlamaktadır. Medya bağımsızdır, dördüncü güçtür ve bu işlevini yerine getirebilir (Özer'den aktaran Özer, 2012: 121)

3.1. Türkiye'de Televizyon Yayıncılığı

Türkiye'de televizyon yayıncılığı 1964 yılında özel bir yasayla kurulan TRT ile başlamıştır. 1968'de ilk deneme yayınıyla başlayan televizyon yayıncılığı 1986 yılına kadar tek kanal ile devam etti. 1972'deki anayasa değişiklikleriyle kurum, "tarafsız" bir kamu iktisadi kuruluşu olarak tanımlanmıştır. Televizyonun Türkiye'deki 10. yılında kayıtlı 2 milyon 250 bin televizyon alıcısı bulunmaktaydı. 1986'da uydu yayınlarının başlamasıyla birlikte TRT'nin kanal sayısı arttırılmıştır (trt.net.tr).

1980'li yıllardan 1990'lı yıllara, yayıncılıktaki başat yönelim tecimselleşmedir. Bu eğilimin siyasal ve iktisadi ortam ile yayıncılıktaki yasal alt yapı 80'li yılların ilk yarısında oluşmuştur (Kejanlıoğlu, 2004: 205). 1990 yılında bu kanunlardaki boşluktan yararlanılarak yurt dışından Star 1'in yayınıyla başlayan özel televizyon yayıncılığı hızlı bir gelişme göstermiş, 1993 yılındaki düzenleme ile kanuni alt yapıları da tamamlanmıştır. Günümüzde televizyon sektöründe önemli pay sahibi olan kuruluşların sektöre girişiyle, piyasa o yıl, aşağı yukarı bugünkü halini almıştır (Adaklı, 2006: 234). Show TV, Kanal D, ATV, TGRT (Fox TV) Kanal 7 gibi kuruluşlar ardı ardına yayına başlamış, 1990'lı yılların başında sektörde güçlü olan Kanal 6 ve HBB gibi kanallar daha sonra frekans haklarını satarak yayıncılık alanından çekilmiştir.

Türkiye'de radyo ve televizyon yayıncılığı, hep devletin doğrudan gözetimi altında yürütülmüştür (Kejanlıoğlu, 2004: 186). 1993 yılında yapılan frekans tahsislerinden sonra zaman zaman alanın düzenlenmesine yönelik kanunlar çıkarılmış ancak hiçbir zaman televizyon yayıncılığı alanında sorunlar kanuni olarak netliğe kavuşmamıştır. Tekelleşme ve yabancı sermayenin yoğunlaşması konusunda düzenlemeler, basın özgürlüğü ve frekans sahiplikleri konusunda 2011 yılında yasa çıkarılmış ancak frekans ihalesine bazı kuruluşların itiraz ederek yürütmeyi durdurma kararı alması nedeniyle kanun tam olarak uygulanamamıştır.

6112 sayılı yasaya göre, yayın içeriklerine sansür niteliğinde müdahaleler yapılamayacağı, RTÜK'ün yetkileri, yayınların kuruluş sahiplerinin çıkarları doğrultusunda kullanılamayacağı, hizmet sağlayıcıların sorumlulukları ve telif haklarıyla ilgili düzenlemeler yapılmıştır. Ayrıca bu kanunla siyasi partiler, sendikalar, kooperatifler, dernek, vakıf ve belediyelerin doğrudan ya da dolaylı olarak yayın lisansı alması yasaklanmıştır. Bir gerçek veya tüzel kişinin doğrudan veya dolaylı en fazla 4 karasal yayın kuruluşuna ortak olabileceği, bu kuruluşların yıllık gelirinin, sektörün toplam gelirinin yüzde 30'unu geçemeyeceği kanunla düzenlenmiştir. Bir medya kuruluşunda doğrudan yabancı sermaye payı da yüzde 50'yi geçemeyecek şekilde belirlenmiştir (Yıldız, 2013: 218-226).

Kejanlıoğlu (2004: 201), Türkiye'de yayıncılığın hiçbir zaman öncelikli bir düzenleme konusu olmadığını belirtmektedir. Devletin, dolayısıyla hükümetlerin alanı tamamen "serbest" bırakmayarak, yani kanunen çekinceleri olmasını sağlayarak özel televizyon kuruluşlarını siyasi anlamda bağımlı halde tutmaktadır.

Günümüzde televizyon yayıncılığı ticari olarak büyük gelişme göstermiştir. Şu anda Türkiye'de yaygın, bölgesel ve yerel olmak üzere 263 kanal bulunmaktadır (byegm.gov.tr). Uydu ve kablo üzerinden yayın yapan kanal sayısı her geçen gün artmaktadır. Yayıncılıkta en önemli gelişmenin tematikleşme olduğu görülmektedir. Haber, spor, eğlence, din, çocuk, pazarlama gibi alanlarda yüzlerce televizyon kanalı yayınlarını sürdürmektedir. Bu anlamda izleyici çeşitlilik açısından önemli bir yapılanma bulunmaktadır.

Yaygın ya da ulusal da denilen televizyon yayıncılığı, ülkenin tümüne yayınlarını ulaştırmakta ve genel izleyici kitlesine hitap etmektedir. Reklam gelirlerinin büyük bölümünü de bu kuruluşlar elde etmektedir. Haber verme, bilgilendirme, eğlendirme, yöneticilerle halk arasında köprü olma gibi işlevleri bulunan televizyon kanallarının magazinleşme, siyasi tarafgirlik, genel ahlakı gözetmeme gibi sorunları bulunurken, yerel televizyonların en önemli sorunu ekonomik yetersizlikler olarak dikkat çekmektedir (Akyüz, 2016: 1077).

3.2. Türkiye'de Televizyon Haberciliği

"Türkiye ve Dünyadan gelişmeleri aktarmak üzere karşınızdayız" diyerek başlayan ve *"haberleri izlediniz"* ya da *"gerçekleri izlediniz"* ifadeleriyle son bulan televizyon haberleri, televizyon yayıncılığında önemli bir yere sahiptir. Medyanın işlevleri içinde en çok yerine getirdiği ikisi olan haber verme ve eğlendirme, insanların en çok televizyon izlediği saatler olan akşam saatlerinde haber bültenleriyle başlamaktadır. Günümüzde tematik kanalların sayısı hızla artmış ve internet bilgi ihtiyacını ciddi ölçüde karşılıyor olsa da televizyon ve televizyon haberleri, halen en önemli bilgi kaynaklarının başında gelmektedir. Çünkü edinilmesi kolay, ucuz ve etkileyiciliği halen çok yüksektir.

Televizyon haberciliği, televizyonun doğduğu Amerika Birleşik Devletleri'nde başlamıştır. İlk haber yayınları günde 15 dakika olarak, 1941 yılında, akşam haberleri ise bir program türü olarak 1948'de Amerika Birleşik Devletleri'nde, CBS televizyonunda başlamıştır (Matelski'den aktaran Kazaz, 2007: 148). Ardından NBC ve ABC kanalları da haber yayınına geçmiş, televizyonun haber için kullanımı Avrupa'da da 1950'lerden sonra söz konusu olmuştur (Şeker, 2007: 38).

İkinci Dünya Savaşı'nda radyo haberleri daha ön plana çıkarken 1960'lı yıllarda uyduların devreye girmesi, alıcı sayısının artması ve önemli olayların televizyonlardan yayınlanması televizyon haberciliğinin gelişimine büyük katkı sağlamıştır. Bu sırada etki gücü de hayli artan televizyon haberleri, politikaya yön verme eğilimiyle de belirmiştir.

1980 yılı haber televizyonculuğu açısından önemli bir tarihtir. Tematik bir kanal olarak yayına başlayan CNN, dünyanın her köşesinden haber toplamayı ve bu haberleri dünyanın tümüne yayınlamayı ilke edinerek, yalnızca haber yayını yapan bir televizyonun izlenebileceğini ve ticari ortamda var olabileceğini göstermiştir. Haber televizyonculuğu olarak adlandırılan bu format dünyada yaygınlaşmış, CNN'in benzeri yayın formatında ulusal ya da uluslar arası haber kanalları kurulmuştur (Şeker, 2007: 38).

İzleyiciler tematik haber kanallarıyla günün her saatinde haber izleme imkanına kavuşurken, haber kanalları daha çok sıcak gelişmeler, canlı yayınlar, özel dosya ve araştırma haberler ve program türleriyle izleyiciyi ekrana bağlamaya çalışmaktadır. Tecimsel ve genel kitleye dönük yayın yapan kanallar ise akşam haberleri ya da ana haber bültenlerini günün tüm gelişmelerini özetleyici, daha dikkat çekici bir formata dönüştürmüş, 30-45 dakika arası süren bültenlerde siyasetten, magazine, dünya haberlerinden yerel gelişmelere kadar olabildiğince büyük bir kitleye ulaşacak haberlere yer vermektedir.

Türkiye'de televizyon haberciliği kamu yayıncılığı yapan TRT ile başlamıştır. İlk televizyon haber bülteni, 1968 yılında TRT'nin deneme yayınına başlamasıyla sunulmuştur. BBC'de yapım kursu görmüş, gazeteci kökenli TRT çalışanları tarafından hazırlanan haberler 1971 yılına kadar tek haber bülteni şeklinde devam etmiştir. Günlük yayının bitişi ise 10 dakikalık kısa bültenlerle yapılmıştır (Esen'den aktaran Kazaz, 2007: 151-152). TRT ilerleyen yıllarda yazılı basındaki gelişmelere paralel olarak kanal sayısını ve içerik çeşitliliğini arttırmıştır.

Televizyon haberciliği, özel televizyonların yayına başladığı 1990 yılından itibaren farklı bir yapıya dönüşmüştür. Bu süreç tıpkı ABD ve Avrupa'daki gibi yayıncılığın bir kamu hizmeti olmaktan çıkıp bir pazar mantığında algılanmasına yol açmıştır. Televizyon programlarının ve haberlerin alınır-satılır bir ürün olarak görülmesi, izleyicilerin müşterileşmesi, haber bültenlerini içerik, üslup ve haber seçimi açısından çok değiştirmiştir (Cankaya, 1997: 121).

Özel televizyonların ilk yıllarında, kanalların, haber bültenlerini de tamamen reklam alma aracı olarak görmesi içeriklerin reyting odaklı belirlendiği, her akşam birinci olan kanalın reytingleri canlı yayınlayarak rakiplerine gözdağı verdiği, kıyasıya bir rekabetin olduğu dönem 2000'li yılların ortalarına kadar devam etmiştir. Anchorman sunucu ve yapımcıların haberleri olabildiğince ilginç hale getirebilmek her türlü yola başvurduğu bu dönemde ana haber bültenlerinde suç, tanıklar, suçluların canlı yayınlara alınması, magazin ve komedi unsurlarının birlikte kullanıldığı *"melez"* haberler ortaya çıkarmıştır. 1990'lı yıllar siyasi haberlerde manipülasyonun ve medya şirketlerinin birbirleriyle kavgalarının ana haber bültenlerine yansıdığı yıllar olarak hafızalarda yer edinmiştir.

Yıllar içinde giderek etkisini yitiren ve *"Televole Haberciliği"* olarak da nitelendirilen bu haber yayıncılığı, 2011 yılında yürürlüğe giren 6112 sayılı "radyo ve televizyonların kuruluş ve yayın hizmetleri hakkında kanun" ile haberlerde müzik ve efekt kullanımının RTÜK tarafından yasaklanmasıyla (Yıldız, 2013: 232) bugünkü düzeyli, magazinel unsurlardan önemli ölçüde arınmış halini almıştır.

Ana haber bültenleri, televizyonların prime-time adı verilen ve izleyicinin en çok ekran başında bulunduğu saatlerin başında yayınlanmakta, insanları günlük gelişmelerden haberdar ederken eğlence ağırlıklı içeriklerin olduğu saat dilimine girişte reytinglerin düşmemesine de özen gösterilmektedir. Ana haber bültenleri ağırlıklı olarak siyaset haberleriyle başlamakta, ülkenin farklı bölge ve şehirlerinden güvenlik (kaza, cinayet vs) haberleriyle devam etmekte, yaşama dair ya da halkın sorunlarıyla ilgili özel haberler ve magazinel haberlerle son bulmaktadır.

Türkiye'de medya kuruluşlarının kendi kurdukları bir şirket olan Televizyon İzleme Araştırmaları AŞ (TİAK) tarafından televizyon yayınlarının düzenli izleme ölçümleri TNS adlı şirkete yaptırılmaktadır. Bu kuruluşun hissedarları reklam verenler derneği, reklamcılar derneği ve Türkiye'de yayın yapan önde gelen medya kuruluşlarıdır (tiak.com.tr). Yapılan günlük ölçümlerde en çok izlenen ilk 100 program içinde yer alan ana haber bülteni programlarının, çalışmanın yapıldığı dönem

içerisinde olan 2017 yılı Şubat Ayının sonu ile Mart Ayı başını kapsayan bir haftalık dönemde[2], reyting ortalaması şu şekildedir (tiak.com.tr):

Tablo 3: 27 Şubat – 5 Mart 2017 Arası Ana Haber Reytingleri

Program Adı	Reyting (Share-Total)
Fox TV Ana Haber	13,74
Show TV Ana Haber	13,28
ATV Ana Haber	10,56
Kanal D Ana Haber	9,23
Star TV Ana Haber	6,81
Kanal 7 Ana Haber	5,56
TRT 1 Ana Haber	5,02

Tüm izleyicilerin yer aldığı total grubunda Fox TV ilk sırada yer alırken, Show TV, ATV, Kanal D, Star TV, TRT 1 ve Kanal 7 ana haber bültenleri en çok izlenen haber programları olarak belirlenmektedir. Aylık ortalamalara bakıldığında bu 7 haber programının listedeki zaman zaman yeri değişmekte ancak en çok izlenen haber bültenleri içinde olma durumu değişmemektedir.

Bilgi edinmek için televizyonların ana haber bültenlerini beklemek zorunda olan Türkiye'deki izleyici, haber kanallarının açılmaya başlamasıyla günün her anında haberleri ve son dakika gelişmelerini öğrenme fırsatına kavuşmuştur.

Türkiye'de ilk haber temalı televizyon kanalı olan NTV 1996 yılında kurulmuştur (Kırhan, 2007: 24). Türkiye'de tematik televizyon yayıncılığın başarılı olabileceğini tıpkı ABD'de olduğu gibi bir haber kanalı olan NTV göstermiştir. NTV'nin ardından Haber Türk ve CNN Türk gibi kanallar ardı sıra yayına başlamış, 2000'li yıllarla birlikte özellikle haber yayıncılığında çok sayıda kanal, dijital platformlar ve uydu aracılığıyla yayın hayatına atılmıştır.

[2] Tarih seçiminde siyasi partilerin referandum kampanyalarının başladığı dönem esas alınmıştır. Haftalık ortalamalar programların izlenme oranlarıyla ilgili yeterli fikir vermektedir. Aylık ortalamalarda da ağırlıklı olarak benzer sonuç ve sıralamalar ortaya çıkmaktadır.

2017 yılı itibariyle Türkiye'de, karasal yayın yapan, 4 haber kanalı bulunmaktadır (rtuk.org.tr).

Tablo 4: Karasal Yayındaki Haber Kanalları

Kanal adı	Tema	Yayın Dili	Sahiplik
NTV	Haber	Türkçe	NTV Radyo ve Televizyon Yayıncılığı AŞ
CNN Türk	Haber	Türkçe	Doruk Televizyon ve Radyo Yayınları AŞ
Haber Türk	Haber	Türkçe	Ciner Medya ve TV Hizmetleri AŞ
TRT Haber	Haber	Türkçe	Türkiye Radyo ve Televizyon Kurumu -TRT 2

Uydu aracılığıyla yayın yapan haber kanalı sayısı ise 21'dir (rtuk.org.tr).

Tablo 5: Uydu Aracılığıyla Yayın Yapan Haber Kanalları

Kanal adı	Tema	Sahiplik
A Haber	Haber	Turkuvaz Medya Yayın Hizmetleri A.Ş.
Bengü Türk TV	Haber	Kutup Yıldızı Radyo ve Televizyon Yayıncılık AŞ
Akit TV	Haber	Akit Televizyon ve Radyo AŞ
CNN Türk	Haber	Doruk Televizyon ve Radyo Yayınları AŞ
E Haber	Haber	MEG Medya Radyo Televizyon ve Basın Yayıncılık A.Ş.
Euronews	Haber	Avrupa Yayın Birliği (EBU)
Haber Türk	Haber	Ciner Medya Ve TV Hizmetleri AŞ
HM (Haberin Merkezi)	Haber	Kaful Radyo Televizyon İletişim Reklam Yayıncılık A.Ş.

Haber 365 TV	Haber	Kozmedikal Televizyon Yayıncılık A.Ş.
Halk Haber TV	Haber	Cumhuriyet Halk Partisi (CHP)
Kanal A	Haber	KTV Yayıncılık ve Reklam Sanayi Ticaret A.Ş.
Kanal B	Haber	Başkent Üniversitesi Radyo ve TV Yayın İletişim Rek. San. Ve Tic. A.Ş.
NTV	Haber	NTV Radyo ve Televizyon Yayıncılığı AŞ
360	Haber	Atlas Yayıncılık ve Ticaret A.Ş.
TGRT Haber	Haber	TGRT Haber Televizyon A.Ş.
TRT Haber	Haber	Türkiye Radyo ve Televizyon Kurumu –TRT 2
TRT Türk	Haber	Türkiye Radyo ve Televizyon Kurumu – TRT Türk
TV Net	Haber	Net Yayıncılık Sanayi Ve Ticaret A.Ş.
Ulusal 1	Haber	Yeditepe İletişim Hizmetleri Sanayi ve Ticaret A.Ş
Ülke TV	Haber	Beyaz İletişim A.Ş.
6 News	Haber	Altı Uluslar arası Medya Yayıncılığı A.Ş.
24	Haber	Dinamik Radyo Televizyon A.Ş.

Türkiye'de reyting ölçüm hizmeti veren Kantar Medya şirketi tarafından yapılan ölçümlerde birçok haber kanalının en çok izlenen ilk 100 program arasında programı bulunmadığı tespit edilmiştir. Çalışmanın yapıldığı 16 Nisan Referandumu kampanyalarının başladığı dönem içerisinde olan 27 Şubat – 5 Mart 2017 tarihleri arası ölçüm sonuçlarının haftalık ortalamasına bakıldığında haber kanallarının izlenme oranları şu şekildedir:

Tablo 6: Haber Kanalları Reyting Ölçümleri

Kanal Adı	Reyting (Total)	Reyting (AB Grubu)
A Haber	1,57	1,11
TRT Haber	1,39	1,09
CNN Türk	0,91	1,69
Halk TV	0,87	1,23
NTV	0,85	1,17
Habertürk	0,68	1,12
TGRT Haber	0,42	0,31
Kanal A	0,25	0,21
Ülke TV	0,33	0,27
Ulusal Kanal	0,13	0,23

(Kantar Medya 27 Şubat – 5 Mart 2017)

Türkiye'de uydu, kablo, dijital ve karasal platformlarda yayın yapan çok sayıda haber kanalı bulunmaktadır ancak 10 kanalın reyting ölçümleri düzenli olarak yapılmaktadır. Tabloya göre, A Haber tüm yaş ve gelir gruplarının değerlendirildiği *"total"* grubunda en çok izlenen kanal olmuştur. Bu grupta TRT Haber ikinci, CNN Türk üçüncü sırada yer almaktadır. İzlenme oranı en düşük kanal ise Ulusal Kanal'dır.

Üst izleyici grubunu değerlendiren AB grubunda ise izlenme oranlarında önemli değişiklikler olduğu görülmektedir. Bu grupta CNN Türk en çok izlenen kanal olurken, Halk TV ikinci, NTV üçüncü sırada yer almaktadır. A Haber'in AB grubunda izlenme oranının kayda değer ölçüde düştüğü görülmektedir. En az reyting alan kanal ise Kanal A olmuştur.

Türkiye'de tematik haber yayıncılığında son yıllarda kanal sayısı artmıştır. Ancak bu kanalların izlenme oranları hayli düşüktür. En yüksek reyting alan kanalın tüm gün izlenme oranı yaklaşık yüzde 1 düzeyinde kalmaktadır. Yayın içeriklerine bakıldığında, haber kanallarının bazılarının belirli parti ya da ideolojik hareketlerin propagandasını yapma amacıyla kurulduğu, bir kısmının da yayınlarını sahada görevli muhabir bile çalıştırmadan, amatör denilebilecek düzeyde sürdürdüğü görülmektedir. Ancak büyük medya grupları tarafından kurulan haber kanalları, (CNN Türk, NTV, Haber Türk, Kanal 24, A Haber vb) genel haber izleyicisine yönelik yayınlar

yapmaktadır. TRT Haber kanalının yayınlarında gerek izlenme oranları gerekse yayın içerikleri açısından dikkat çekici farklılıklar olduğu görülmektedir. Büyük medya şirketlerinin haber kanalları, haber ajansları, temsilcilik ağları, yabancı ortaklıkları ve aynı gruptaki genel izleyici kitlesine hitap eden kanalların haber merkezleriyle eşgüdüm içinde çalışmaları önemli avantajlar olmaktadır.

Türkiye'deki haber kanalları genel olarak saat başı haber, yarım saatlerde de haber özetlerini sunmaktadır. Yayınların kalan bölümlerinde ise gündemle ilgili uzman görüşlerine ve tartışma programlarına yer verilmektedir. A Haber, TRT Haber, Ulusal Kanal, Halk TV, Kanal 24 ve Ülke TV gibi kanalların bu tartışma programlarında karşıt görüşe hemen hiç yer vermediği görülmektedir. NTV, Haber Türk ve CNN Türk gibi kanallar ise ana siyasi yelpazedeki görüşleri temsil eden yorumcuları ekranına taşımaktadır. Bu durum, haber kanallarının önemli bir bölümünün siyasi olarak belli parti ya da görüşlere angaje olduklarının da göstergesi olarak nitelenebilecektir.

Haber kanallarında çalışan spiker ve sunucuların mesleğinde deneyimli isimler olduğu ana kuşaklarda daha çok Anchor kişilikli sunuculara yer verildiği görülmektedir. Ancak haber izlemek isteyen izleyicinin günün her saati açabildiği bu kanallar için en çok izlenen saatler, doğal olarak, günün her saati olmakta ve hemen her kuşakta deneyimli isimler ekrana çıkmaktadır.

Türkiye'de haber kanallarının önemli eksikliklerinden biri ise uluslararası olaylarda reflekslerinin zayıf olmasıdır. Birçok kanalın özellikle savaş bölgelerine muhabir göndermekten kaçındığı, A Haber, NTV ve CNN Türk gibi önde gelen haber kanallarının da daha çok değerlendirme programlarına yönelik çekimler için olayın sıcak olduğu anlar bittikten sonra bu bölgelere ekip gönderdiği görülmektedir. Kanalların bütçe imkanlarının kısıtlı olması ve son yıllarda savaş bölgelerinde basın mensuplarına yapılan saldırıların bunda etkili olduğu düşünülmektedir.

4. Pasif Kitleden Bireyin Aktifliğine İzleyici Araştırmaları ve Kültürel Çalışmalar

Medyanın, yapılan araştırmalar sonucu belirlenen başlıca etkileri şunlardır: Bilişsel, davranışsal ve duygusal etkiler (Yaylagül, 2010: 47). Bu etkilerden yola çıkarak yapılan izleyici araştırmalarında alternatif yaklaşımlardan her biri medya kullanım davranışını farklı şekillerde açıklamaktadır. Yapısal yaklaşım medya sistemleri ve sosyal sistemlerini ana belirleyiciler olarak görmektedir. Davranışsal (işlevsel) yaklaşım başlangıç noktası olarak bireysel gereksinimleri. sosyokültürel yaklaşım ise izleyicinin konumlandığı özel bağlamı, medya alternatiflerinin değerlendirilme ve anlamlandırılma biçimlerini vurgulamaktadır (Çakır ve Çakır, 2010: 25).

Etki araştırmalarında medya ve özellikle televizyon üzerinden verilen mesajların izleyicilere ne yapmak istediği, izleyicilerin de bu metinlerle ne yaptığı, nasıl etkilendiği ortaya çıkarılmak istenmektedir. İzleyicilerin kanaatlerinin önemli olduğunun anlaşılması, daha katılımcı yöntemlerin geliştirilmesine yol açmıştır (Şimşek, 2012: 157). İzleyici kavramı kullanıcı ve içerik tüketicisi tanımlamalarını da kapsayacak biçimde genişlemiştir. Daha fazla etkinlik kazanan ve görüşlerine önem verilmesi dolayısıyla da olsa, kaynağa da dönüşebilen izleyici denetim ve yönlendirmeden de tamamen uzak değildir (Özsoy, 2011: 105).

İzleyicinin aktif olduğu tezini, etnografik araştırmalar daha da belirginleştirmiştir. Derinlemesine görüşmeler ve odak grup görüşmeleri gibi bir yöntemlerle ortaya konulan bulgular, izleyicinin metinleri kendi özgün yaşam pratikleri ve özne konumu içinde sorgulayabildiğini savunmaktadır (Özsoy, 2011: 262). Bu sorgulama egemenin sınırları içinde gerçekleşebileceği gibi radikal karşı koyuşlar da görülebilmektedir.

İzleyicinin metinlerin kodlarını açarken aktif olarak anlam ürettiğini savunan bu yeni yönelim, Elihu Katz'ın 1959'da geliştirdiği Kullanımlar ve Doyumlar kuramına uzanmaktadır. İzleyici, gönderici kadar etkindir ve kodlayanın niyetinden çok kodu açanın verdiği anlam üzerinde durulmaktadır (Özsoy, 2011: 106).

Katz'ın ardından izleyiciye aktiflik atfeden birçok çalışma yapılmıştır ancak bunların en dikkat çekici olanları, baskın mesajlara karşı gösterilen *"direniş"*in etrafında örüntülenmiş kültürel çalışmalardır. Katz ve Liebes'in (aktaran Hoijer, 2005: 106), bu alandaki araştırmalarında, popüler kültür metinlerini inceleyenlerin izleyici hakkında, izleyici üzerindeki etkisini inceleyenlerin ise metinler hakkında hiçbir şey bilmediğini savunmaktadır.

1980'lerde Fiske ve Grossberg, liberal, çoğulcu, kültürelci analizleriyle kitle iletişimine postmodernizmi getirenlerin öncülerinden olmuştur. Yazarların "direniş" tezi Marksist-sol araştırma geleneğinin medyayı hâkim sınıfların ideolojik kontrol aracı olarak belirleyen kültürel emperyalizm tezinin antitezidir: "*İzleyici ideolojiden kendini özgür kıldığı, aktif seçici olduğu ve bireysel anlam verdiği için, kültürel emperyalizm tezi geçersizdir*". Fiske'nin *"Polysemy-Çok Anlamlılık"* kavramı medya mesajının sadece hegemonyacı bir anlam taşımadığı, birçok anlam taşıdığını ifade etmektedir (Erdoğan, 2014: 176). Fiske okuyucunun metnin kurallarını kabul ettiğini ancak onunla bir oyun oynar gibi oynadığını ifade etmektedir. (Jenkins, 2014: 43). Direniş terimi, siyasal anlamda devrim arzusunu değil, düz anlamıyla, egemen ideolojinin önerdiği ya da dayattığı denetimi reddetmeye göndermede bulunmaktadır. Eylemsel değil, kültürel bir direniştir ancak etkinliği azımsanmamaktadır (Jenkins, 2014: 47).

İngiliz Kültürel İncelemeler geleneği izleyici araştırmalarıyla ün kazanmıştır. Özgün adıyla Birmingham Çağdaş Kültürel İncelemeler Okulu'nun 1960'lardaki kurucusu ve yöneticisi Richard Hoggart'tır. Okulun çalışmalarının dünya çapında ilgi görmesi Stuart Hall'un yöneticiliği dönemine rastlamaktadır (Yaylagül, 2010: 129).

Çoğu Raymond Williams'ın öğrencileri olan Birmingham eleştirmenleri, insanların *"kültürel budalalar"* olmadığını, izleyicinin kitle kültürüne olan tepkisinin karmaşıklığını göstermeye çalışmıştır (Özsoy, 2011: 34). Kültürel Çalışmalar, kültürü ve iç içe olduğu ideoloji konusunda Marksist anlayışın neden olduğu indirgemeci yanılsamayı gidererek, kültürün özerk yapısını ön plana çıkarmaktadır. Kitle kültürünün türdeşleştirici güçlerine karşı izleyici direnişlerinin biçimleri üzerinde çalışmaktadır (Uslu, 2000: 44).

Stuart Hall, yapısalcı Marksist geleneğin öncülerinden Althusser'i takip ederek medyanın gerçeği inşa etmesine rağmen gerçeği yansıtıyormuş gibi yaptığını belirtmektedir. Kültürelci yaklaşımı benimseyen Hall'a göre medya kamunun bilincini biçimlendirmektedir ancak o, insanların medya metinlerini nasıl anlamlandırdığı konusu üzerinde durarak Althusser'den ayrılmaktadır (Hall'dan aktaran Yaylagül, 2010: 130). Althusser'in yapısalcılığındaki dışarıdan belirlenen, müdahale edilemeyen gerçeklik görüşü, "*algılayan tarafından deneyimlenen gerçeklik*"e dönüşür ve postyapısalcı bir söylem dikkat çekmektedir. Kültürel çalışmalar, alıcıyı mesajın bir ögesi olarak gören ve enformasyonun bu ögeden bağımsız, bağlamsız oluşamayacağı bir kültür vurgusu yapmaktadır (Erdoğan, 2014: 81).

Hall, Encoding-Decoding adlı çalışmasında metinlerdeki egemen ideolojinin tercih edilen okuma olarak kodlandığını ancak bunun otomatik olarak kabul edilmediğini belirtmektedir. Toplumsal koşullar insanların farklı duruş sergilemesine neden olabilmektedir. *"Egemen okuma"*, tercih edilen okumayı destekleyenler tarafından, *"tartışmalı okuma",* tercih edilen okumayı kendi toplumsal pozisyonuna göre değiştirmek isteyen insanlar tarafından, *"karşıt okuma"* ise toplumsal koşullar nedeniyle egemen okuma ile doğrudan çatışma içinde olan kişiler tarafından üretilmektedir (Yaylagül, 2010: 130). Birey ya da kitle, sunulan şeyi önceden edindiği referans çerçeveleriyle kıyaslamakta, buna göre karşı çıkmakta, eleştirebilmekte ya da alkışlayabilmektedir. (Livingstone ve Lunt'tan aktaran Roscoe vd, 2005: 224). Buna göre; baskın okuma, pasif; karşıt okuma aktif, tartışmalı okuma da yarı aktif/pasif izleyici tarafından deneyimlenmektedir (Özer, 2011: 193).

Hall'a göre (2005b: 96) egemen okuma; bir toplum ya da kültürdeki bütün ilişkiler ağının olası anlamlarının evrenini tanımlamakta ve meşruluk mührünü taşımaktadır. Müzakereli okuma; uyumlu ve karşıt anlamlandırmanın karışımını, karşıt okuma ise nasıl düşüneceğinin belirlenmesine karşı çıkan okumayı içermektedir.

Gerçeklik olduğu iddiasındaki medya mesajlarını, boş zihinlere veya alıcılarının bilinçlerine basitçe yerleştirebilecek hiçbir ileti yoktur. Anlam kendine özgü doğası gereği çokanlamlı ve bağlamın ayrılmaz bir ögesidir. Daima edilgen olarak seslenilebilecek sabit, şaşkın toplumsal özneler yoktur. Medya alanında

enformasyonun tüm gücüne rağmen kültürel boyutları önlemenin yolu yoktur. İnsanların, kendilerini ötekilere karşı anlaşılabilir kıldığı, kendileri hakkındaki anlayışlara karşı koyabildiği ve anlam üzerinde mücadeleye girebildiği yegane temiz alandır (Hall, 2014: 89-91). Hall'ın teorisinin en önemli dayanağı belki de bağlamdır. Mesaja farklı anlamlar katılması sonucunu doğuran bağlam, bazen grup üyeliği, inançlar, aile, kanaat önderleri, siyasal aidiyetler, kültürel farklılık, konjonktür bazen de haber kaynağı, medya organı ya da mesajın içeriği konusundaki önceki deneyimler olmaktadır.

İncelediği ürünleri kültürel metinler olarak tanımlayan İngiliz Kültürel Çalışmaları, bağlam-anlam ilişkisi temelinde özellikle televizyon programları üzerine yaptıkları çalışmalarla dikkat çekmektedir (Özsoy, 2011: 98).

Stuart Hall (Aktaran, Fiske, 2014b:166), televizyon izleyicilerinin iletinin hem kaynağı nem de alıcısı olduklarını söylerken, kitle iletişim araçlarının mesaj oluştururken genel ilgi alanlarına, toplumun duygularına değinme zorunluluğuna dikkat çekmektedir. İletiler, içinde oluşturuldukları kültürün içine kitle iletişim araçlarıyla yeniden girerek düşünce ve duygu kalıplarını yeniden üretmektedir. Marksist ideoloji, "*yönetilenlerin yöneten sınıfların liderliğine özgürce rıza göstermelerini*" anlayamamaktadır. Siyasal iktidarı hakim gruplar uygulamaktadır ancak azınlığın kültürel iktidarı ile çoğunluğun aktif ya da pasif rızası iç içe geçmektedir. Hegemonya kuramı her iki süreci de açıklamayı başarmıştır (Turner, 2016: 247).

Morley'in televizyon programlarıyla ilgili çalışmasına atıf yapan Turner'a göre (2016: 38), ana haber bültenindeki bir habere karşı izleyici çelişkili pozisyonlar alabilmekte, bu tepkinin özneyi nasıl kurduğu, sadece programdan değil, toplumsal, ekonomik ve kültürel güç dizisinden hareketle anlaşılabilecektir.

David Morley, geliştirdiği Screen Kuramı ile Hall'un Kodlama/Kodaçımı modelini geliştirmiş ancak bireysel televizyon okumalarının O'nun modelinden daha karmaşık ve öngörülemez olduğunu gösterdiğine dikkat çekmektedir (Turner, 2016: 130).

Kültürel çalışmalar kapsamında televizyon izleme araştırmalarının bulguları da dikkat çekicidir.

Morley'in Nationwide adlı programın (siyasi tartışma programı) izleyicileri üzerine yaptığı araştırma (aktaran Turner, 2016: 160-161), grup aidiyetinin medyayı okumada etkili olduğunu ortaya koymuştur. Çok farklı kesimlerden bireylerin oluşturduğu grupların birbirinden farklı ancak grup içinde daha az görüş ayrılığı gösterdiği belirlenmiştir. Özellikle de siyah katılımcıların çoğunlukta olduğu gruplar programı tümüyle kendilerine uzak bulmuş, programı gönüllü olarak izlemeyeceklerini belirtmiştir. Diğerleri çalışmaya etkin katılsalar da kendi sınıf çıkarlarına uygun olduğu söylenebilecek anlamları reddetmiştir. İşçi sınıfı geçmişine sahip beyaz sendika çalışanlarından oluşan bir gruptaki katılımcılar hâkim okumaya yakın yorumlarda bulunmuştur.

ABD'de yapılan bir araştırmada, sığınakta kalan evsiz Amerikan yerlileri, televizyonda eski Westernleri izlemekten büyük haz almaktadır. Hazları Kızılderililerin zafer kazandığı sahnede doruk noktasına erişmektedir ancak filmin sonunda beyazların kaçınılmaz zafer sahnesi gelmeden bu haz anında televizyonlarını kapatmaktadır (Fiske, 2014b: 42).

ABD'de yayımlanan Eros adlı bir dergi, ünlü beyaz bir kadınla zenci bir erkeğin çıplak olarak öpüştüklerini gösteren fotoğraflarını yayımlamıştır. Eco (1991: 100-101), kültürel farklılıkların bu fotoğrafın okunmasında kaçınılmaz olarak belirleyici olacağını, Kaliforniya'daki bir hippi, fotoğrafın yeni bir toplumun doğuşunu haber verdiğini söyleyebilecekken bir Klansman için bu fotoğraf, korkunç bir ırza tecavüz tehdidi anlamına gelecektir.

Türkiye'de televizyon dizileri üzerine yapılan izleyici araştırmaları da benzer sonuçlar ortaya koymuştur. Behzat Ç. adlı diziyi izleyen iki grubun üyeleri de yoğun olarak tartışmalı okuma yapmıştır. Görüşlerini belirtirken sürekli *"ama"* kelimesini kullanmışlardır. Görüşülenlerin dizide şiddetin meşrulaştırıldığı yönündeki açıklamaları, eleştirel bir okuma yaptıklarının bir göstergesidir. Okumalarda sınırlı da olsa metin sorgulanmaktadır (Özsoy, 2011: 232).

Politik metinler ve ideolojik çerçevelemenin sıklıkla yapıldığı televizyon haberlerine yönelik olarak da bu yaklaşımın yansımaları görülmektedir. Bennet, haber önyargılarının insanları politik konularda kişiselleşmiş düşünceye yönelttiğini belirtmektedir (2000: 336). İnsanlar medya metinlerini kendi şahsi düşünüşlerine yaratıcı biçimde dahil etmektedir. Her birey politika hakkındaki bilgiyi seçmek için bir strateji geliştirmekte ancak toplumdaki genel fikirlerle bağlantı kurmak için yaygın enformasyona da güvenmekten geri durmamaktadır (Bennet, 2000: 339). Edelman (akt. Bennet, 2000: 379), politik metinlerde iki tür okuma yapıldığını ve mesajlara muhatap olan kitlenin bir açmaza sürüklendiğini ifade etmektedir: Mesajları reddedip tartışmalardan kendini yalıtmak ya da hakim sembolleri kabul edip güçlü aktörlerin ağına girmek. Bu görüş gri alanları görmezden gelerek müzakereli okumayı göz ardı etmektedir.

İnsanların medya metinlerini farklı şekillerde okumalarını sağlayan bağlamın önemli bir unsuru da; hakim medyanın dışında, kendi inancını destekleyen mesajlarla kanı oluşturacak şekilde karşılaşmış olmasıdır. Televizyonda izlediği haberin içindeki sınırların farkında olması için farklı görüş, inanç ve analizlerin medyadan sistematik olarak dışlanmaması gerekmektedir. Aksi durumda tercih edilen okumaya mahkum olunması yüksek olasılık olacaktır (Seaman, 2005: 255).

Roscoe ve arkadaşlarının yaptığı araştırmaya göre (2005: 242), politik etkinlikleri olan bir izleyici grubu, gösterilen program içinde sunulmayan muhalif söylemlere erişerek, ideolojik çerçevenin dışına çıkarak genel kabullere karşı çıkmıştır. Seçmenlerle ilgili yapılan çalışmalar da bu doğrultuda anlamlı sonuçlar ortaya koymaktadır. Etkilenmedikleri halde seçim programlarının neden izlendiğini araştıran Blumler ve McQuail, insanların politik ortamı gözetlemek ve kendi partilerinin güçlü yanlarını hatırlatan programları izlediklerini ortaya koymuştur. Politik yayınlar mevcut tutumları güçlendirmek için kullanılmaktadır (Severin ve Tankard'dan aktaran Çakır ve Çakır, 2010: 55).

Medya üzerinden işleyen demokrasi sürecinde önemli nokta, siyasal sistemin aktörlerinin, medya ürünlerinin egemen okuma yapılarının, alıcıların çoğunluğu üzerinde etkili olacağı öngörüsüyle hareket etmektedir (Meyer, 2014: 12).

Aktif izleyici modellerine birçok eleştiri de yapılmıştır. Çakır ve Çakır (2010: 119), aktif izleyici modellerinin en önemli zayıflığının, kitle iletişim araçları sistemine toplumsal sistemden abartılı bir ölçüde bağımsızlık atfetmesi olduğunu belirtmektedir. Kitle iletişim sisteminin, herhangi bir gereksinimi karşılamak üzere var olan tarafsız ve siyaset dışı bir kaynak olarak gösterilme eğiliminde olduğu öne sürülmektedir ancak bu modellerin hemen hepsinde medya metinlerinin çerçevelerle hazırlandığı, baskın okumanın göz ardı edilmediği, izleyicinin uyum sağlama ve kamuoyu fikrini öğrenme adına bu mesajlara kayıtsız kalamayacağı belirtilmektedir.

4.1. Düşman Medya Etkisi Teorisi

Muhabir: Fizik tedavi oldunuz mu?

Vatandaş: Üç kere oldum.

Muhabir: Para ödediniz mi?

Vatandaş: Hayır katiyyen, devlet çok güzel, hiç para almadı.

Muhabir: Bazı fizik tedavi masrafları SGK kapsamı dışına çıkarıldı. Devlet masrafları ödemiyor artık. Ne diyeceksiniz?

Vatandaş: Hayır ödüyor, yalan onlar inanma.

Muhabir: Pazartesi günü resmi gazetede yayımlandı ama…

Vatandaş: Yalan inanma,

Muhabir: Resmi gazeteye de mi inanmayalım?

Vatandaş: İnanma hiçbir şeye inanma, devlet dört dörtlük, mükemmel bir şekilde çalışıyor.

Muhabir: Ama resmi gazete devletin gazetesi.

Vatandaş: Gazetelere inanma.

Şekil 1: Kanal D Ana Haberde Yayınlanan Haberin Ekran Görüntüsü



Türkiye'nin en çok izlenen ana haber bültenlerinden Kanal D ana haber bülteninde yayınlanan bu röportaj, medyaya güvenin düzeyini olduğu gibi, daha önceki medya ve yaşam deneyimleri ve siyasal aidiyetin, verilen mesajları alırken izleyicide oluşturduğu etkiyi de ortaya koyması açısından önemli bir örnektir.

Düşman Medya Etkisi olarak adlandırılan izleyici algısı, aynı içeriğin taraftarlarca bakış açısına göre düşmanca algılanmasıdır. Grup ya da parti aidiyeti, kalıp yargılar, seçici anımsama, alt kimlik gibi süreçler nedeniyle medyada verilen mesajın alıcı tarafından reddedilmesidir (Özer vd, 2012: 66).

Düşman Medya Etkisi, algısı ya da fenomeni olarak adlandırılan model, medya metinleriyle ilgili önceden var olan, kendi tarafına karşı yanlı olduğu şeklindeki güçlü kanılarla örülmüş bireysel eğilimleri açıklamaya çalışan, algısal, antagonistik bir kitle iletişim teorisidir. Teori ilk olarak deneysel anlamda Stanford Üniversitesi'nden Robert Vallone, Lee Ross ve Mark Lepper tarafından ortaya konulmuştur.

Bu araştırmacıların 1985 yılında yayımlanan *"Düşman Medya Fenomeni: Beyrut Katliamı Haberlerinde Önyargılı Algılamalar ve Medya Önyargıları"* adlı makalesi, toplumsal ve partizan ön yargıların, medya metinlerini okumadaki etkilerini ölçmüştür. Çalışmada aynı haber programlarının izletildiği İsrail yanlısı ve Arap yanlısı öğrenciler, birbirine zıt okumalar yapmıştır. Yapılan görüşmelerde İsrail yanlıları, mesajların İsrail karşıtı olduğunu belirtirken, Arap yanlısı öğrenciler,

haberleri Arap karşıtı olarak yorumlamıştır. Olaylarla ilgili bilgi düzeyi yüksek olan partizan öğrencilerin medya önyargısının daha güçlü olduğu belirlenmiştir (Vallone vd, 1985: 581-582). Amerika Birleşik Devletleri'nde yapılan seçimlerde, seçmenlerin medya algılamaları üzerinde de çalışmalar yapan Vallone ve arkadaşları (1985: 585), ister spor taraftarlarının hakem algısı ya da işçilerin ve yöneticilerin hükümet yaptırımları konusuna bakışı, ister eşlerin aile danışmanlarının söylemleriyle ilgili algısı üzerinde olsun, en tarafsız olduğunu iddia eden aracının bile taraflı ve düşman olarak görülüp önyargılı algıyla yüzleşmek zorunda kalacağı sonucuna varmıştır. Bu suçlamalar makul olmayan bir şekilde ayrıcalıklı davranma üzerinde yoğunlaşmaktadır.

İzleyici/okuyucuyu aktif olarak konumlandıran Düşman Medya Etkisi, önceki bölümde kültürel çalışmaların ortaya koyduğu karşıt okuma tezleriyle yakın görüşler ortaya koymaktadır. Birey ya da grup mesajı kendi bakış açısına göre reddederek medyanın tümünü ya da belli bir medya organını düşman olarak görme eğilimindedir. Teorinin ana ekseni, seçicilik ya da müzakereli okuma değil medyaya ve mesajlarına karşı bir toptan reddetme eğilimi üzerine oturmaktadır. Mesajın kendi bakış açısına göre olumsuz olması, doğru bilgiler içerse bile onu reddetmesi için yeterli olmaktadır.

Düşman Medya Etkisi, mesajı alan açısından bağlamsal faktörler, psikolojik mekanizmalar, bireysel konumlanma, bilişsel düzeylere göre şekillenmektedir (Madden, 2012: 15). Mesaj açısından ise iletinin içeriğine, kaynağına ve verildiği konjonktüre bağlı olarak ortaya çıkmaktadır (Şimşek vd. 2012: 50)

İçeriğin sunulduğu kaynak hakkında bireyin sahiplik, yayın politikası ve ideoloji gibi önceden edindiği bilgiler kaynağı düşmanlaştırmasına neden olabilmektedir. Medya hakkında güvenilirlikle ilgili tutumlar etkilidir. Medyaya daha az güvenenler, daha karşıt algılamaya meyillidir. Konunun keskinliği ve bağlam etkilidir. Seçim, doğal afetler, büyük siyasi gerilimler gibi olaylar düşmanlık algılarını güçlendirmektedir. Grup kimliğiyle çatışan içerikler, bireylerin taraftarlık düzeyleri ya da konu hakkında kendilerinin toplumsal olarak tanımlama düzeyleri Düşman Medya Algısını etkilemektedir (Şimşek vd. 2012: 60-62).

Düşman Medya Etkisinin önemli belirleyenlerinden biri grup aidiyeti ve taraftarlık düzeyidir. Benlik kavramının önemli bir bileşeni sosyal kimliktir. İnsanlar kendisini ve başkalarını cinsiyet, yaş, tuttuğumuz siyasi partiler ve buna benzer sosyal kimliklerle algılamaktadır. Öz-sınıflandırma (self-categorization) teorisine göre, sosyal kimlikler grubu en iyi şekilde açıklayan karakter kümeleridir (Reid, 2012: 384). Sosyal kimliklerin belirginliği, içedönük basmakalıp düşünce, grup içi iltimasçılık ve grubu belirleyen tavırların inandırıcılığıyla yakından ilgilidir.

Belirli bir gruba beslenen düşmanlık yargısı, nesnel kanıtlarla bile yok olmamakta, hatta insanların dirençli ve ısrarcı olması nedeniyle önyargılardaki güçlenme kontrol edilememektedir. Irk, kültür, coğrafya gibi etkenlerin belirlediği gruplar, başka ve uzak hissettiği, önyargıları olduğu toplumsal gruplarla ilgili mesajın içeriğine bakmamaktadır. İçeriğin doğru olduğunu kabul ettiği durumda bile sunulan tarafsız içerik bir şekilde kafasındaki sınıflandırmayı pekiştirmekte, kendi grubuna karşı yakınlığını sürdürmekte, ötekini karşı kutupta konumlandırmaya devam etmektedir. (Şimşek vd. 2012: 58).

Tarafsız kişiler daha az karşıt duruş sergileyebilmektedir. Çünkü gruba kuvvetli bir bağı olmadığı için çatışma algısı düşüktür. Taraflı kişiler grup içindeki yerlerinde nettir ve davranışları o grup içinde durdukları yer ve pozisyonun bir sonucu olarak gerçekleşmektedir (Madden, 2012: 16-17).

1996'da Avustralya'da seçmenler üzerinde yapılan çalışma medyanın hep karşı tarafı destekleyen haberler sunduğu algısının olduğunu ortaya koymuştur. Etnik kimliklerin düşman medya algısına etkisini araştıran Matheson ve Dursun, Bosnalı Sırp ve Müslüman tarafların, Saraybosna bombalaması hakkındaki makaleleri kendi grup içi fikirlerine göre anlamlandırdıklarını belirlemiştir. Ariyanto ve diğerlerinin yaptığı araştırmalar da Düşman Medya Etkisinin bireysel düşünce ve önyargılardan çok, grup aidiyetleri doğrultusunda benimsenen kanaatlerin etkisiyle daha çok ortaya çıktığını göstermektedir (Hartman ve Tanis, 2013: 550).

Düşman Medya Algısının oluşmasının önemli etkenlerinden bir diğeri önyargılardır. Gadamer'e göre (aktaran Erdoğan, 2014: 77), önyargılar insan

varlığının bir gerçekliğidir. Her yargı bir önyargıya dayanmaktadır ve anlamlar hiçbir zaman yansız değildir. Hüküm verme (önyargı) önceden oluşmuş yargılara dayanarak çıkartılan bir sonuçtur. Siyasi dogmalar, sosyal olarak ortodoksiye bağlı olanların, kendi görüşlerine destek bulmak için bir yol aradığı görülmektedir (Leffingwell, 2001: 20).

Ross ve Lepper, bireylerin güçlü bir inanca sahip olduğunu, karşılaşılan bilgilerin bu inancı pekiştirmek ve diğer gerçekleri gözden düşürmeye hizmet ettiğini savunmaktadır. Sadece politik, toplumsal ve dini aidiyetler değil bilimsel dogmalar da mantıksal ve ampirik zorlukları ortaya çıkarmaktadır (Leffingwell, 2001: 20). Bu duruma "ribaund" (geri tepme) etkisi de denilmektedir. İnsanlar kendi görüşlerini doğrulayan bilgileri yüzeysel olarak hemen kabul etmekte, karşıt bilgileri ise eleştirmekte ya da reddetmektedir. Geçerli ya da güvenilir kanıtlar olsa da karşıt bilgilerin yansız değerlendirilemediği görülmektedir (Şimşek vd. 2012: 45).

Keane (2010: 171), medyadaki öykülerin belli kalıplarla hazırlandığını ve izleyicinin önemli bir bölümünün bu hilelerin farkında olduğunu, bu yüzden en baştan kendilerine yakın buldukları iletilere ve öykülere eğilim duyduklarını belirtmektedir (Keane, 2010: 171). Diyalektik ilişki gereği karşıt mesajlara da mesafeli durmaktadır.

Van Dijk (aktaran Özer, 2011: 173), medya metinlerinin tartışmalı ve bilişsel yapılarla ilişkili olduğunu vurgulamaktadır. Sahip olunan bilgi ve inançlarla uyum içerisinde olmadığında, mesajlara uyum sağlamanın sınırlı derecede gerçekleşeceğini, iyi bir neden ve delil olmadıkça, yılların algılayışı ve deneyimi ile oluşan temel inançlardan vazgeçilmesinin zor olduğunu belirtmektedir.

Medyanın seslendiği kitlenin mesajlara verdiği; "reddederek bağımsız olma" ve "bir taraf seçme" şeklindeki iki tür tepkinin nedenlerini, Bennet şöyle açıklamaktadır (2000: 332): Tek yönlü, politik hesaplara dayalı iletişimle bombardımana maruz kalan insanların psikolojik savunma hattı kurması doğaldır. Egemen söylemin karşısındaki muhalif politikacılar da, bu zihin durumunu savunmaktadır. Rakip politikaların çarpıştığı bu alana insanlar bu nedenle düşmektedir. Ya reddererek bağımsız hissetmek

ya da kabul ederek ötekileştirilmekten kurtulmak ama sonuçta taraf olmak (Bennet, 2000: 332). Howard Becker da buna vurgu yapmaktadır (Hardt, 2005: 15):

> *"Taraf olmak kaçınılmazdır. Sorun, taraf olmamızın gerekip gerekmediği değil, daha ziyade kimin tarafında olacağımızdır"*

Bir diğer önemli Düşman Medya Algısı etkeni, partizanlıktır. Kitle iletişim araçları genellikle niteliksel olarak farklı bir formu uyarmaktadır. Partizan tutumları güçlü olanlar için medya enformasyonunun çağrısı diğer insanlara göre farklı olmaktadır. Algının negatif ya da pozitif olmasından öte partizanlarla ilgili önemli olan iletişim ortamına son derece duyarlı olmalarıdır ve buna göre kendi değerlendirmelerini düzenlemeleridir (Gunther vd: 2009: 760-761).

Araştırmalar, medya düşmanlığı algılamalarının, genelde, politik önyargılardan kaynaklandığını göstermektedir. Merkezdeki insanlar medyayı genelde nötr bulurlarken, solcular medyanın muhafazakârlığından, sağcılar ise sol eğilimli olduğu ön yargısını taşımaktadır (Bennet, 2000: 80). Çoğu kişinin zihnindeki önyargı mefhumu gerçekte kendi bakış açılarına göre önyargıdır. Liberal görüşteki bir kişi, medyanın çok katı ve tutucu olduğunu düşünürken, muhafazakârlar basını fazla liberal ve geleneksel değerlere düşman bulabilmektedir (Bennet, 2000: 15).

Partizanlar arasında olan tartışmalar, grup aidiyeti olmayan insanlar üzerinde genellikle bir etki oluşturmamaktadır. İzleyici/okuyucu ne kadar partizan ise Düşman Medya Algısı da o kadar fazla olmaktadır. Partizanların grup ve parti aidiyetinin dışındaki alternatif kimlikleri belirgin ise, düşmanlık algısı yükselmemektedir (Reid, 2012; 385).

Partizan kişiliklerin medya yargıları üzerinde çalışan Reid (2012; 385), partizanların yıllar boyunca süren taraflı duruş nedeniyle kutuplaşmış bir dünya görüşü edindiklerini belirtmektedir. Bununla birlikte grup içi benzerliği ve gruplar arası farkları abartma anlamına gelen metakontrast zihinsel bir mekanizma, kategoriler arasındaki farklılıklarla, benzerlikleri maksimum seviyeye getirmektedir. Bu yüzden, Metakontrast, bir kişinin kendi tutumuyla, kendisine uzak olan tutum arasındaki

farklılıkları belirginleştirmektedir. İnsanlar böylece grup üyeliğini, bilginin doğruluğuna dair bir işaret olarak kullanabilmektedir.

Partizanlar grup dışı tehditlerle aidiyetlerini güçlendirerek ve insafsızca başa çıkabileceklerini düşünmektedir (Hartman ve Tanis ; 2013 : 550-551). Partizanlar için içeriği bağımsız haberler, kaynak grup içerisinden bir üye olunca, daha çok grup içi kayırıcılık içeren haberler olarak algılanacaktır, aynı şekilde kaynak grubun dışarısında biri olunca, dışarıyı kayıran bir haber olarak algılanacaktır. Yine bununla birlikte, insanlar grup içinden gelen eleştirilere, grup dışından gelen eleştirilere oranla daha az hassas tepkiler göstermektedir (Hornsey ve Imani'den aktaran Reid, 2012: 387).

Reid'in yaptığı deneysel bir çalışmada (2012; 387), ABD'de Düşman Medya Etkisinin Demokratlar ve Cumhuriyetçiler arasında büyük bir siyasi ayrımcılığın olduğu noktada ortaya çıktığını belirlemiştir. Kendisini koyu şekilde Cumhuriyetçi olarak tanımlayan katılımcılar, Amerikan medyasını Cumhuriyetçilerin aleyhine yanlı, demokrat olarak tanımlayanlar ise Demokratların aleyhine taraflı olarak tanımlamıştır. Diğer yandan Amerikan kimliği baz alınarak sorular sorulduğunda hem Cumhuriyetçi hem de Demokratlar, El Cezire'ye karşı Düşman Medya Etkisi göstermiştir (Reid 2012: 389).

Singapur'da yapılan bir çalışmada da haberde önyargı etkisi ölçülmüş, nötr ve objektif olarak yazılmış bir habere kaynağın türü nedeniyle otomatik bir önyargı oluştuğu belirlenmiştir. Otoriter olarak kabul edilen hükümetin yabancı medyayı kontrolünün daha az olacağını düşünen insanlar, bu mecrada yayınlanan habere daha nötr yaklaşırken, hükümetin kontrolünde olduğunu düşündüğü ülke medyasının verdiği aynı içerikteki haberlere ön yargılı yaklaşmıştır (Stella vd, 2012: 137) .

Türkiye'de Eylem Şimşek ve arkadaşlarının *"Haber Kuramı Bağlamında Düşman Medya Etkisi: Basında Yer Alan Futbolda Şike Haberlerinin Farklı Takımların Taraftarlarınca Algılanışı"* başlıklı çalışmasında, son derece provokatif bir konu olan şike haberlerine, karşıtlığı keskin olan Fenerbahçe ve Trabzonspor kulüplerinin taraftarlarının yaklaşımı değerlendirilmiştir. İki takım taraftarlarının da

çoğunlukla, haberleri kendi kulüplerinin aleyhine olduğu yönünde algıladığı belirlenmiştir.

Düşman Medya Etkisinin her çalışmada sonuç vermemesi konunun yeteri kadar provokatif olmaması ve katılımcıların yeterince taraftar olamamasına bağlanmaktadır (Doty'den aktaran, Şimşek vd. 2012: 50). Bu nedenle çalışmalar seçim kampanyaları, siyasal ayrışmalar, savaş durumu, kamu sağlığı gibi duyarlılık taşıyan önemli konular ve dönemlerde yapılmaktadır (Şimşek vd. 2012: 48).

McLuhan ve Powers da eğitim düzeyiyle, mesaj algısı ilişkisini değerlendirmiş ve insanların büyük çoğunluğunun ayırt etme ve düşünmeye yetecek bilgisi olmadığını, bu nedenle basit şekilde medya mesajlarına ya otorite ve yüksek değer atfettiğini ya da tersine onu tümüyle reddettiğini, bu tavırlarıyla propagandaya kusursuz bir uyum sağladıklarını öne sürmektedir (Altay, 2005: 32).

Politikacılar ve partiler, propaganda ve seçim kampanyalarında taraftarların aidiyet algısını güçlendirme üzerine bir strateji izlemektedir. Çünkü kanaatlerini değiştiren kitle, partizan kitlelere göre daha küçük bir grup olmaktadır.

Türkiye'de siyasal yelpazenin sağı, solu ve merkezi genel olarak yer değiştirmemektedir. Yıllardır süren politik mücadele sonunda belirlenmiş ideolojik saflar, seçimlerde aşağı yukarı benzer seçmen davranışlarının ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Bu nedenle partiler, bu ana eğilimlere göre politika ve kampanya stratejileri belirlemektedir. Partiler sık sık kapatılsa da, yeni açılan partiler geleneksel seçmen tabanına hitap eden söylemlerini sürdürme eğilimindedir.

Muhafazakâr ve İslamcılar, Osmanlı'dan bu yana Terakkiperver Fırka, Serbest Fırka, Demokrat Parti, Adalet Partisi, ANAP, Doğruyol Partisi ve Refah Partisi çizgisine oy verirken Sol ve Kemalist eğilimli seçmen CHP ve Sosyal Demokrat DSP gibi partileri belli oy oranlarına her zaman taşımıştır.

Bu bağlamda siyasal ve ideolojik kimliklerin seçmen tercihlerini etkilediği görülürken, yapılan araştırmalar da bu kimlikler doğrultusunda medya tercihlerinin belirlendiğini ortaya koymaktadır (Akgün, 2000: 86). Türkiye Sosyal Sorumluluk

Derneği tarafından 2016 yılında yaptırılan araştırmada, mevcut siyasi konjonktürde hükümetteki Ak Parti taraftarlarının ve muhalefetteki ana karşıtı CHP taraftarlarının sistematik olarak bazı gazete ve televizyonları takip etmediği ve bu yayın organlarını taraflı bulduğu görülmektedir. Partizanların sosyal medya kullanımlarına bakıldığında da, kendi görüşleriyle uyumlu kişileri takip ettikleri ve arkadaş oldukları belirlenmiştir (hurriyet.com.tr).

Damlapınar'ın yaptığı araştırma da (2008: 232-233), parti taraftarlarının medya algısının düşmanlaştırma yönünde geliştiğini ve bunun seçmende partisine ve liderine bağlılığı arttırdığını ortaya koymaktadır.

İKİNCİ BÖLÜM

MEDYA VE SİYASET İLİŞKİSİ

1. Medya – Siyaset ilişkisi

John Keane (2010: 27), basın özgürlüğünün Tanrı tarafından ihsan olunmuş, değiştirilemez doğal bir hak olduğunu belirterek şöyle devam etmektedir:

> *"Dünyasal hiçbir güç ona tecavüz edemez, hele kendi paçalarını kurtarma sevdasına düşmüş kokuşmuş hükümetler asla edemez. Özgür bir basına sahip olmak, bireylerin hükümete karşı kullanabilecekleri bir kozdur".*

Demokratik yönetimin vazgeçilmezi olan medyanın görevi konusunda ideal olan budur ancak bu ideale günümüz medya, siyaset ve ticaret ilişkisine bakıldığında ulaşmak hayli zor görünmektedir.

Foucault (2012: 36), bilginin iktidardan bağımsızlığının hayal olduğunu, bilgi olmadan iktidarın sürdürülmesinin imkansızlığını belirtmektedir. Ayrıca bilgi başlı başına bir iktidar ortaya çıkaranıdır.

Tarihsel deneyimler, aktif bir azınlığın yoğun düşüncesinin, olayların akışında çoğunluğun seyrek ve gevşek tepkilerine göre çok daha etkili olduğunu göstermektedir. Medya ile kitle arasındaki ilişki de bu şekilde tanımlanabilir. Mesaj üreten güç, izleyici/okuyucu kitleden daha katıdır (Jeanneney, 2006: 16).

Gasset (2013: 43), kendisini "herkes gibi" hisseden yine de bundan gocunmayan her kişinin bir kitle olduğunu belirtmektedir. Siyaset kurumu ve siyasetçiler aynı şeyi düşünen, birlikte hareket eden kalabalıkları, ayrım yapmadan gönderdikleri mesajlarla yönetmeye çalışmaktadır. Kalabalıklara mesaj göndermenin en iyi yolu da kitle medyasıdır.

Kitleye hakim olmak için yumruk yerine sakin güç olmak gerekmektedir. Sakin güç kitlenin ikna edilmesine, yani rızasının alınmasına odaklanmaktadır. Gramsci'ye göre, yönetici azınlık, baskı ve katılmayı bir arada kullanarak, "hegemonya"yı oluşturur. Liberal-kapitalist devlette, "halkın rızası" önde gelir. Baskı silahı

hegemonya, sadece üretim ve ekonomik alanda kazanılmamaktadır. Devlet, siyaset ve üstyapılar düzeyinde örgütlenir ve hegemonya bu alanda elde edilir. Bu yolla ideoloji, toplumsal düzende birliği sağlayarak çimento olmaktadır (Erdoğan, 2014: 259). Bu iki tez de dolaylı olarak iktidarın net bir iktidarına değil, kitlenin de iktidarına işaret etmektedir. Gasset bu duruma "kitlelerin ayaklanması" demektedir (Gasset, 2013: 39).

İknaya ilişkin tüm tanımların ortak paydaları iletişimdir. Bilinçli girişimin, davranış değişikliği ya da manipülasyon ortamı oluşturmasının aracı iletişimdir (Anık, 2000: 35). İknanın stratejik noktası, iletişim kanallarını belli ölçüde açık tutmaktır.

Günümüzde yapılan bilgiyi tamamen ortadan kaldırmak değil bilginin nasıl, hangi içerikte ve söylemde verildiği, nasıl anlamlandırıldığıdır. Rıza üretimi için bilgisiz bırakma yerine, bilginin çarpıtılması daha etkili bir yol olarak ortaya çıkmaktadır (Çoban, 2013: 70). Bu durumda medya, aktarıcı olmaktan kaynak durumuna geçmekte bir sorun görmemektedir. Bireylerin ya da sosyal grupların ürettiği mesajları, sadece iletmektense, kendi mesajını kendi üretip, kendi istediği şekilden istediği gruba iletmeyi tercih etmektedir (Göka, 2011: 24). Özellikle ideolojik medya organlarında hedef kitlenin "eğitilmesi", haber vermekten daha önemli görülerek haberden çok fikir ve yorum aktarıldığı görülmektedir.

Medyayı kontrol altında tutmak isteyen bir anlayışa göre, yönetim insanları susturarak egemenliğini sağlamaktadır. Fakat insanlar sustukça düzene karşı keskinleşmekte, direnci artmaktadır. Diğer egemenlik tesis etme yönteminde ise insanlar konuşturularak etki altına almaya çalışılmaktadır. Kitle, konuştukça düzene bağlanmakta, onu benimsemektedir. İletişim kanalları açık tutulan toplum, düzeni bir yandan pekiştirirken aynı zamanda evrimci bir değişime de mecbur bırakmaktadır (Anık, 2000: 9-10).

Bu konuşma ihtiyacı en çok seçim dönemlerinde ortaya çıkmaktadır. Herzog'un (aktaran Uslu, 2009: 13) ifadesiyle seçimler, insanlara protesto etmeleri, isyan etmeleri veya sembolik bir şekilde sistemi ve yöneticileri kötülemeleri için olanak tanıyan; tansiyon yükseltici bir mekanizma haline dönüşmüştür. Bu mekanizma, sistemin meşruluğunun ve halkın sadakatinin tazelenmesine imkan tanımaktadır.

Herhangi bir demokrasinin gelişebilmesi için yurttaşların kamusal etkinliklere katılımının sağlanması gerekmektedir. Vatandaşlar ve kurumlar kendilerini kamu önünde ifade edebilmeli ve doğru enformasyon edinebilmelidir. Böylece, medya aracılığıyla sürdürülen enformasyon ve iletişim, siyasetin alanını genişletmekte ve siyasetçilerin alanı tek başlarına denetlemelerini engellemektedir (Encabo, 2014: 347).

Siyasal alanla ilgili halkın büyük bölümünün doğrudan bilgi sahibi olması, siyasetin tabana yayılması medya olmaksızın mümkün değildir (Damlapınar, 2008: 188). Basının, siyasal dünyanın, bu uzak ve kafa karıştırıcı alandaki gelişmeleri, sıradan insanların anlayabileceği düzeye getirdiği söylenebilir. Siyasal habercilik, kamunun siyasal konularda duyarlı hale gelmesi ve ilginin artması için bir "ayartıcı" olarak görülebilir (Gurevitch ve Blumler, 2014: 197). Bu yüzden siyasetçiler bazen kendilerine aşırı yüklenilse de muhalif medyanın varlığına itiraz etmemektedir. Çünkü iktidar, eninde sonunda demokratik bir seçim yoluyla geldiğini iddia etmekte ve medya aracılığıyla herkesin bilgiye ulaşarak özgür bir seçim yaptığı önkabulüyle hareket edilmektedir.

Bennet'e göre (2000, 14) haber, medyadaki ticari güçler, politikacılar ve iletişim danışmanlarınca oluşturulan, halkın beğeni ve eğlence alışkanlıklarının yönlendirdiği serbest bir çark gibi işlemektedir (Bennet, 2000: 14). Üç kesimin, iktidar, medya ve halkın, kazançlı ya da memnun olduğu bu iç içe geçme hali için Amerika Birleşik Devletleri'nde teledemokrasi (M. Mutlu, 2003: 162) ifadesi kullanılmaktadır.

Baudrillard (2010: 32), iktidarın mı kitleleri yönlendirdiğini, yoksa kitlelerin mi iktidarı çökerten bir yönlendirme gücüne sahip olduğunu sormaktadır. Aslında her ikisi de birbirinden etkilenmektedir. Gücünü kitleden alan, bunun için kitleyi etkilemeye çalışan iktidar, iktidar olduktan sonra kitleyi dönüştürmeye çalışmakta, kitle ise kendisini etkilemek için uğraşan iktidarı mümkün olduğu kadar dönüşüme zorlamaktadır.

Hall ise (2005a: 117), medyanın bir yandan güçlülerden emir almaması gerektiğine dikkat çekerken, diğer taraftan, kamuoyunun üzerinde anlaşma sağladığı

alanlara duyarlı bir yayın anlayışının zorunluluğuna değinmektedir. Medya; iktidar ve rıza arasındaki oydaşmanın sınırlarına riayet ettiği sürece meşruluğunu sürdürecektir.

Damlapınar'ın medya ve siyasette güven üzerine yaptığı araştırma (2008: 206), kamuoyunun en çok ilgilendiği haber türünün siyasi gelişmeler olduğunu ortaya koymaktadır. Bir yurttaş, siyasal olaylar hakkında düşündüğünde aklına gelen şeyler, genelde televizyon ekranından geçip giden imgeler ve bilgilerdir (Iyengar, 2014: 287).

Silverstone, televizyon haberlerinin önce mantık sonra duyguya hitap ettiğini belirtmektedir (aktaran Kaplan, 1991: 133). İzleyiciye önce mantıklı gelebilecek şekilde mesaj verilmekte, ardından bu mesaj onun duygularını harekete geçirecek bir yapıya bürünmektedir. Bu nedenle haberler sadece bilgi vermekle kalmamaktadır. Bir mit üretme aracı olan televizyon yalnızca dizi ve filmlerle değil haberler de mit üretmektedir. Siyasi tartışmalarda konular, televizyon diline aktarılıp saniyeler içinde dile getirilmeye zorlanmakta, ayrıntılı gerekçelerin anlatılması için TV ortamında yer bulunamamaktadır. Bu yüzden siyaset, ideolojik zenginliğini bir kenara bırakıp, daha çok duyguya dokunarak etkilemeye yönelik hareket etmektedir (Uğur, 1991: 255).

Olçok (akt. Akyüz ve Kazaz, 2015: 219), siyasal iletişimin bir öğretme değil, bir duyguyu hissettirme süreci olduğunu belirtmektedir. Sokrat, soruşturma yoluyla öğrencilerinin gerçeği keşfetmelerini sağlamaktaydı. Keşfettikçe görüşleri değişmekteydi. Propaganda ya da siyasal iletişim de, görüşleri değiştirmeyi amaçlamaktadır ancak eğitici, insanlara nasıl düşünüleceğini söylerken propagandacı, ne düşüneceklerini söylemektedir (Akdoğan, 1996: 32).

Medya, kamunun kenara itilmesine yardımcı olan ilave bir araç haline gelirken akılcı-eleştirel tartışmayı yönlendiren bir araç olma yerine, Politikayı bir gösteri olarak tanımlamakta, sindirimi kolay mesajlarla kamuyu edilgen tüketiciye dönüştürmeye çalışmaktadır (Curran, 2014: 137).

İngiliz Politika Yazarı, Edmund Burke, basın için "Dördüncü Güç" ifadesini 18. yüzyılın sonunda kullanmıştır. (Jeanneney, 2006: 40). Basın, yasama, yürütme ve yargının yanına toplumsal gözetleyicilik ve denetleyicilik işlevini yürütmesi için eklenmiştir. İktidarlar için sorun olarak görülse de, genellikle basın, devletin kitleler

karşısındaki gücünü ve iktidarın meşruiyetini sürdürebilmesi için önemli bir kurumdur. Bu nedenle devlet ya da siyasi iktidar, medya ile ikna üzerine bir ilişki kurabildiği gibi sansür ve ceza yöntemleriyle kontrole yönelik girişimlere de başvurabilmektedir (Tellan, 2009: 340).

"Dizginleri basına bırakırsam iktidarda üç aydan fazla kalamam" diyen Napolyon Bonapart'ın (Jeanneney, 2006: 85), bu sözü söylemesinin dikkat çekici nedenleri olduğu anlaşılmaktadır. Le Monitör isimli muhalif gazete, Napolyon Elbe Adası'ndan çıkıp Paris'in üzerine yürümeye başladığında ilk gün, *"canavar ininden çıktı"* diye başlık atıp her gün daha şiddetli eleştiriler yapmaya devam etmiştir. Napolyon Paris'e girip iktidara el koyduğu gün, "*Haşmetmaap hazretleri sadık bendeleriyle birlikte Versailles'a girerken..."* şeklinde sekiz sütuna manşet yapabilmiştir (Jeanneney'den aktaran Bostancı, 2011: 86).

19. yüzyılın başından bu yana medya siyaset ilişkisinde büyük değişimler yaşanmamıştır. Amerikan Başkanı Richard Nixon, yeni seçilen Bush'a, medyayı ikna etmek için uğraşmamasını, medyadan daha atik ve kurnaz davranarak, basını kullanma yolunu seçmezse basının kendi amaçları için başkanın başarısızlıklarını kullanacağını söyleyerek tavsiyelerde bulunmuştur (M. Mutlu, 2003: 160).

Medya dediğimizde hep aynı karakterde, yayın yapan basın yayın organları anlaşılmamalıdır. Kimi iktidarla kolkola yürürken kimi muhalefet etmeyi tercih etmektedir. Amerika'da Wall Street Journal'in Cumhuriyetçileri, New York Times'ın demokratları desteklediği bilinmektedir. Tamamen tarafsız kalan medya organlarına ender rastlanmaktadır. Muhalif, denetleyici yayın yapan kuruluşlar inandırıcı, gerçeğe dayalı yayınlarıyla büyük değişikliklere, hatta iktidarların değişmesine yol açabilmektedir (Bostancı, 2011: 127).

Medyayı devlet-şirket bağının gereksinimlerine uyum sağlamaya teşvik eden önemli bir etken de, iktidarla kapışmaya girmenin pahalıya mal olması ve muhalif yayınlarda güçlü kanıtlara ihtiyaç duyulmasıdır. Devlet ya da iktidarın oluşturduğu *"yurtsever"* gündeme uyum sağlamanın ise hiçbir bedeli yoktur. Resmi düşmanlara yöneltilen suçlamaların kanıtlanması gerekmez (Chomsky, 2012: 13-14). İktidarın

başarısız olduğu ve güç kaybettiği durumlarda ise medya genellikle tartışma konusu edemediği, eleştirilemeyen konulara yönelerek hükümet politikasına karşı çıkabilmektedir (Chomsky, 2012: 113). Bu durumda medya, otoriteye düşman olduğu yönündeki eleştirileri, tarafsızlık algısı oluşturacağı için hazmetmekte hatta sevinçle karşılayabilmektedir (Chomsky, 2012: 245).

İngiltere'de basındaki ilerleme, Liberal Whig'ler ile Muhafazakâr Tory partilerini karşı karşıya getiren siyasi mücadelenin sertliğinden beslenen, kültür ve merak açısından gelişmiş bir kitlenin varlığıyla açıklanmaktadır (Jeanneney, 2006: 39). Siyasetteki rekabet, medya aracılığıyla halka aktarılırken, halkın farkındalık düzeyi arttıkça medya da bilgilenmeye duyulan ihtiyaç gereği gelişme göstermiştir.

Kitle iletişim araçları, biçimlenmesine muazzam katkıda bulundukları ve oluşmasında merkezi bir rol oynadıkları kamusal alanın tamamını hiçbir zaman işgal etmemektedir. Bu yüzden demokrasi içinde ve demokrasi için üstlendikleri rol, uygun siyasal bilgilendirmeyi ve değerlendirmeyi tüm yurttaşlar için olanaklı kılmak olmalıdır. Medyanın bu koşulu yerine getirmesi, demokratik toplumun da teminatı olmaktadır (Meyer, 2014: 32).

2. Türkiye'de Medya – Siyaset İlişkisinin Tarihi

Türkiye'de medya-siyaset ilişkilerinin, medya sahipliği ve siyasi yapıdaki değişiklikler göz önüne alındığında 5 dönemde ele alınması uygun olacaktır. Birinci dönem, basının ortaya çıktığı 1831 ile Cumhuriyet'in kuruluşu arasıdır. Cumhuriyetin ilk yılları ve Tek Parti dönemi basın siyaset ilişkileri ikinci dönem olarak incelenmiştir. Çok partili siyasi hayata geçişle birlikte basında siyasi çeşitliliğin arttığı 1950 ve baskının dönemler halinde hissedildiği 12 Eylül 1980 darbesi sonrasına kadar olan dönem, üçüncü bölümdür. Holdingleşme ile birlikte basının medyaya evrildiği ve siyasetle iç içe geçtiği 1990'lar dördüncü, 2002-2017 arasındaki Ak Parti iktidarları dönemi ise beşinci dönem olarak ele alınmıştır.

2.1. Osmanlı'da Basının Ortaya Çıkışından Cumhuriyet'e, Medya ve Siyaset

Osmanlı'da devletin kontrolünde başlayan basın hayatı, özel girişimle birlikte çeşitlenmiş, farklı siyasi görüşlerin temsilcileri, ideolojik ve siyasi fikirlerini basın yoluyla duyurmak için gazeteye büyük ilgi göstermiştir. Osmanlı Devleti'nin son döneminde aydınlar arasında üç ana fikrin hakim olduğu görülmektedir. Batılı eğitim almış isimler, devletin çöküşten kurtulması için Batı medeniyetine girişten başka yol olmadığını belirterek Batıcılık akımını başlatmıştır. Batıcılarla modernleşme konusunda birleşmekle birlikte imparatorluğun özellikle Balkan topraklarında yaşadığı yenilgi ve travmalar nedeniyle Türk birliğinin devletin temel siyaseti olması gerektiğini vurgulamıştır. Son akım ise yine Hıristiyan azınlıklar ile yaşanan sorunlar ve büyük kopmalar nedeniyle Osmanlı'nın İslam unsurlarıyla birlikte ayakta kalabileceğini savunarak İslamcılığın temellerini atmıştır.

Medya-siyaset ilişkisi açısından bakıldığında, bu dönemde ideolojik kamplaşmalar olduğu ve bu kampların devlete ya hakim olma ya da yönetime düşüncelerini kabul ettirme amacıyla basında seslerini yükselttikleri görülmektedir.

Avrupa ülkelerindeki gazetelerde yayımlanan karikatürlerde, "*elinde ameliyat bıçaklarıyla bekleyen doktorların önünde yatan hasta bir adam"* olarak resmettiği Osmanlı Devleti (Çakır, 2008: 71), bunlara karşılık kendi görüşlerini, savaş bültenleri yayınlayarak duyurmaya çalışmıştır (Çakır, 2008: 61).

Osmanlı'da askerlikten uzak tutulan zımmilerin, (Müslüman olmayan teba) uğraş alanları ticaret ve zenaat olduğu için özellikle 18. yüzyılda artan maddi birikimleri, matbaanın kullanımını hızlandırmıştır (Sönmez, 2010: 17). Türk ve İslam toplumlarının basımevi ve basın ile aynı anda tanışması, Batı'nın yaşamış olduğu dört yüz yıllık basılmış kitap kültürünü sindirmeden gazete kültürüne adım atmasına neden olmuştur (Koloğlu, 2013: 24).

Basının gücünü anlayan ilk devlet adamı Padişah II. Mahmud olmuş, iç ve dış kamuoyuna yönelik Fransızca, Türkçe, Arapça, Farsça, Rumca ve Ermenice gazeteler çıkarmıştır. Azınlıkların çıkardıkları gazeteleri yanına çekmeye çalışan II. Mahmud,

İzmir'de yayınlanmakta olan iki gazete muhabirinden birine aylık 2 bin 500 kuruş, diğerine de 5 bin kuruş vererek haber ve yorumlarında Batı'ya karşı Osmanlı çıkarlarını savunmalarını sağlamıştır (BOA'dan aktaran Çakır, 2008: 66). Yayıncılara memurluk görevleri verildiği de görülürken, yasalar yoluyla kontrol yöntemi de uygulanmıştır (Bulut, 2009: 63).

Takvim Vekayi ile Vekayi-i Mısriyye arasında Mısır Valisinin ayaklanması sırasında (1832-1833), Türk ve İslam dünyasının ilk basın tartışması yaşanmıştır. Toplumun önünde iki taraf birbirine açık suçlamalarda bulunmuştur (Koloğlu, 2013: 28).

Takvim-i Vekayi'nin Fransızca nüshası Moniteur Ottoman, büyük başarı elde ederken, Avrupalı diplomatlar için bile ciddi bir bilgi kaynağı olmuştur. Arap topraklarındaki ayrılıkçı hareketlere karşı bir girişim olarak çıkarılan ve Koloğlu'nun *"dünyada başka hiçbir Arapça gazetenin yarışamayacağı nitelikte"* dediği (2013: 31) El Cevaib gazetesi Osmanlıcılık fikrini çok başarılı savunduğu için Avrupa ülkeleri bu gazetenin sömürgelerine girmesini yasaklamıştır.

Osmanlı eğitim sistemindeki iyileştirmeler, nitelikli insan gücü ve yönetici kadroları yetiştirmeyi hedeflerken, beklenmedik bir biçimde siyasal muhalefet hareketlerinin ortaya çıkmasına da yol açmıştır. Aydınlar Batı'da tanıştıkları ve toplum hayatının iyileştirilmesi için yararlı bir araç olduğuna inandıkları basını kullanmaya başlarken, gazete, devlet yönetimi açısından sakıncalı görülmekten kurtulamamıştır. Şinasi'nin Tercüman'ı Ahval'de elde ettiği başarı hükümet denetiminin artmasına yol açmıştır (Alemdar, 2009a: 1-3).

Gazetecinin kendi kalemine dayanarak geçinmeyi göze alması gerektiğini söyleyen ve belli bir ideolojik amacı gerçekleştirmek için gazetecilik yapan, fikir gazeteciliğinin öncüleri Namık Kemal ve Şinasi bu yapının önemli temsilcileridir (Bulut, 2009:64). İbret Gazetesi'ndeki *"İslam Birliği"* makalesinde Namık Kemal, bütün Müslümanları Türklerin koruması altında toplanmaya çağırırken çok şiddetli bir dil kullanmıştır. Gazete daha yayına başladığının 27. Gününde dört ay süreyle kapatılmış ve bütün yazarları Anadolu'ya zorunlu memuriyetlere atanmıştır. Namık

Kemal, Osmanlı'nın geri kalmışlığını basının geç kurulmasına bağlayacak kadar mesleğin önemine inanmaktadır (Koloğlu, 2013: 54-55).

İkinci Abdülhamit, *"Hasta Adam"* olarak resmedilen devleti kurtarmak için ziraat, üretim ve sanayileşme gibi önlemleri almasının yanında, içerde birliği sağlamak için basına karşı da sert tedbirler almıştır. Azınlıkların yönetiminde olduğu için ülke içindeki yabancı basına, yasal önlemlerden ziyade destekleme yöntemi tercih edilmiştir. Abdülhamit, hükümet lehine yazdıkları ya da aleyhine yazmadıkları için onlara ödenek çıkararak İkinci Mahmut'un uygulamasını sürdürmüştür (Çakır, 2008: 70). Levant Herald gazetesini yayınlayan İngiliz yurttaşı Edgar Whitaker'in şantajları, Batı koruması altında gelişen gazeteciliğin boyutlarını anlamak açısından önemlidir (Eraslan, 2009: 8).

Koloğlu (2013: 73), Abdülhamit döneminde uygulanan sansürün abartıldığı görüşünü savunmaktadır. Yasaklı sözcükler listesine sonraki dönemde eklemeler yapıldığını belirterek *"Türk, ittihad, ıslahat ve parlamento"* gibi sözcüklerin, iddiaların aksine gazetelerde kullanıldığını ortaya koymaktadır. O'na göre bu karışıklığın sebebi bazı şeylere göz yumduğu suçlamasından korkan sansür memurlarının, çareyi her şeyi yasaklamakta bulmasıydı. Abdülhamit döneminde basılan edebi, dini, pozitif yayınlar ve resmi kitapların kendisinden önceki üç padişah döneminin toplamının yaklaşık üç katı kadar olduğu görülmektedir (Koloğlu, 2013: 83).

Cumhuriyeti kuran ilk kuşağın hemen hemen tamamı O'nun döneminde yetişmiş ve istibdat altında yaşadıkları için Abdülhamid'in basın tarihinde kötü bir yer işgal etmesine sebep olmuşlardır. Abdülhamid karşıtlığı adeta bu kuşağın ortak tavrı olmuştur (Demir, 2007: 89). Necip Fazıl (Kısakürek, 2013: 62), Cumhuriyetin ilk yıllarına kadar aynı çizgi üzerinde yürüyenlerin, tam ortaklık halinde Abdülhamid düşmanlığında birleştiklerini ifade etmektedir.

1908'de Kanun-i Esasi yeniden yürürlüğe girerken 12. madde *"Hiçbir vechile kablettab (baskıdan önce) teftiş ve muayeneye tabi tutulmaz"* şeklinde değiştirilmiş ve

1909 tarihinde Matbuat Kanunu çıkarılmıştır. Bu düzenlemelere göre izin yerine beyanname verme sistemi getirilmiştir (Yıldız, 2013: 29).

Bu dönemde siyasi yayınlarda büyük bir çeşitlilik meydana gelmiştir. Ortaya çıkan farklı fikir hareketleri seslerini basın yoluyla dile getirmiştir. Yeni Osmanlılar, İttihat ve Terakki çevresi, Türkçüler, İslamcılar, Liberaller ve Batıcıların gazeteden azami şekilde istifade ettikleri görülmektedir. Siyasal mücadelelerde gazeteler etkin rol oynamıştır (Bostancı, 2011: 118-119).

1908'i takip eden dönemde genel olarak İstanbul'da kümelenen, monarşi yanlısı ve İttihatçı şeklinde ikiye bölünen yayın organları, çoğu kez açıkça siyasal bir partinin uzantısı olarak çalışmaya başlamıştır. Sansürün kaldırılmasıyla günlük basın, siyasal tartışmaların canlılık kazanmasında ve kamuoyu oluşturmada önemli bir rol üstlenmiş ancak çoğu İttihat ve Terakki'nin sözcülüğünü üstlenmiştir. Parti, halkı bilgilendirme ve muhalefete gözdağı vermek amacıyla, kendine yakın gazeteleri kullanmıştır. Yerli basında salt ticari kaygı görünmemektedir (Adaklı, 2006: 99-100).

Bu özgürlük havası, dilediğini konuşabilmeyi unutmuş, susmaktan bunalmış insanların taşkınlığına da sebep olmuştur. Frenlenemeyen kalemler ve ihtiraslar yüzünden siyasi şantajlara meydan verilmiştir (İskit'ten aktaran Gölcü, 2015: 96). Bu dönemde özgürlük ile anarşi birbirine karışmış, etnik milliyetçiliğe dayalı cemiyet ve gazetelerin sayısındaki patlama, kendini devlete ait hissetmeyen etnik unsurların ayrışmasını da hızlandırmıştır. Basın şahsi hesaplaşmalar için bir araç olarak kullanılmıştır (Demir, 2007: 98).

Gazeteci cinayetlerine de bu dönemde şahit olunmuştur. 1909'da 31 Mart ayaklanmasının kışkırtıcılarından Volkan Gazetesi Sahibi Derviş Vahdeti idam edilirken, İttihatçılara karşı olan Sada-yı Millet Yazarı Ahmet Samim 1910'da, Şehrah yazarı Zeki, 1911'de öldürülmüştür. İktidar değişikliklerinde karşı tarafın basınını kapattırma girişimini iki taraf da sürdürmüştür. 1913 darbesiyle İttihat ve Terakki iktidara yerleşince, İtilafçı gazetecilerin çoğunluğunu Anadolu'ya sürmüştür (Koloğlu, 2013: 93).

İttihat ve Terakki dönemi, basın özgürlüğü açısından eleştirdikleri sultanlardan farklı görünmezken, anarşi ortamı oluşturması nedeniyle daha kötü bir dönem olarak da değerlendirilmektedir. Osmanlı'nın son döneminde basındaki bu ideolojik ayrışmalar ve kavgalar, Kurtuluş Savaşı döneminde de sürmüş ancak yine de toprakların büyük tehdit altında olması nedeniyle Ankara hükümeti etrafında farklı görüşlerden aydınların birleştiğine şahit olunmuştur.

2.2. Cumhuriyet'in İlk Yılları ve Tek Parti Dönemi

Basının gücünü bilen Mustafa Kemal Milli Mücadele sırasında, Sivas Kongresi'nden sonra İrade-i Milliye gazetesini çıkartmıştır. Ankara'ya geldikten sonra Anadolu'nun Sesi'ni çıkartmış, gazete daha sonra Hâkimiyet-i Milliye adını almıştır. Bu gazetenin Millî Mücadele ve Cumhuriyet tarihindeki rolü büyüktür (Perin'den aktaran Demir, 2007: 110). Yunus Nadi de, daha sonra adı Cumhuriyet olacak gazeteyi Yeni Gün adıyla 1921'de çıkararak Milli Mücadele'ye destek vermiştir (Bulut, 2009: 66). Savaş yıllarında Osmanlı hükümetini destekleyen ya da manda yanlısı yayınlar yapan gazeteler de olmuştur.

Cumhuriyet'in kurulmasından sonra gerek iç isyanlar, gerekse devrimlerin tam anlamıyla tesis edilmesi niyetleriyle basında, çıkarılan yasalar ve İstiklal Mahkemeleri yoluyla bir tek seslilik oluşturulmuştur.

Basın, *"uluslaşma"* sürecinin itici güçlerinden, Kemalist devrimin önemli unsurlarından birisi olarak konumlanmıştır. Türk basını; sıkı bir düzenlemeye tabi tutulmuş, kendisine gösterilen alanın dışına çıkınca bastırılmıştır (Adaklı, 2006: 101). Alemdar (2009b: 11), Cumhuriyetin ilk yıllarında liberal sistemlerde görülen bir basın özgürlüğü anlayışının olmadığını, bunun birinci nedeninin Osmanlı İmparatorluğundan böyle bir geleneğin miras alınmaması olduğunu ifade etmektedir. İkincisi yirmi yıldır yaşanan savaşlar ve devletin oluşumu sürecinde, yöneticilerin basının iktidarı desteklemesine duyduğu istektir.

Dönemin basınının Tanzimat ve Meşrutiyet dönemlerinden elde edilmiş demokratik bir potansiyeli bulunmaktadır. Türk basını, İstiklal Mahkemeleri, Takrir-i

Sükûn Kanunu, 1931 Basın Yasası gibi baskıcı uygulamalarla susturulmuş ve istenilen yönde yayın yapmak zorunda bırakılmıştır (Gölcü, 2015: 108).

Tek Parti Rejimi, basına ilk gözdağını, İstanbul basının ünlü isimlerini İstiklal Mahkemesi'ne göndererek yapmıştır. Hükümet kamuoyuna kendisinden başka hiçbir kuvvetin etkili olamayacağı mesajını vermiştir. Demir (2007: 141), bu dönemin Meşrutiyet, Mütareke ve hatta Abdülhamit dönemini bile arattığını ifade etmektedir.

Laik reformlar ve ekonomik sıkıntılar bu baskılara rağmen bir yandan da toplumsal muhalefeti arttırmaktaydı. Halk Partisi içinde, Kazım Karabekir, Ali Fuat Cebesoy, Rauf Orbay gibi tanınmış isimler, 1924 yılında Terakkiperver Cumhuriyet Fırkası'nı kurmuştur. Halktan yoğun destek gören bu hareket özellikle İstanbul basını tarafından desteklenince Tek Parti yönetimini rahatsız etmiştir (Demir, 2007: 119-120).

Şeyh Said Ayaklanması nedeniyle 1925'te çıkarılan Takrir-i Sükun yasasıyla, çok sayıda gazete kapatılırken, Hüseyin Cahit, Velid Ebuzziya, Zekeriya Sertel ve Cevat Şakir gibi önde gelen muhalif gazeteciler İstiklal Mahkemeleri'nde yargılanarak sürgüne gönderilmiştir. CHP savunucusu Falih Rıfkı ile çok sert polemiklere girişen (Demir, 2007: 154) Ahmet Emin Yalman'ın sürgünden kurtulmak için Atatürk'e *"bir daha gazetecilik yapmayacağına söz vermesi ve af dilemesi"* çarpıcı bir örnek oluşturmaktadır (Adaklı, 2006: 103-104). Bu sırada Terakkiperver Fırka ve destek veren gazeteler de kapatılmıştır.

Takrir-i Sükûn kanununun 1929'da yürürlükten kalkması ve 1930'da Serbest Cumhuriyet Fırkası'nın kurulması basında muhalefeti yeniden ortaya çıkarmıştır. Muhalefet yanlısı Yarın, Son Posta ve İzmir'de Hizmet gazeteleri ilgi görmüş ancak Serbest Fırka kendini lağvedince bu gazeteler de kapanmış ya da CHP çizgisine girmiştir (Koloğlu, 2013: 119).

1931'de Cumhuriyet yönetiminin ilk basın yasasının çıkarılmasındaki amaç; rejimi savunacak, güçlendirecek sorumlu bir basın yaratmak ve gazetecilik mesleğini geliştirecek önlemler almaktır. Genel siyasete aykırı yayınlar kapatılırken yasaya göre

gazete yayınlamak için önceden izin almak gerekmediği halde, hükümetin onay vermediği hiç bir gazete ya da dergi yayınlanamamıştır (Alemdar, 2009b: 13).

Yayın sahipleri çıkaracakları gazete için CHP'ye 5 bin lira yatırmak zorundadır. İzin almak da şarttır. Gazetelere gelen polisler demeçlerin nasıl verileceğini yazı işlerine bizzat bildirmektedir. Dönemin İçişleri Bakanı Şükrü Kaya'nın, gazete çıkarmak için kendisine başvuran bir dostuna söyledikleri iktidar-basın ilişkisinin karakterini yansıtmaktadır (Bardakçı'dan aktaran Arabacı, 2008: 86-87):

> *"Ne diye bu işe kalkışırsın, anlamıyorum? Halkın istediğini yazarsan biz seni ve gazeteni yaşatmayız. Yok bizim istediğimizi yazarsan halk seni okumaz. O halde ne zahmet"?*

Gazetecilik yapabilmek için tamamen hükümetin kontrolünde kurulan Basın Birliği'ne üye olunması zorunlu hale getirilmiş, bunun yanında gazete sahibi ve başyazarlar, milletvekili yapılarak hükümetle uyumlu hale getirilmiştir. Gazeteci-milletvekilleri ile *"parti-basın bütünleşmesi"* hedeflenmiştir (Demir, 2007: 143).

Çok partili düzene geçilinceye kadar basın sürekli olarak CHP'nin sıkı kontrolü altında tutulmuş, dini yayınlara hiç izin verilmemiş, sola da Kemalist çizgiyi aşmamak koşuluyla göz yumulmuştur (Koloğlu, 2013: 118). İsmet İnönü döneminde Matbuat Umum Müdürlüğü aracılığıyla basın sıkı kontrol altında tutulmuş, farklı nedenlerle gazeteler kolayca kapatılmıştır. Bu kontrole rağmen İkinci Dünya Savaşı sırasında basın, savaşanlar arasında tercih belirtebilmiştir. Göreli yaşanan bu çoğulcu yelpazede demokrasiden, sol ideolojiden, Alman faşizmini destekleyenler ve Turancılardan, İslamcı bir çizgi takip eden Necip Fazıl'ın Büyük Doğusu'na kadar hemen her kesimden yayın organı bulunmuştur (Koloğlu, 2013: 120-121).

Türk basın tarihi konusunda araştırmaları olan Server İskit ilk dönem Cumhuriyet basınını şöyle ifade etmektedir (N. Erdoğan, 2011: 10):

> *"Bizim Cumhuriyet matbuatı, Kemalizmin telkin ve propaganda organıdır".*

2.3.Türk basınında 1950-1980 dönemi

Tek Parti döneminin basın düzenindeki uygulamaları 1946 yılına kadar sürerken 1950'de Demokrat Parti'nin iktidara gelmesiyle birlikte basının sahiplik yapısı ve çeşitlilik açısından gelişme yaşanmıştır. Toplumsal, siyasi yaşam ve basın hayatındaki bu özgürlük ortamı ideolojik yayın yapan basının yeniden kamplaşması ve siyaseti dizayn etme arzusunun etkisi, DP'nin son döneminde basın üzerinde baskı kurmaya yönelik düzenlemelerin getirilmesine yol açmıştır.

1946 yılından itibaren çok partili hayata geçilmesiyle girilen yeni dönemde, partiler iktidarı eleştirmek ve halka seslenebilmek için gazetelerle yakınlaşmaya başlamıştır. 1948'de kurulan 9 yeni partiye karşılık, çoğu bu partilerin yayın organı olan, üçü meslek dışından patronların sahibi olduğu 14 yeni gazete ve dergi ile *"partizan"* basın doğmuştur (Bulut, 2009: 68).

Çoğulcu ve özgürlükçü bir hedefle iktidara gelen DP'nin döneminde de basına yönelik kontrol, niteliği değişmesine rağmen devam etmiştir. Bu kontrol mekanizmalarına rağmen basın, kapitalist gelişme sürecinde, Türkiye'deki diğer unsurlara paralel, yapısal özellikleri bağlamında önemli dönüşümler geçirmiştir (Kılıçatan, 2011: 80).

CHP döneminde, satışı diğerlerinden az olduğu halde partinin sözcüsü olan Ulus, diğer gazetelerden daha fazla ilan almaktaydı. CHP'nin desteğiyle 1947'de çıkan Tanin ve Memleket'e de yüksek ilan tahsisi yapılmıştır. DP iktidara gelince denge tersine dönmüş, Ulus'a ilan verilmezken, Demokratlar'ın Zafer, Türksesi, Son Havadis, Son Posta gibi yayın organları ilan gelirlerini arttırmıştır (Koloğlu, 2013: 124).

Günümüzde özellikle muhalefet tarafından hükümete yakın medya kuruluşları için kullanılan *"yandaş medya"* ifadesinin ilk kullanılış şeklinin *"besleme basın"* olarak Demokrat Parti döneminde ortaya çıktığı görülmektedir. Hükümetin resmi ilanların dağıtımında ayrımcılık yaparak ilanlardan fazla pay alan gazeteler için bu tabir kullanılmıştır (Gölcü, 2015: 122).

Koloğlu (2013: 126), partiler tarafından çıkarılan ya da destek veren gazetelerin büyük tirajlara ulaşamamalarını, okuyucunun gazete ile propaganda aracı arasındaki ayrımı iyi değerlendirmesiyle açıklamaktadır. İktidarların, gazetelerin tirajlarını artırmak için muhalefet yaptığı kanaatine sahip olması, bu dönemin ürünüdür ve günümüzde de devam etmektedir.

DP ikinci kez iktidara geldikten sonra bazı yasalarla basın üzerinde baskı kurmuştur. Bunun üzerine CHP yanlısı basında DP'nin hilafeti yeniden tesis edeceği suçlamaları artmıştır (Koloğlu, 2013: 132). Basın ve iktidar arasında çıkan sorunlar, çatışmaya dönüşmüş, hükümet basın üzerinde Tahkikat Komisyonu ile baskı kurmaya çalışmıştır (Demir, 2007: 177). 867 gazetecinin mahkumiyetiyle sonuçlanan 2300 basın davası açılmıştır. Özelikle CHP'nin yayın organı Ulus Gazetesi üzerinde mali bir baskı uygulanmıştır. Radyo ve Anadolu Ajansı, Tek Parti döneminde olduğu gibi hükümetin çıkarlarına yönelik yayın yaptığı görülmektedir (Kılıçatan, 2011: 75).

1960 Darbesi öncesi basının bir bölümünde çıkan asılsız haberler, müdahaleye zemin hazırlamıştır. CHP yanlısı Ulus Gazetesi'nin birinci sayfasında *"gayrimüslim bir vatandaş iktidar tarafından öldürülerek kıyma makinesinde çekilmiştir"* (Sabah, 17.1.2000) şeklinde yayımladığı haber, bu yayınlara önemli bir örnektir. 27 Mayıs Darbesini planlayan Milli Birlik Komitesi üyeleri, darbe eylemi için esin kaynaklarının basın olduğunu açıklamıştır (Koloğlu, 2013: 132). Dolayısıyla muhalif basın darbe yoluyla DP iktidarından bir anlamda "intikam" almıştır.

Darbeden sonra basının sergilediği tutum demokrasi adına üzüntü vericidir. Daha önce iktidar yanlısı yayınlar yapan gazete ve dergiler de dâhil bütün basın, darbeyi ve darbecileri övme yarışma girmiştir. Demir (2007: 166), devrilen iktidar mensuplarına yönelik yayınların, basın tarihinde daha önce hiç şahit olunmamış utanç manzaraları taşıdığını belirtmektedir.

1960'dan sonra okuyucusunun tüketici niteliği yüksek, reklam geliri fazla olan gazeteler (Hürriyet, Milliyet, Cumhuriyet gibi) karşısında, okuyucusunun alım gücü zayıf gazeteler, siyasal etkinlik amacına yönelik bir yayıncılığa geçmiştir (Koloğlu, 2013: 134). Sonraki yıllarda gazetelerin büyük iş ve sermaye çevreleriyle bağlantısı

büsbütün artmıştır. Tercüman, Yeni Asır, Son Havadis satın ya da kontrol altına alınırken, Hürriyet - Günaydın grubu yeni şartlara, holdingleşme ile uyum sağlamış ve büyük güç elde etmiştir. 1978'de Türkiye'de üç sektörün varlığından bahsediliyordu: *"Kamu, Özel ve Hürriyet"* (Koloğlu, 2013: 135).

Basında yatay ve dikey bütünleşmeyi hızlandıran bir başka gelişme ise gazetelerin sistemli dağıtılmasını sağlayan dağıtım şirketlerinin kurulmasıdır (Kılıçatan, 2011: 89). Gazetelerin basın dışı sektörlerden sermaye gruplarına satılmasına en çarpıcı örnek, 1979 yılında Milliyet'in Karacan ailesinden Aydın Doğan'a devredilmesidir (Bulut, 2009: 73).

Basının siyasi duruşuna bakıldığında ise; tek parti iktidarında CHP yanlısı ya da karşıtı, çok partili hayata geçiş sırasında ise CHP-DP taraftarı olarak ikiye bölünen basının yerini, kendisini bağımsız olarak sunan yayın organları almıştır (Adaklı, 2006: 111).

1970'li yıllarda milliyetçi, sol, sol-Kemalist ve İslamcı siyasi gelenek arasındaki çekişme, basında da görülmüş ve binlerce insanın hayatını kaybettiği silahlı çatışma dönemi, 12 Eylül Darbesi ile son bulmuş ancak demokrasi bir kez daha darbe yemiştir. 1908 sonrası basında, demokrasinin hazmedilememesinden kaynaklanan çatışmacı anlayışın 70 yıl sonra neredeyse hiç fark olmadan yeniden ortaya çıkması manidardır.

12 Eylül sonrası Türk basını; üniversiteler, sendikalar, yargı sistemi, dini ve kültürel kurumlar gibi darbenin getirdiği düzene destek sağlamak üzere yapılandırılmıştır. Bu dönemde en küçük imalar gazete kapatma, yayın durdurma ve benzeri cezalara maruz kalmış, sıkıyönetim mahkemeleriyle doğrudan sansür uygulanmıştır (Adaklı, 2006: 146).

Kenan Evren'in "*muhalif basınla mücadelede hukuki yollara başvurmanın hata olduğu"* yönündeki sözleri, basının demokrasiyi içselleştirmede kendinden kaynaklanan sorunların ötesinin de olduğunu ortaya koymaktadır. 27 Mayıs ve 12 Mart darbeleri sonrasında demokratik değerlerin zayıflatılması, demokrasi kültürünün toplumsal yapıda gelişmesine engel olmuştur (Gölcü, 2015: 133).

12 Eylül Darbesiyle sınırlandırılan anayasal özgürlükler, fikir basınını zayıflatmış, bu ortamda basın, magazin haberlerine ağırlık vermeye başlamıştır. Bu durumda sermayenin medya alanına girmesinin önünde engel kalmamış, gazeteler sektör dışından gelen patronların kontrolüne geçmiştir (Demir, 2007: 185).

1980 sonrası sermayenin de medya alanına girmesiyle siyaset-ticaret-medya ilişkisi çerçevesinde yeni bir yapı oluşmuştur. Türkiye'de etkinliğin ve ayakta kalabilmenin garantisi olarak devlet ve iktidarla iyi ilişkiler kurmak, medya sahipleri tarafından yoğun şekilde tercih edilmeye başlanmıştır. Diğer taraftan siyaset kurumunun da bir avantaj olarak medyaya yaklaştığı ve bu ilişkinin karşılıklı bir bağımlılık doğurduğu görülmektedir (Çakır, 2008: 76).

2.4. Medyada Holdingleşme Dönemi

12 Eylül Darbesinin ardından yapılan 1983 yılındaki seçimle Türkiye, kesintiye uğrayan demokrasisini tesis etmek için yeniden adım atmıştır. Liberal, milliyetçi, muhafazakâr-İslamcı ve demokratik soldan oluşan dört eğilimi birleştirme iddiasıyla kurulan Anavatan Partisi, seçimde tek başına iktidara gelmiştir. ANAP'ın en büyük değişim politikası, ekonomi ihracata dayalı hale getirilerek dışa açılmada gerçekleştirilmiştir. Bu proje ülkenin küresel ticarete hızla adapte olmasına katkı sağlamıştır. Medya da bu değişimden önemli ölçüde etkilenmiş ve tecimsel yayıncılık, sektörü hızla dönüştürmüştür. Holdingleşme medya siyaset ilişkisinde de önemli etkiler oluşturmuştur.

1980'lerde, Türkiye'de tecimsel yayıncılığa geçilmesinde ilk olarak iletişim teknolojilerindeki gelişmeler ve sermayenin sınır tanımazlığı gelmektedir. Ülke içinde ise yasal ve kurumsal düzenlemeler, pazar koşulları ve hükümetin siyasal-ideolojik yönelimi toplumsal güçlerin ilişkilerinde belirleyici olmuştur (Kejanlıoğlu, 2004: 197).

Yeni teknolojiler basının tirajlarını, dolayısıyla reklam gelirlerini arttırmış, medyanın gücünden hem iktidarlar hem de patronlar yararlanmak için çaba göstermeye başlamıştır (Sönmez, 2010: 149).

1980 darbesinden sonra Türkiye'nin dışa açılma hareketi ve güçlenen sermaye grupları ile kitle iletişim bağlamında *"Basın Dönemi"* olarak nitelendirilebilen bir dönemden "*medya"* olarak nitelendirilen yeni bir evreye geçilmiştir (Kaya, 2009: 233). Medya-siyaset ilişkisi medya-siyaset-ticaret ilişkisine dönüşmüş, medya ticari çıkarların savaş alanı haline getirilmiştir. Siyasetle olan ilişkiler tamamen ticaret ekseninde dönmeye başlamıştır (Demir, 2007: 237).

1980'li yılların sonunda Babıali olarak bilinen medyanın merkezine ANAP Hükümetinin kontrol çabaları damga vurmuştur. Haldun Simavi, Günaydın Grubu'nu, dönemin başbakanı Turgut Özal'ın desteklediği İş adamı Asil Nadir'e satmıştır. Nadir, Günaydın'ın ardından, Güneş Gazetesi ile Gelişim Dergi Grubunu da satın alarak sektörün en büyüğü durumuna gelmiştir. Bu hakimiyete, Aydın Doğan ile Dinç Bilgin'in ortak hareket ederek karşı koyması ve Nadir'in İngiltere'deki işlerinin bozulması eklenince Nadir, 1990'lı yılların başından itibaren piyasadan çekilmiştir (Sönmez, 2010: 38). Çavuşoğlu-Kozanoğlu grubu da bir süre sektörde etkili olmuştur (Özer, 2012: 126). 1970 sonlarında Milliyet'i satın alarak sektöre giren Aydın Doğan Hürriyet'i de satın alınca, özel televizyon yayıncılığı başlamadan önce, yazılı basında iki büyük grup kalmıştır: Doğan Grubu ve Sabah Grubu (Sönmez, 2010: 38).

1980'li yılların sonuna doğru medya kendisini politik olarak çok güçlü görmeye başlamıştır. Medyaya hâkim olanlar kendilerini, Erol Simavi'nin deyişiyle, dördüncü ya da ikinci değil, birinci güç olarak görmüştür. Bir dönem Türkiye'nin en büyük medya patronu olan Simavi, 1988 yılında Türkiye'de birinci gücün asker olmadığını, basın olduğunu ve askerin ikinci güç olduğunu belirtmiştir. Simavi'ye göre askeri darbelerin gerçekleştirilmesini sahneleyen de yine basındır (Aksoy'dan aktaran Demir, 2007: 210).

Cumhurbaşkanı Turgut Özal, ABD gezisinde yaptığı bir açıklamada yurtdışından Türkçe televizyon yayını yapılmasını engelleyen bir kural olmadığını söyleyince özel yayıncılığın da önü açılmış, medya sektörü bambaşka bir evreye geçmiştir (Kejanlıoğlu, 2004: 311).

Pahalı bir faaliyet alanı olan televizyonunun medyada büyük sermayeyi ön plana çıkarması, başka sektörlerde faaliyet gösteren holdinglerin televizyon yayıncılığına girmesine neden olmuş, yatay ve dikey bütünleşme ile büyük medya grupları ortaya çıkmıştır (Demir, 2007: 192)

Televizyon yayıncılığına gösterilen ilgi ve kontrol mücadelesinin, TV yayıncılığının kârlı olmadığı yönündeki sayısız değerlendirme dikkate alındığında, bu alanda bulunmanın başka bir amaca, bir iktidar mücadelesine işaret ettiği açıktır. Hem ekonomik hem de siyasal bir güç elde etmek isteyen bu yayıncılık yaklaşımı, Özal Ailesi ile Star 1 kanalının sahibi Cem Uzan'ın bir araya gelmesini sağlamıştır (Çelenk, 2005: 246).

Uzan grubu medya, sermaye, siyaset ilişkisinin önemli örneklerinden biridir. Dergi ve gazetelere sahip olarak katıldığı ihalelerde iktidarın desteğini sağlamak isteyen grup, televizyon yayıncılığıyla daha da güçlenmiş, grubun sahibi Cem Uzan, daha sonra parti kurarak iktidara gelme niyetini de ortaya koymuştur (Koloğlu, 2013: 162).

ANAP iktidarlarından sonra onları medyaya baskı yapmak ya da medya gücünü kullanmakla eleştiren muhalefet partilerinin de kısa sürede *"karşıtına döndüğü"* görülmüştür. DYP-SHP koalisyonunda, radyoların ve uydudan yayın yapmayan televizyonların kapatılması yoluna gidilirken bazı belediyeler Star-1 yayınını vermeyi kesmiş, özellikle SHP'li belediyeler, kendi partilerinin zaman kiraladığı Mega-10 ya da Demokrasi Kanalı'nın yayınını yansıtmak için girişimlerde bulunmuştur (Kejanlıoğlu, 2004: 417).

1990'lı yıllarda medya-siyaset-sermaye üçlüsünün iç içe geçmesi, medyanın güvenilirliğini yozlaştırırken, siyaset de medyanın kontrolüne girerek yıpranmıştır. Bu karmaşık ilişkiler ağı nedeniyle cumhuriyet tarihinde ilk kez bir hükümetin düşürüldüğü belirtilmektedir (Işık, 2008: 158). Emin Çölaşan'ın Uğur Mumcu ile bir araya gelerek, ANAP Hükümetini devirmek için gayret sarf ettiklerini, DYP ve SHP yöneticileriyle bir araya geldiklerini ifade ettiği olay (aktaran Demir, 2007: 212), basının o dönem asli görevinin ne kadar dışına çıktığının önemli örneklerinden biridir.

Enerji, ulaşım, iletişim, inşaat gibi alt yapıda devletin sadece koordinatör olmasını öngören yeni liberal politikalara basın destek vermiş, kamuoyu oluşturmuş daha sonra da medya grupları bu ihalelere kendileri girmiştir (Kılıçatan, 2011: 108). Özelleştirmeler ve devlet ihalelerinde gazetelerin önemli yazarlarının siyasiler ve medya sahipleri arasında açıktan ihale takipçiliği ya da aracılık yaptığı da görülmüştür (Koloğlu, 2013: 163). Tansu Çiller'in başbakan olduğu dönemde, Sabah ve Doğan gruplarına milyonlarca dolar teşvik verildiğini, Devlet Bakanı Güneş Taner açıklamıştır (Asker, 2009: 558). Çiller düzenlediği bir mitingde, bazı medya gruplarının arkasında olduğunu iddia ettiği Koç Grubu'nun kendisine cephe almasının nedeninin teşvikleri kesmesi olduğunu iddia etmiştir (Asker, 2009: 565).

Muhalefetteki ANAP'ın Lideri de, hükümete yakın yayın yaptığını iddia ettiği Sabah grubunu aynı şekilde suçlamaktadır. Mesut Yılmaz'ın sözleri, medyanın siyaset alanında açıkça taraf olduğunun delili niteliğindedir (Hürriyet, 23 Ekim 1995 aktaran Aksoy, 2009a: 597):

> *"Sabah, Çiller'in yolsuzluklarını bir satır bile yayınlamıyor. Bu gazete, gazetecilik değil, borazanlık yapıyor. Bu gazetenin iktidarla maddi menfaati vardır. İktidarın da bu gazeteden destek bulma menfaati vardır".*

Özel televizyonların yayına başladığı dönemde sektöre giren Çukurova, Doğan, Bilgin ve Uzan grupları, izleyicinin büyük bölümüne ulaşan SHOW TV, ATV, Kanal D ve Star TV'nin sahibi olarak büyük etkinlik kazanmıştır. Bu gruplar koalisyon hükümetleri döneminde baskı kurma ya da *"kol kola yürüme"* yöntemleriyle siyasete etki ederek gerek sektörde, gerekse sektör dışı faaliyetlerinde büyük karlılıklara ulaşmıştır.

1990'lı yılların ikinci yarısından itibaren, yerel yayıncılığın önem kazanması ve yayınlardaki tek yönlülüğün azalması gibi olumlu gelişmelere rağmen, haberlerin yozlaştığı, reytingin merkezde olduğu bir dönem başlamıştır (Aziz, 2006: 244-246). Televizyonlardan sansasyonel, tartışmalı, hedonist, şiddet sever, özel yaşam tanımaz bir genel görünüm yansımaya başlamıştır. Özellikle Refahyol iktidarı döneminde resmi ideolojiyi rahatsız eden tartışmaların dozu iyice yükselmiştir. Şahin (2010: 14),

1992-1997 arası medyanın, en özgür ve demokrat ama en ilkesiz ve başıboş olduğu dönem olarak tarihe geçtiğini belirtmektedir.

1995 seçimleri öncesinde Refah Partisi'nin güçlendiği ve çıkarlarına zarar vereceği öngörüsüyle hareket eden büyük medya grupları, parti aleyhinde politik bir atmosfer oluşturmaya çalışmış ancak ağırlıklı olarak medya yerine yüz yüze iletişim yöntemini kullanan RP hareketi, iktidar olmayı başarmıştır (Bostancı, 1998: 169).

Necmettin Erbakan'ın başbakanlığında kurulan RP-DYP koalisyon hükümeti kısa sürede İslami gruplara ve başörtüsü gibi dini sembollere gösterdiği tolerans nedeniyle medya, laik elit ve ordunun tepkisini çekmiştir. Çiller'in serveti ve Bosna'ya insani yardım için toplanan yardımların akıbeti konusundaki yayınlar nedeniyle medya ile sıkıntılı bir dönem yaşayan hükümete (Çatalbaş, 2009: 378), ideolojik nedenlerin yanı sıra, basının promosyonlarına sınırlandırma getirilmesi, ihale almaya alışan medya sahipleri ve İstanbul sermayesinin, Anadolu sermayesinin karşılarına dikilme korkusuyla hareket etmesi de yapılan saldırıların sebepleri arasında gösterilmektedir (Demir, 2007: 219).

28 Şubat 1997 Milli Güvenlik Kurulu (MGK) kararlarından sonraki dönemde, Refahyol hükümetinin yıkılmasında medyanın rolü, sivil toplum ve yargıdan daha fazla olmuştur. Hükümetin yıkılmasından sonra, Cumhurbaşkanı Süleyman Demirel'in hükümeti kurma görevi verdiği Mesut Yılmaz'ın ilk ziyaretlerinden birini medya patronu Aydın Doğan'a, evine giderek yapması medya siyaset ilişkisi açısından dikkat çekicidir (Demir, 2007: 217).

Bu yaşananlar bir darbe olarak nitelendirilmiş ve silaha başvurulmadan yapılan bu *"hükümet değişikliği operasyonu"* medyanın ve resmi ideoloji güdümündeki sivil toplumun başı çektiği bir *"Postmodern Darbe"* ya da *"Medya Darbesi"* olarak da adlandırılmıştır.

2.5. Ak Parti Hükümetleri Döneminde Medya-Siyaset İlişkileri

1990'lı yılların medya-siyaset-ticaret açısından oluşturduğu iklim 2000'li yıllarda sürmüştür. Tıpkı Refah Partisi'nde olduğu gibi Ak Parti'ye de mesafeli duran

ve o dönem "merkez medya" olarak nitelendirilen büyük gruplar, Ak Parti hareketinin Refah Partisi'nin devamı olduğu, gizli bir ajandayla rejimi değiştireceği yönünde yayınlar yapmış ancak 2002 yılında yapılan seçimde Ak Parti tek başına iktidar olmuştur. Bu seçimde, seçmenin medyadaki hakim mesajların aksine hareket etmesi daha sonra bir çok olay ve seçimde görülmüş, medyanın izleyici/okuyucu üzerindeki etkileri açısından farklı bir dönem başlamıştır.

Devran (2004: 160), medyanın özellikle Recep Tayyip Erdoğan hakkında izlediği yersiz ve saldırgan mesaj stratejisinin seçmende bir *"mazlum"* kanaati oluşmasına neden olduğunu, bunun Ak Parti'nin seçimi kazanmasının etkenleri arasında sayılabileceğini belirtmektedir.

Ak Parti iktidara gelmeden önce muhafazakâr-İslamcı kesim medyada küçük yayın organlarıyla temsil edilmektedir. Ancak bu dönemde de muhafazakâr medya, merkez medyanın belediye yönetimlerinin yolsuzluk yaptığı, medya kuruluşlarına sahip olan muhafazakâr şirketlerin haksız ihaleler aldığı iddiaları nedeniyle, bu gruplarla karşı karşıya gelmiştir. Doğan-Bilgin gruplarıyla Yenişafak Gazetesinin sahibi Albayraklar arasındaki medya savaşı, 2002'de yapılan seçim öncesi ülkedeki siyasi hesaplaşmaların provası niteliğinde olmuştur (Aksoy, 2009b: 617).

Ak Parti'nin medya alanına ilk müdahalesi Uzanlar üzerinde olmuştur. Uzanlar'ın 2002 seçiminde siyasete girmesi ve yüzde 7 oy alarak beklenmedik yükselişi, Ak Parti Hükümeti'nin 2003 ortalarında gerçekleştirdiği ciddi bir müdahaleyle engellenmiştir. ÇEAŞ ve Kepez'le ilgili imtiyaz sözleşmelerinin iptalini gündeme getiren çeşitli ceza davaları açılmıştır. Sonraki dönemde Star TV'nin başı çektiği medya şirketleri de dahil olmak üzere grubun tüm varlıklarına el konulmuş ve Cem Uzan yurt dışına kaçtıktan sonra Uzanlar'ın Türkiye'deki etkinlikleri sona ermiştir (Adaklı, 2006: 185).

2005 yılı sonrası Ak Parti'nin de medya sektöründe güç elde etmeye başladığı görülmektedir. Muhafazakâr – İslamcı olarak bilinen bazı sermaye sahipleri gazete ve televizyon kurmaya başlarken 4 büyük medya grubundan biri olan Sabah-ATV Grubu, TMSF'ye devredilmiştir. Hükümetin politikalarına ve ideolojik duruşuna destek

verecek, siyasi tartışmalarda propaganda görevini üstlenecek bir medya varlığına önem verildiğine, sonraki dönemde gerek seçimlerde, gerekse büyük siyasi çalkantılarda şahit olunmuştur. 2007 yılında Abdullah Gül'ün cumhurbaşkanı seçilmesinin engellenmesi ve Cumhuriyet Mitingleri, hükümeti medyada güç elde etme konusunda daha kararlı davranmaya iten olayların en önemlileridir. Medyada küçük gazete ve televizyonlar dışında etkinliği olmayan Muhafazakâr – İslamcı kesim, medya sahipliğinde önemli ölçüde denge sağlamıştır.

2007 yılında başlayan Ergenekon Davası Operasyonları ve medyanın takındığı tutum, politika alanındaki kutuplaşmanın da dozunun yükselmesine neden olmuştur. Ordu içindeki bazı muvazzaf subaylar ile emekli askerler ve sivil bazı kesimlerin hükümeti yıkmaya yönelik faaliyetler içinde olduğu iddialarıyla başlayan soruşturmalar Ulusalcı-Laik ve Muhafazakâr-İslamcı kesimleri yeniden karşı karşıya getirmiştir. Ergenekon ve Balyoz Davası süreçlerinde Samanyolu, Kanal 7 ve Sancak Grupları ile TMSF'den Çalık Grubu'na devredilen Sabah-ATV grubu, hükümetin davanın yanındaki duruşunu desteklerken, iki büyük televizyon kanalı ve çok sayıda gazetesiyle sektörün o dönem en büyüğü olan ve Doğan Grubu, Ana Muhalefet Partisi CHP'nin soruşturmalara karşı aldığı tavrı desteklemiştir.

Kavganın baş aktörlerinden biri, operasyonları devlet içindeki bürokratlarıyla yürüten ve o dönem Gülen Cemaati olarak bilinen gruba yakın yayın organları olmuştur. 17 Aralık 2013 tarihi sonrası ise mahkemelerce Paralel Devlet Yapılanması (PDY) ve Fethullahçı Terör Örgütü (FETÖ) olarak tanımlanan grup, 2000'li yıllardan itibaren medyada çok büyük yatırımlar yapmıştır. Abone ağırlıklı dağıtılan ve tirajı bir dönem bir milyona ulaşan Zaman gazetesi, Bugün Gazetesi, reytinglerde ilk sıralarda yer alan Samanyolu TV, Kanaltürk ve çok sayıda televizyon ve dergiye sahip olan örgüt, 2012 yılına kadar siyasi iktidarla kurduğu ilişkiler sayesinde büyük bir güce ulaşmıştır. 2013 yılı sonunda, bakanların da içinde bulunduğu bazı siyasiler ve iş adamlarına yönelik operasyonların, bu örgütün emniyet ve yargı içindeki üyeleri tarafından yapıldığının ortaya çıkmasının ardından, örgüte ve yakın şirketlerine bağlı tüm medya kuruluşlarına kayyum atanmış, 2016 yılındaki darbe girişiminin ardından da bağlantısı tespit edilen tüm yayın organları kapatılmıştır.

TMSF'nin kontrolündeki Sabah-ATV Grubu, 2008 yılında hükümete yakın olduğu iddia edilen Çalık Grubu'na[3] devredilmiştir. 1.1 milyar liraya gerçekleşen satışla ilgili o dönemde hükümet karşıtı medyada eleştiriler yayınlanmıştır. Medya grubu, 2013 yılında kamu ihaleleri de alan Kalyon Grup'a ait Zirve AŞ'ye satılmıştır.

Hükümete yakın yayın organlarının giderek güçlenmesiyle, medya patronlarının siyaset ve devlet üzerinde tahakküm ettiği ve uzun süredir devam eden dönem, siyasal iktidarın medya üzerinde etkisini daha fazla hissettirdiği yeni bir sürece yerini bırakmıştır. Doğan Grubu ile hükümet arasındaki *"kavga",* bu durumun önemli bir gösterenidir. Deniz Feneri gibi davalarda hükümetin üzerine giden grup, bu çatışma nedeniyle verildiği iddia edilen ağır vergi cezaları sonrası daha tavizkar bir politika izlemiştir. Bu süreçte hükümete hakarete varan eleştirilerde bulunan Bekir Coşkun Hürriyet Gazetesinden ayrılırken, Ertuğrul Özkök de genel yayın yönetmenliğini bırakmıştır (Çoban, 2013: 277).

İki büyük televizyon kanalını (Kanal D ve Star TV) elinde bulunduran Doğan Grubunun, Star TV'yi 2011 yılında, hükümete nispeten yakın duran ve kamudan alt yapı ihaleleri de alan Doğuş Grubu'na satmıştır.

Politik ve ideolojik nedenlerin medya-siyaset ilişkisindeki belirleyiciliğinin yanı sıra ekonomik çıkarların da Ak Parti hükümetlerine karşı medyada bir karşıtlık oluşturduğu, farklı gruplardaki yazarların tartışmalarından anlaşılmaktadır. Dönemin Başbakanı Recep Tayyip Erdoğan da zaman zaman, bazı medya gruplarının kendilerinden talepleri olduğunu, yerine getirmedikleri için savaş açtıklarını söylemiştir (Kılıçatan, 2011: 174).

Haziran 2013'teki Gezi Parkı Olayları ve Aralık 2013'te, Ak Partili bakanlara yönelik yolsuzluk iddiaları ve başlatılan soruşturmalar, hükümet ile Doğan Grubu arasındaki kavganın yeniden başlamasına neden olmuştur. Bu dönemde Ciner Grubu'nun da, o dönem Gülen Cemaati olarak bilinen örgüte yakın isimleri yayınlarına çıkararak hükümet karşıtı bir yayın politikası izlediği görülmüştür. Muhalif

[3] Şirketin yöneticiliğini dönemin Başbakanı Recep Tayyip Erdoğan'ın damadının kardeşi Serhat Albayrak yapmıştır.

hareketlere baskı ve yolsuzluk iddialarını gündemde tutan Doğan Grubu, 7 Haziran 2015'teki genel seçim öncesi HDP'ye destek vermekle eleştirilmiştir. 1 Kasım 2015'de yapılan ve Ak Parti'nin yeniden iktidar olduğu seçim sonrası normal bir seyre dönüşen Doğan Grubu-hükümet ilişkileri, 15 Temmuz 2016'daki başarısız darbe girişiminde sıcak bir döneme girmiştir. Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın ilk olarak gruba bağlı CNN Türk'te yayına katılması ve halkı darbeye karşı harekete geçirmeye çalışması ardından darbeci askerlerin kanalı işgal etmesi hem hükümetin hem de halkın CNN Türk ve Doğan Grubu'na yaklaşımını değiştirmiştir.

Ak Parti hükümetleri döneminde medya-siyaset-ticaret ilişkisine bakıldığında, ilk dönem büyük grupların hükümete mesafeli ve zaman zaman karşıt bir duruş sergilediği görülmektedir. 2007 yılı sonrasında ise devletin, TMSF aracılığıyla borçlarına karşılık el koyduğu medya şirketlerinin, hükümete yakın sermaye sahipleri tarafından satın alındığı, bu sırada güçlenen bazı muhafazakâr – İslamcı sermaye gruplarının yeni gazete ve özellikle haber kanalları açarak iktidarın politika ve ideolojisine destek verdiği görülmektedir. Sektördeki bazı gruplar, siyasal iktidarla iyi ilişkiler içerisinde kalarak ekonomik çıkarlarının devamını sağlamaktadır. Görsel ve yazılı alandaki bazı gruplar ise ideolojik olarak iktidarın karşısında olmaları nedeniyle kâr kaygısı gütmeksizin muhalif bir yayın çizgisini sürdürmektedir. Çıkar odaklı faaliyet sürdüren grupların uzun süre aynı politikayı takip etmediği konjonktürel olarak siyasi duruş sergiledikleri, buna karşılık Ak Parti hükümetleri döneminde sektöre giren medya şirketlerinin koşulsuz destek verdiği kanaati bulunmaktadır.

Son 10 yılda sahiplik anlamındaki büyük değişikliklere rağmen sektörde faaliyet gösteren gazete ve televizyonların gerek etkinlik gerekse tiraj ve izlenme oranlarına bakıldığında, Türkiye medyasında şu anda bir tekseslilik olduğunu söylemek doğru görünmemektedir.

3. Türkiye'de Siyasi Hareketler ve İdeolojiler

Türkiye'de siyasi hareketler, 19. yüzyılın ortalarında, Osmanlı'daki yenilenme hareketleri ve gazetelerin ortaya çıkışıyla başlamıştır. Çöküş dönemindeki devletin nasıl kurtulacağı üzerinde yapılan tartışmalar, aydınların öncülüğünde ve toplumun

yapısıyla ilişkili olarak gelişmiştir. O dönem Batıcılık, Osmanlıcılık, Türkçülük ve İslamcılık olarak beliren ideolojik görüşler, günümüze değin toplumun farklı katmanlarında etkinliğini sürdürmüştür. Bu görüşlerin temsilcisi olan siyasi hareketler, partiler ve toplumsal tabanlar zaman zaman karşı karşıya gelmiş ve ülkenin siyasi iklimi bu karşıtlıklar içinde şekillenmiştir.

Therborn (2008: 27), ideolojiyi, insanların neyi nasıl yapacaklarını söyleyen, eylemlerine yön veren bir söylem olarak tanımlamaktadır. Siyasal bir ideoloji ise toplum, siyaset, ekonomi gibi, sınırları belli olan bir sisteme işaret etmektedir (Şeyhanlıoğlu, 2009: 26).

Williams, ideolojinin, belirli bir sınıf ya da gruba özgü inançlar sistemi, aldatıcı inançlar sistemi ve anlam ve fikir üretiminin genel süreci olarak üç farklı şekilde tanımlanabileceğini ifade etmektedir (Fiske, 2014b: 286). Marksistler, ideolojiyi daima toplumsal ilişkilerle bağlantılandırmaktadır. İdeoloji bireysel değil toplumsal olarak belirlenmiştir. Ve Marksistlere göre ideolojiyi belirleyen, sınıftır, işbölümüdür (Fiske, 2014b: 289).

İdeoloji, bireylerin toplumsal bir yapıyla aralarındaki ilişkiyi yaşamalarını sağlayan vazgeçilmez mecradan, hakim bir siyasi iktidarı meşrulaştıran yanlış fikirlere kadar her şeyi adlandırabilir (Rigel, 2005: 316).

Van Dijk'in (2005: 323), "*bir grubun ya da sınıfın üyeleri tarafından paylaşılan bir toplumsal biliş biçimi"* şeklindeki tanımına da bakıldığında ideolojinin bir *"inanç sistemi"* olduğu ortak noktası dikkat çekmektedir. İdeolojik pratikler sıklıkla devlet, medya, eğitim ya da kilise gibi çeşitli kurumların yanı sıra aile gibi gayrı resmi kurumların aracılığıyla edinilmektedir.

İdeoloji, toplumun belirli hedeflere ulaşabilmesini sağlamakta kullanılabileceği gibi, statükonun korunmasında, sorunlara çözüm yolları bulmasında engelleyici bir unsur olarak da kullanılabilir (M. Mutlu, 2003: 44). Seçkinler iktidarlarını kamusal söylemin türlerini ve üslubunu belirlemek yoluyla kurmaya çalışmaktadır (Van Dijk, 2005: 322).

İdeoloji, etkileri bakımından gerçek bir maddi güç, bir mücadele alanı ve kazanılacak bir ödül olmaktadır (Hall, 2005a: 92).

Aristo (2010: 8-9), yönetilen ve yöneten arasında zorunlu bir ilişki olduğunu söylemektedir. Yöneticilerin doğasında yönetme, efendilik olduğunu, zekasıyla ileriyi görebildiğini, kölenin ise beden gücüyle bunu yapamayacağını bu nedenle iki kesim arasında net bir ayrım ve bir çıkar ilişkisi olduğunu belirtmektedir. O'na göre insan doğası gereği siyasal bir hayvandır. Bu muhakkak ki elitist bir yaklaşımdır.

Osmanlı'da 16. yüzyıl düşünürlerinden Kınalızade Ali'ye göre de yönetici her zaman yönetici olmalıdır. İnsanlar yaradılışları gereği kendilerine benzeyenlerin emir ve yasaklarına uymaktan kaçınırlar. Bunun sonucunda kargaşa ve anarşi çıkar. Bu nedenle yönetenlerin soylu kişiler olması fitnenin ortadan kalkmasını sağlar (Oktay, 2011: 497).

Demokrasilerde iktidar, bireyin ve sivil toplumun üstünde ya da karşısında durmamaktadır. Bireylerin etik yeterlikleri ve toplumsal hareketlerin örgütlenmesi, hükümet aracının eşit uzunluktaki iki ayağıdır (Kejanlıoğlu, 2004: 133).

Kapitalist toplumda, hakim sınıfların otoriterleri, bu sınıfların halk karşısında sorumlu olmalarından kaynaklanmaktadır. seçme ve seçilme mekanizmaları bu sınıfların düzenli olarak çoğunluğun iradesine ya da rızasına teslim olması, iktidarın çıkarlarının, çoğunluğun genel çıkarlarıyla aynı hizaya getirilebilmesi gerekmektedir (Hall, 2005a: 116).

Seçmen eğilimlerinin rasyonel alandan uzak olması, siyasi partilerin lider kararlarının etkisinden kurtulamaması, cemaat ve ideolojik grupların etkinliği gibi noktalardan bakıldığında, günümüz Türkiyesi'nde de halkın direkt ya da sivil toplum aracılığıyla, yönetme yetkisini tam anlamıyla paylaştığı söylenemeyecektir. Ancak serbest seçimlerin bir kültür olarak yerleşmesi, demokrasinin en önemli yanı olan halkın iradesinin yönetime temsili olarak yansıması, siyasi partilerin toplum içindeki kabulünün ya da iktidar hakimiyetinin, rızaya dayalı bir anlayışla geliştiğini göstermektedir.

Bu bölümde, Türkiye'deki siyasi hareketler, siyasi temsildeki ağırlıklarını kaybetmeyen ideolojiler ve partiler üzerinden incelenmeye çalışılmıştır. Çok partili hayata geçişten bu yana Türkiye toplumunda her zaman karşılık bulmuş olan Muhafazakârlık-İslamcılık (İslamism), Ulusalcılık-Kemalizm (laiklik) ve milliyetçilik tarihsel süreci ve mevcut durumu başlıklar halinde ortaya konmuştur.

3.1. Muhafazakârlık ve İslamcılık

Avrupa'da 1789 Fransız Devrimi ile başladığı kabul edilen muhafazakârlığın İngilizce karşılığı "Conservatism"dir. Bir ideoloji olarak nitelenemeyeceği konusunda görüşler olsa da, var olanı, insanın binlerce yıllık tecrübesiyle elde ettiği kazanımları, eskiden geleni, geleneği bir anda silip yok etmeye karşı çıkan yani onu korumak isteyen muhafazakârlar, bu yüzden yepyeni bir düzen getirdiği iddiasında olan Fransız Devrimi'ne ve aydınlanmaya karşı durmuştur.

İngiltere'de siyasetçi ve teorisyenlerin ayakları üzerinde durmasına imkân sağladığı muhafazakârlık, din, aile, gelenek gibi kurumlar üzerinde yapılacak değişimleri ihtiyatla karşılamakta, insan aklının dünyayı algılamakta ve değiştirmekte tek başına yeterli olmayacağı görüşü üzerine temellenmektedir.

Günümüzde muhafazakârlık, sosyalizm ve liberalizm ile birlikte dünyada hâkim olan önemli ideolojilerden birisidir. İnsanlığın ve toplumların birikimlerinin yok edilmesi konusunda hassasiyetleriyle tanınan muhafazakârlar, postmodernizm ile birlikte daha da güç kazanmış ve önemli bir siyasi kimlik olarak var olmaya devam etmektedir. Son yıllarda ABD'de Neo-Con'lar olarak tabir edilen Yeni Muhafazakârlar, muhafazakârlığın farklı bir yorumu olarak çıkarken Türkiye'de de Neo-Osmanlıcı olduğu iddia edilen ve önemli bir toplumsal desteğe sahip olan Adalet ve Kalkınma Partisi, muhafazakârlık ile demokrasinin birlikteliğinden bir siyasi kimlik tanımı yapmıştır.

Sağ gelenekte sık kullanılan bir kimlik tanımı olması, 2002 yılından bu yana siyasal İslam ile muhafazakâr hareketlerin bir çatı altında toplanması, dini ve gelenekleri korumanın muhafazakâr düşünce içerisinde önemli bir yeri olması nedeniyle, bu bölümde muhafazakârlığın temel özellikleri, Türkiye'de muhafazakâr-

sağ siyasetin yaşadığı serüven ve Adalet ve Kalkınma Partisi'nin muhafazakâr siyasette anlamlandırdığı semboller ele alınmıştır.

Muhafazakârlığın ideoloji olup olmadığı konusunda tartışmalar yapılagelmiştir. Yayla (2007), sonu *"izm"* ile biten kavramların ideoloji olarak tanımlandığını ancak burada bir ayrım yapılması gerektiğini feminizm, environmentalizm, nasyonalizm gibi görüşlerin "ideolojimsi", muhafazakârlık, liberalizm ve sosyalizm gibi akımların da ideoloji olarak nitelendirilebileceğini belirtmektedir.

Özipek de (2011: 166-172), muhafazakârlığın siyasete ve devlete mesafeli durduğunu, devletin toplumdaki diğer otorite türlerinin (din, aile, gelenek vb.) sınırlarını zorlayamayacağını vurgulasa da, bunun muhafazakârlığın bir ideoloji olduğu gerçeğini değiştirmeyeceğini ifade etmektedir.

Muhafazakârlık kavramı ilk olarak Fransızca'da ortaya çıkmış, 1818'de Fransa'da çıkarılan yerel bir gazeteye Muhafazakâr ismi verilmiştir. Daha sonra İngiltere'de 1832'de Muhafazakâr Parti adıyla bir parti kurulmuş ve bu kavram yaygınlaşmıştır (Aktan, 2007).

Muller (1997:3), muhafazakârlığı tanımlamak için muhafazakârların korumak istediği kurumlara bakmanın yeterli olacağı görüşündedir. Onların yeri geldiğinde kraliyeti, aristokrat ayrıcalığı, başkanlığa dayalı diktatörlüğü, yüksek vergileri, yeri geldiğinde de anayasal monarşiyi, temsili demokrasiyi ve serbest ticareti savunduğunu belirtmektedir. Yani muhafazakârlar, değişime tamamen kapalı olmasa da, kendilerinden önceki nesilden miras aldıklarını iyilik ya da kötülüğüne, faydalı ya da faydasızlığına fazla odaklanmadan bir anlamda kutsamaktadır.

Şeyhanlıoğlu (2009: 29), muhafazakârlığı zamana ve mekâna göre esneklik ve yerellik göstermekle birlikte, aile, din, gelenek, toplum, yerellik, otorite ve devlete saygı gibi konularda tutarlı bir duruşu olan siyasal bir ideoloji olarak tanımlamaktadır.

Muhafazakârlar, insan gibi toplumun da duyguları ve inançları olduğunu, onu ayakta tutanın dogmalar olduğunu düşünür. Dogmaların gerçekliği ikincil önemdedir, şanlı bir tarih ya da din, toplumu bir arada tutuyorsa kurgulanmış olması bir şeyi

değiştirmez. Bu değerler sıradan insanı bile erdemli olmaya yöneltmektedir (Özipek, 2011: 111).

Baker'e göre (2013: 101) muhafazakâr; geçmişin değerlerini korumayı üstlenen biri değil, sahip olduğu, içinde yaşadığı değerleri gelecek kuşaklara dayatan biridir. Muhafazakâr çocuklarının kendi bildiği, yaşaya geldiği değerlere göre yaşamalarını ister. Bu açıdan muhafazakâr geleceğin yenilik ve başkalığından endişe duyar ve kendisini bu tehlikelere karşı korumaktadır.

Atay, (2013: 173), gelenekçi muhafazakârların amacının, bugün içinde geçmişi değil, geçmişin katkısıyla geleceği inşa etmek olduğunu, dolayısıyla modernleşmeye değil, geleneksiz modernleşmeye karşı olduklarını belirtmektedir.

Muhafazakâr düşüncenin ortaya çıkışı 1789 Fransız Devrimi ve O'nun başlattığı modernizme dayanmaktadır. Muhafazakârlık kendisini modernizme karşı konumlandırır (Bora ve Onaran, 2013: 234). İngiliz Siyasetçi Edmund Burke'ün *"Fransız Devrimi Üzerine Düşünceler"* (1790) isimli eseri başlangıç noktası kabul edilmektedir (Şeyhanlıoğlu, 2009: 5).

Fransız Devrimi ve Sanayi Devrimi sonrası bireye yapılan aşırı vurgu, özgürleştirme, aklı kutsallaştırma, muhafazakârların savunduğu toplumsal ve dini değerleri aşındırmaya başlamış ve çocuğun aileye, topluma, adetlere karşı çıkışını, hatta kendi bedenine zarar vermesini özgürlük kapsamında görmüştür.

Muhafazakâr, insan aklının sakat olduğunu, geçmişi bir tarafa bırakarak mükemmelleşemeyeceğini savunur (Özipek, 2011: 65-66).

Türkiye'de muhafazakârlık tartışmaları Cumhuriyet ile birlikte özellikle din temelli karşı çıkışlar ekseninde yoğunlaşsa da, Osmanlı modernleşmesinin başladığı dönem muhafazakâr düşüncenin de filizlendiği yıllardır. Duraklama döneminde Padişah 4. Murat'a sunduğu risalede Koçibey, değişen savaş şartlarıyla birlikte tımar sisteminin terk edilmesini eleştirmekte ve vakıflaştırılan toprakların savaşan gazilerin hakkı olduğunu söylemektedir (Belge, 2013: 94). Eskiye öykünen Koçibey, askerlerin

geçmişteki başarılarını düşünerek eski düzene dönülmesi halinde, başarıların yeniden gelmeye devam edeceğine inanmaktadır.

Bora ve Onaran ise (2013: 237-239) Osmanlı'da modernleşme ve muhafazakârlık kavramlarının birbirinin karşıtı değil besleyeni olduğunu söylemektedir. Bir taraftan çöküşten kurtulmak için batı modernleşmesine kapılarını açan Osmanlı, bir yandan da bunun geleneksel öğelerle ne kadar örtüştüğünü savunarak hem modern hem muhafazakâr bir çizgi üzerinde yürümüştür.

Fakat bu örtüştürme kolay olmamıştır. Özellikle İslam dininin Batılılaşma karşısındaki direnişi ile milliyetçilik dalgalarının imparatorluğu yıkmasını engellemek için yapılan reformlar, (Tanzimat, Islahat, Meşrutiyet) şiddetli tartışmalara neden olmuştur. Yabancı azınlıkların Osmanlı vatandaşlarıyla eşit haklara sahip olmasını öngören yasa taslağını meclise getiren, yenilikçi Mustafa Reşit Paşa'ya; *"bu şeriata uygun mu?"* sorusu sorulmuş, *"bunun şeriatla ilgisi yok"* cevabını veren Paşa, görevinden alınmıştır. Ulema, yasayı *"küfür"* olarak yorumlamıştır (Temperly'den akt. Tezel, 2013:30-31).

Osmanlı İmparatorluğu'nu ayakta tutabilecek formülün bulunması için maddi ve manevi dönüşümün nasıl olacağıyla ilgili fikirler ortaya çıkmış, ülkenin geri kalmasını dine bağlayan Batıcılar, kurtuluşun Türklüğü üst kimlik kabul etmekte olduğunu düşünen Milliyetçi-Türkçüler ile Osmanlı bakiyesi toplumları dinin bir arada tutacağını düşünen Ümmetçiler belirginleşmiştir.

Cumhuriyet'i kuran kuşak, bir yandan tam imparatorlukçu, saltanatçı, dini referans edinen, Abdülhamit dönemi okullarında yetişmiş bir yandan da devleti kurtarmak için Batı'ya gitmiş, O'na hayran kalmış, reform okullarının çocukları olarak tanımlanmaktadır (Tezel, 2013, 28). Cumhuriyet'in başta laiklik gibi birçok konuda yaşadığı çatışma, bu iki neslin ve dünya görüşünün çatışması olarak değerlendirilmektedir.

Zürcher (2013: 41) İttihat ve Terakki'nin Jöntürk yazar ve siyasetçilerinin ana gövdesinin, aydınlanma ve Fransız devrimi geleneklerine sıkı sıkıya bağlı insanlardan

oluştuğunu, daha sonra Kemalistlerin de bu otoriter ve elitist bakışı paylaştığını anlatmaktadır.

"*Devletin dini İslam'dır*" hükmünün anayasadan çıkarılması yeni devletin meşruiyeti konusunda net bir kırılmaya yol açmıştır (Tezel, 2013: 25). Cumhuriyet'in ilanı sadece siyasi bir rejim değişikliği değil Osmanlı mirasının toplumsal, siyasal, kültürel ve ideolojik olarak tamamen reddini içermektedir (Çiğdem, 2013: 16-17). Kemalist yönetici kadrosu, milli olmayan (Arap harfleri, hilafet, din vb.) ölü geleneklerin, İslam öncesi Türklüğe geri dönülerek değiştirilmesi için siyasi ve sosyal temelleri hazırlamıştır (İrem, 2013: 117).

Bu devrimler, Huntington'ın (2006: 44) Türkiye'yi tanımlamak için kullandığı *"bölünük ülkeler"* ifadesini destekleyen bir ayrışmaya zemin hazırlamış, devrimci ve Osmanlı mirasını reddeden yönetici elite karşı, dinine, geleneklerine sahip çıkan muhafazakâr bir halk ortaya çıkarmıştır. Özipek (2013: 80), bu süreçte toplum ve devlet yapısındaki değişiklikleri, *"herhangi bir Amerikan ya da İngiliz muhafazakârının dehşete düşeceği nitelikte devrimler"* şeklinde tanımlamaktadır.

Yeni Türkiye'nin muhafazakârlıkla sürekli çatıştığı düşüncesinin temeli, muhafazakârlığın genellikle dinsel gelenekçiliğe indirgenmesine dayanmaktadır (Gökmen, 2013: 133). Cumhuriyetçi elit, devrimlerden rahatsız olan ve Yahya Kemal gibi isimlerin temsil ettiği gelenekçi kesimler *"maziperest muhafazakârlar"* olarak ötekileştirmiş ve kendi inkılâpçı, ilerici kimliğini kanıtlama yoluna gitmiştir (Bora ve Onaran, 2013: 250).

Çok partili hayata geçiş denemelerinde kurulan partiler de programlarında liberal vurgular yapmalarına rağmen Terakkiperver Cumhuriyet Fırkası'nda olduğu gibi *"saltanatın yeniden inşası ve dine dayalı siyaseti kışkırtmak"* şeklinde ideolojik suçlamalara muhatap olmuştur. Parti muhafazakâr değil *"tehlikeli gericiler"* olarak ötekileştirilmiştir (Zürcher, 2013: 50-51). Daha fazla radikal değişikliğe karşı çıkan muhafazakâr bir damarı da yok değildir ve parti bu damar ve gerici algı nedeniyle kapatılmıştır.

Muhafazakâr ideolojiyle hiç ilgisi olmamasına rağmen muhafazakâr kesimlerin ilgi göstermesi nedeniyle Serbest Fırka da kendini feshetmek zorunda kalmıştır.

Demokrasi tecrübesine daha ciddi bir katkı yapan Demokrat Parti de, Türkiye'de *"muhafazakâr-tutucu"* damgası yiyerek darbe ile kapatılan bir diğer parti olmuştur. DP, 1950 yılında iktidara geldikten sonra bir devrim projesi uygulamamış, hatta ezanı Arapçaya çevirdikten sonra *"Atatürk'ü Koruma Kanunu"* çıkararak Kemalist düzenle çatışmayı en aza indirgemeye çalışmıştır. Şeyhanlıoğlu, (2009: 208-209), Menderes'in otoriterleşme eğiliminde olduğu iddialarını güçlendiren uygulamaların yanı sıra İmam Hatip Okulları açılması, okullarda din dersinin başlaması, radyodan kuran okunması, dini cemaatler üzerindeki baskıların hafifletilmesi gibi uygulamalar nedeniyle siyasal muhafazakârlığa yakın durmaya çalışan bir parti olduğunu, kapatılmasında bu uygulamaların da etkisi olduğunu ifade etmektedir. Ancak parti kimliğinde muhafazakârlığın yanında liberal duruşun ciddi bir ağırlığı vardır.

1960'lardan itibaren milliyetçi-muhafazakâr entelektüeller Aydınlar Ocağı çevresinde bir araya gelerek Türk-İslam sentezi düşüncesini geliştirmeye çalışmıştır. Sola karşı sağdaki fikri hareketlenmenin örneklerinden biri olan Aydınlar Ocağı, anti-komünist duruşun temsilcisi olmuş, üniversitelerde bulduğu desteğin de etkisiyle 1980 askeri darbesinden sonra siyaset ve bürokraside etkin bir yere sahip olmuştur (Akarçay, 2008: 164)

Türkiye'de 1950'den itibaren yapılan seçimlerin sonuçlarına bakıldığında, muhafazakâr-sağ siyasetin egemenliği göze çarpmaktadır. Toplum muhafazakârlıktan yana tavır alırken, bu genel sağ eğilime karşın muhafazakâr partiler modernliğe karşı olmamıştır. (Akarçay 2008: 168-169). Ekonomik anlamda modernleşme ve refah arzusu bu birlikteliği açıklamaya yardımcı olmaktadır.

1970'lerle birlikte Demokrat Parti geleneğini Adalet Partisi temsil etmiş ve muhafazakâr-sağ söylem darbeye rağmen halkta karşılık bulmuş fakat Süleyman Demirel'in yeni bir söylem üretmekten öte popülist bir siyaset tarzını takip etmesi partinin kimlik sorunu yaşamasına neden olmuştur (Çaha, 2006: 11).

Türkiye'de İslamcı hareketler de muhafazakâr düşüncenin temsilcileri olmuştur. Geleneği yani İslam'ı muhafaza konusunda, tavizsiz bir anlayışla İslam dinini müritlerine aktaran Said-i Nursi, Süleyman Hilmi Tunahan ve Mehmet Zahit Kotku gibi isimler siyaseti her zaman etkilemiş ve bu cemaatlere yakın kesimler siyasi partilerin içinde yer almıştır (Taşkın, 2013: 193).

Serbest Fırka ve Terakkiperver Cumhuriyet Fırkası tecrübelerinden sonra İslamcı partiler de ortaya çıkmıştır. 1946'da kurulan İslam Koruma Partisi ile Cevat Rifat Atilhan'ın 1951'de kurduğu İslam Demokrasi Partisi ilk örnekler olurken, Demokrat Parti ve Adalet Partisi çatısı altında örgütlenen İslamcı kesim, Necmettin Erbakan önderliğinde 1969'da Milli Nizam Partisi'ni kurmuş, parti 1971'de kapatılmıştır (tbmm.gov.tr). Parti yeni ismiyle Milli Selamet Partisi olarak 1973'te iktidara ortak olmuştur (Çarkoğlu ve Toprak, 2006: 15). 1980 yılında darbeye zemin hazırlayan bir odak olarak görülen parti kapatılmış, sonrasında siyasi yasakların kalkmasıyla 1983'te Refah Partisi adıyla yeniden siyasete giren Erbakan ve İslamcı hareket, 1995 yılında seçimden birinci parti olarak çıkarak ilk kez İslam referanslı bir partiyi sistemin en büyük partisi haline getirmiştir (Çarkoğlu ve Toprak, 2006: 15).

Refah Partisi'nin kapatılmasının ardından 2001 yılında kurulan Fazilet Partisi de kapatılmış ve bu hareketin içinden *"yenilikçi"* ve muhafazakâr demokrat kimliği benimseyen olan Adalet ve Kalkınma Partisi çıkmıştır.

1980 sonrası merkez sağ siyasetteki yeni açılımlar, Özal dönemindeki ANAP tarafından gerçekleştirilmiş (Çaha, 2006: 13), parti liberal değerleri öne çıkarmış ancak programında milliyetçilik ile milli ve manevi değerlere bağlılığı en temel ilkeler arasında göstermiştir. ANAP, ekonomik gelişmede özel girişimi esas alan, ülke kalkınmasına önem veren bir parti olmuştur (ANAP Programı, 1983: 17-18).

Muhafazakâr-Liberal bir parti olarak tanımlanabilecek ANAP'ın programında maddi ve manevi kalkınmanın birlikte gerçekleşeceğine yapılan vurgu ve bu paralelde okullarda dini eğitim verilmesinin zorunluluğuna olan inancın ifadesi dikkat çekmektedir (ANAP Programı, 1983: 21):

"Yüksek ahlak sahibi bir nesil yetiştirilebilmesini teminen, devletin ilk ve orta öğretim kurumlarında dini eğitim ve öğretim yapılması için gerekli tedbirleri almasını zorunlu görürüz".

Taşkın (2013: 208), Türk siyasetine damgasını vuran Turgut Özal'ın da Nakşibendî tarikatı önderi Mehmet Zahit Kotku'ya yakınlığı olduğunu, Kotku'nun teknik yönü güçlü insanlara yatırım yapması için Özal'a tavsiyelerde bulunduğunu, kalkınmacı bir anlayışta olduğunu ifade etmektedir. Fakat Özal'ın modernizm içinde muhafazakârlara yer açma girişimi, bu kesimin devlet ve iktidar sorunsalıyla yüzleşememesi nedeniyle akamete uğramış, İslam'ı referans alan proje, siyasette çok da başarılı olamamıştır (Taşkın, 2013: 213).

Muhafazakâr sağ siyasetin 1980 sonrası dönemde temsilcilerinden biri olan DYP'ye siyasi kimliğini kazandıran ise Tansu Çiller olmuştur. Merkez sağın misyonuna uygun olan *"daha çok toplum, daha az devlet"* söylemini kullanmış, 1998'de ikinci demokrasi programını yayımlamış, 1983'teki parti programını büyük ölçüde değiştirmiştir. İkinci demokrasi programı 2001 yılında yeniden köklü biçimde değişmiş ve 4 farklı kimlik ortaya koymuştur. Partinin liberal, milliyetçi, muhafazakâr ve demokrat olduğu vurgulanmıştır (Çaha, 2006: 12-13).

Cumhuriyet Devrimlerinin, bastırmak isterken diyalektik ilişkiyle başlı başına bir ideoloji haline getirdiği Türkiye muhafazakârlığı, çok partili siyasal yaşamın kökleşmeye başlamasıyla iktidara da gelmiş, birçok seçimden başarıyla çıkmıştır. Muhafazakâr-sağ siyasetin temsilcileri ağırlıklı olarak liberal kimliği benimsemiş, İslam'ı referans alan partiler de kurulu düzenle çatışmama adına ya merkez sağdaki partilerin içinde var olmuş ya da sürekli kapatılma tehlikesiyle karşı karşıya kalmıştır. 28 Şubat sürecinden iki kez kapanarak çıkan Milli Görüş Hareketinin partileri, 2001 yılında yenilikçi bir hareketin ortaya çıkışıyla ilk kez bölünmüştür. İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanlığı döneminde yaptığı çalışmalar ve okuduğu şiir nedeniyle cezaevine girmesinin ardından karizmatik bir lider olarak dikkat çeken Recep Tayyip Erdoğan önderliğindeki hareket, daha sonra partileşmiş, Adalet ve Kalkınma Partisi kurulmuştur. Erdoğan partinin kimliğinin muhafazakâr demokrasi

olduğunu açıklayarak sadece muhafazakâr kesimin değil merkez sağın oylarının da talibi olduğu mesajını vermiştir.

Türkiye'de muhafazakârlığın ayrı bir siyasi akım olarak belirginleşmediğini ifade eden Özipek (2013: 82) demokrasinin tüm kurumlarıyla yerleşmediği ve cumhuriyet devrimlerinin anayasal koruma altında olması nedeniyle eleştirilememesi gerekçesiyle muhafazakârlıkla demokrasinin bir siyasi kimlik olarak bir araya gelişinin başlangıç açısından bir gelişme olarak dile getirilmekten öteye gidemeyeceğini belirtmektedir (Özipek, 2013: 83).

Kemalist retoriğin önde gelen temsilcilerinden Atilla İlhan, Türkiye'de kurulmuş neredeyse tüm muhafazakâr partilerin liberallik kisvesini kullandığını, hâlbuki liberalizmin muhafazakârlığa karşı olduğunu anlatmaktadır. İlhan Türkiye'ye has bu durumun, açıkça ifade edilemeyen, örtülü bir anti-Kemalizm olduğunu savunmaktadır (Baker, 2013: 101).

Batıda muhafazakârlık toplumdan siyasete, değişimden geleneğe kadar çok boyutlu görüşler içeren köklü bir siyasal çizgiyi ifade ederken Türkiye'de genelde değişime direnen ve statükocu çizgide değerlendirilmektedir (Akdoğan, 2004:20).

Çiğdem (2013: 18), Cumhuriyet muhafazakârlığının hep reformist bir yanı olduğunu belirtmekte, hatta muhafazakâr-sağ iktidarların zaman zaman kendi tabanını yıpratan uygulamalara imza atarken, sol iktidarların daha muhafazakâr bir pozisyonda kalabildiğini anlatmaktadır.

Adalet ve Kalkınma Partisi'nin kuruluşuyla birlikte yeni bir siyasi kimlik literatüre girmiştir. Recep Tayyip Erdoğan'ın *"Cumhuriyetin temel nitelikleri etrafında, laikliği demokrasinin teminatı sayan bir parti"* vurgusu yaparak açıkladığı Muhafazakâr Demokrasi kavramı (Akdoğan, 2004: 12), siyaset dünyası ve akademik alanda yeni bir tartışma başlatmıştır. Akgün (2006: 26), Dünya siyaseti ve sosyal bilim literatüründe Muhafazakâr Demokrasi şeklinde bir siyasi kimlik kategorisi olmadığını, bu kimliğin Batı'daki karşılığının Hıristiyan Demokratlar örnek gösterilerek Müslüman Demokrat olabileceğini belirtmektedir.

Fakat gerek Recep Tayyip Erdoğan gerekse bu kimliğin ortaya çıkmasını sağlayan siyasi başdanışmanı Yalçın Akdoğan, dini referans alan değil, dini, ailevi ve geleneksel değerlerden yola çıkarak geleceğe bakmaya çalışan, dolayısıyla muhafazakârlığı, günümüzün önemli değeri demokrasiyle sentezlemeye çalışan bir siyasi düşünceye sahip olduklarını belirtmektedir. Akdoğan'ın partinin kimliğini ayrıntılı bir şekilde anlattığı *"Ak Parti ve Muhafazakâr Demokrasi"* adlı kitabında, neden bu kavramın tercih edildiğiyle ilgili bilgi vermektedir.

Muhafazakâr demokrasi kimliğini seçerek, Ak Parti'nin din-siyaset, gelenek-modernlik ve din toplum gibi gerilimleri sağlıklı bir zemine oturtmayı, Türk siyasetinde muhafazakârlığı, başlı başına bir partinin kimliği haline getirerek bir ilki başarmayı amaçladığını anlatan Akdoğan (2004: 18-19), ideoloji, etnik kimlik ve belli bir dini inancı dayatmayan bir anlayışa sahip olduklarını vurgulamaktadır.

Akdoğan'a göre, muhafazakâr demokrat siyasi kimliğin temel özellikleri şunlardır (2004: 15-16):

- Muhafazakâr demokratlık, devrimci değişim anlayışına karşı doğal bir süreç şeklinde işleyen tedrici ve aşamalı bir değişim anlayışına dayanır.

- Muhafazakârlığın geleneksel yapıyı totaliter devrimci müdahalelere karşı koruyan ve tarihi kazanımları geleceğe yansıtmaya çalışan potansiyeli önemlidir.

- Muhafazakâr demokratlık, halk egemenliğine dayanan siyasal meşruiyet ile anayasallığa ve evrensel normlara dayalı hukuki meşruiyeti önemser.

- Muhafazakâr demokratlık sınırlandırılmış ve tanımlanmış bir siyasal iktidardan yanadır. Dayatmacı ve baskıcı bir hal alan otoriter ve totaliter anlayışları kabul etmez.

- Devlet asli fonksiyonlarına çekilmiş küçük ama dinamik ve etkili bir devlet olmalı, vatandaşını tanımlayan, biçimlendiren, ona tercihler dayatan değil, vatandaşın tanımladığı, denetlediği bir devlet olarak hizmet verir

- Muhafazakârlık radikalizmi ve toplum mühendisliğini reddeder.

Demokrasi ve din ilişkisini de değerlendiren ve muhafazakârlığın dini geleneğin bir parçası olarak gördüğünü anlatan Akdoğan, İslam dini ile demokrasinin hiçbir çelişkisinin olmadığına dikkat çekmektedir (2004: 81):

> *"İslam'da kulun kul üzerindeki tahakkümünün reddi esastır. Tevhid tam da demokrasinin bir idealine göndermedir. Çünkü demokraside eşit oy, katılım, seçim ve hukukun üstünlüğünü koruyarak kulun kul üzerindeki tahakkümüne son verir".*

Recep Tayyip Erdoğan'ın *"Milli Görüş gömleğini çıkardık"* söylemi İslamcı kimliğini bir kenara bıraktığının işareti olarak görülmüştür (Akgün, 2006: 27). Ancak bu değişim ilk yıllarda iktidar uğruna yapılmış bir manevra olarak algılanmıştır. Akgün (2006: 27), 28 Şubat tecrübesinin parti yönetiminin kendi iç dünyasındaki muhasebe sonucu İslamcılığın dindar kesimlere zarar verdiği şeklinde yorumlandığını, bu nedenle muhafazakâr demokrasi kimliğine bir yönelme olduğunu ifade etmektedir.

Çaha da Ak Parti'nin yöneticilerinin Muhafazakâr-İslamcı geçmişine karşın programında liberal demokrat bir görüntü sergilediğini partinin siyasal kimliğinin, uluslar arası normlar, geleneksel değerler ve Cumhuriyet ile birlikte hayata geçirilen seküler değerlerden oluştuğunu ifade etmektedir (Çaha, 2006: 16-18).

Tüm bu tartışmalar, seçim sonuçlarıyla birlikte daha da anlam kazanmaktadır. Türkiye'de 1950'den günümüze kadar seçim sonuçlarına bakıldığında Türk seçmeninin yüzde 65'inin sağ partilere oy verdiği görülmektedir. Seçmenin yüzde 30'u kendisini siyasi olarak tamamen muhafazakâr, yüzde 40'ı da muhafazakârlık açısından *"ortada"* görmektedir (Akgün, 2006: 30-31).

Ak Parti, merkez sağ siyasetin çöktüğü ilk seçimde çevre ile merkezi uzlaştırma vaadiyle iktidara gelmiştir (Akdoğan, 2004: 138). Ak Parti'ye oy veren ya da partililer üzerinde yapılan bir araştırmada, oy atan ya da parti üyelerinin kendilerini sırasıyla muhafazakâr demokrat, milliyetçi muhafazakâr, sosyal demokrat ve İslamcı şeklinde tanımladıkları belirlenmiştir (Akdoğan, 2004: 107). Yani Ak Parti sadece dindarların değil merkezdeki hatta sola yakın seçmenin de oy verdiği bir parti olmuştur.

Türkiye'de yapılan siyasi eğilim araştırmalarının sonuçları da, Ak Partinin aldığı oy ile orantılı olarak kendisini muhafazakâr ve ılımlı muhafazakâr olarak tanımlayanların sayısında artış olduğunu göstermektedir.

Tablo 7: Türkiye Sosyal – Siyasal Eğilimler Araştırması

Siyasi Eğilim	Muhafazakâr	Ilımlı muhafazakâr	Milliyetçi	Cumhuriyetçi Kemalist	Ulusalcı	Sosyal demokrat	Liberal
2009	% 15,6	% 4,9	%27,3	%23,4	%1,8	%10,7	%0,8
2012	% 22,4	% 14,9	%17,5	%15,9	%2,9	%12,1	%1,7

Kadir Has Üniversitesi tarafından 2013 yılında yapılan araştırmada, katılımcılar, *"Kendinizi hangi siyasi görüşe yakın buluyorsunuz?"* şeklinde yöneltilen soruya; yüzde 37,3 oranında muhafazakâr ve ılımlı muhafazakâr cevabını vermiştir. Ilımlı Muhafazakârların oranında 3 yıl içinde yaklaşık yüzde 300 artış meydana gelirken, muhafazakâr kimliğe sahip olduğunu söyleyenlerin sayısında da yine yaklaşık yüzde 50 artış olmuştur (Türkiye Sosyal-Siyasal Eğilimler Araştırması-V, 2013).

2016 yılında yapılan araştırmada ise kendisini muhafazakâr ve dindar olarak tanımlayanların oranı yüzde 35,4 olarak belirlenmiştir. Ak Parti'nin kendisini tanımlamak için kullandığı Muhafazakâr Demokrat kimliğin, parti kurulmasından sonra seçmen gözünde bir yere oturtulduğu görülmektedir.

2002'de yüzde 34, 2007 yılında yapılan seçimde yüzde 46,6 oy ile yeniden iktidar olan Ak Parti, 12 Haziran 2011'de yapılan genel seçimde ise oyunu yine yükselterek yüzde 49,8 ile üçüncü kez hükümet olmuş ve siyaset tarihinde bir ilke de imza atmıştır. 2015 yılında oylarını düşüren ve iktidardan düşen parti kısa süre sonra yapılan 1 Kasım 2015 seçiminde yeniden iktidar olmuştur.

Sosyolojik olarak bakıldığında, Özipek'in (2011: 141), Ünlü Muhafazakâr Brownson'dan aktardığı *"bir insanı mutlu etmek istiyorsan, onun mallarını arttırmaya değil, talebini azaltmaya çalış"* sözüne karşın refaha, aşırı zenginliğe mesafeli durması beklenen muhafazakâr siyasetin sürekli refah seviyesini, insanların alım gücünü

arttırmaya çalışarak liberal çizgiye kaydığı görülmektedir. Seçim başarılarının arkasında yalnızca toplumsal bir kimliğin temsili değil ekonomik gelişme ve alt yapı yatırımlarındaki başarılar da muhafazakâr siyasetin tutuculuktan uzak olduğunun işareti olarak değerlendirilmektedir.

Ak Parti'nin yakaladığı bu seçim başarılarının ardından üçüncü döneminde izlediği siyasetin yönünü değiştirdiği görülmüştür. İlk ve ikinci döneminde liberal bir söylem geliştiren, demokrasi vurgusu fazla bir siyaset dili kullanan Recep Tayyip Erdoğan'ın muhafazakâr tabanda "zayıf kalındığı" eleştirilerine konu olan din, eğitim, manevi değerler, aile ve gelenek gibi konularda ardı ardına uygulamalar hayata geçirilmiştir. Bunlardan en önemlisi eğitim sistemindeki değişikliktir. 28 Şubat döneminde kapatılan İmam Hatip Liseleri'nin orta kısımları, 2012 yılında çıkarılan 12 yıllık zorunlu eğitimi getiren kanunun TBMM'den geçmesiyle yeniden açılmıştır (resmigazete.gov.tr). Diğer yandan dini eğitimin ve dindarların eğitim almasının önündeki engeller kaldırılmıştır. 2011 yılında Yüksek Öğretim Kurulu'nun (YÖK), üniversitelere gönderdiği ve derse girmek isteyen öğrencinin sınıftan çıkarılamayacağını belirten genelge ve üniversite kaydında öğrencilerin başı açık fotoğraf verme zorunluluğunun kaldırılmasıyla başörtüsü yasağı da kalkmıştır (Benli, 2011: 302).

Başbakan olduğu dönemde Erdoğan'ın, 2012 yılında sarf ettiği *"dindar bir nesil yetiştireceğiz"* sözleri (hürriyet.com.tr) tartışmalara neden olmuştur. Kürtaj ve sezaryenin önüne geçilmesine yönelik açıklamalar, uygulamalar, 2013 yılında da alkol satışını düzenleyen yasa çıkarılması, sol ve Kemalist kesimde tepkilere neden olmuştur. CHP Grup Başkan Vekili Muharrem İnce, üniversitede başörtüsü yasağını kaldıran genelgeyi *"beş yıl sonra türbansızlar için (derslerde) tutanak tutulursa şaşmayın"* ifadelerini kullanmıştır (radikal.com.tr). 2013 yılı Haziran ayında İstanbul-Taksim'de başlayıp tüm Türkiye'ye yayılan Gezi Parkı Olaylarının Ak Parti'nin muhafazakâr uygulamalarından kaynaklandığı ifade edilmektedir. Bayhan, Gezi parkı eylemlerinin Türkiye'deki kültür çatışmasının dışa vurumu olduğunu dile getirmektedir (2014: 52):

"Birbirini ötekileştiren laik ve İslamcı, Alevi ve Sünni, Türk ve Kürt vb. kitlelerin zemin bulduklarında "kültürel haçlı seferlerini" başlatmaları gecikmemektedir. Küreselleşme bağlamında 11 Eylül eylemleriyle ortaya çıkan İslamofobia, nasıl Batı ile Doğu ülkeleri arasında çatışmanın ve "ötekileştirmenin" temeli olarak sürüyorsa; Türkiye'de de İslamofobia Türkiye'nin geçirdiği kültürel değişim sürecinde laik ve İslamcılar arasındaki ayrımlaşmada başat rol oynamaktadır. İktidara gelen, kendini muhafazakâr demokrat olarak tanımlayan ve liberal ekonomi-politika uygulayan AKP'nin İslam temelli muhafazakâr yaşam tarzını tüm topluma teşmil edeceği korkusunu taşıyan laikler ile kendilerini muhafazakâr olarak tanımlayanların önceki iktidarlarca kendi yaşam tarzlarına müdahale edildiği kabulü ve korkusu paranoid-şizoid bir toplum oluşmasına neden olmaktadır".

3.2. Kemalizm ve Ulusalcılık

1923'de Cumhuriyet'in kurulmasıyla birlikte Mustafa Kemal ve yakın çevresi yeni devletin Batı normlarına ve kültürüne uygun temellerde yürümesi için radikal bir değişim başlatmıştır. Saltanatın ve hilafetin kaldırılmasıyla başlayan ve birkaç yıl içinde devletin işleyişi ve toplumsal hayat alanında cereyan eden devrimler, Mustafa Kemal Atatürk'ün önderliğinde gerçekleştirildiği için Kemalizm olarak adlandırılmıştır. Kemalist devrimlerin kökenlerinin Osmanlı modernleşmesinde olduğu görülmektedir.

İkinci Meşrutiyet'in ilanıyla birlikte, Osmanlı İmparatorluğu'ndaki tüm etnik gruplar politik gruplar etrafında örgütlenmiştir. İttihad ve Terakki Cemiyeti de Türk kimliği çevresinde milli bir devlet kurmayı benimserken bir yandan da farklı unsurların bir arada tutulması amacıyla Osmanlıcılık politikası izlemiştir. (Şevkli, 2011: 48). Bu politika 1911'de, imparatorluğun can damarı sayılan bazı toprakları hızla kaybetmesiyle yaşanan travmanın ardından İttihad-ı Anasır politikası yerini seküler milliyetçiliğe bırakmıştır. Kaybedilen topraklarda doğup büyümüş olan askeri ve bürokratik elitin devletin yok olması tehlikesine karşı geliştirdiği tepki, Kemalizm'in asabiyesini oluşturmuştur (İnsel, 2011: 17).

Atatürk ve Cumhuriyet elitleri, ulusal kimliği inşa ederken üç eşikten geçmiştir. 1919'dan 1923'e kadar olan dönemde, halk arasında ulusçu bir tutunum bilincinin yaygın olmaması nedeniyle, İslami dayanışmadan yararlanılmıştır. Hatta *"dinin*

siyasete alet edilmesi" yolunda ileriye gidilmiştir (Tunçay, 2011: 92). Bu dönemde Milliyet Müslümanlıkla tanımlanmış ve etnik çoğulculuk benimsenmiştir. Lozan Anlaşmasının imzalanması ve Atatürk'ün İkinci Meclis'i oluşturarak Cumhuriyet'i kurmasıyla, 1924-1929 yılları arasında ulus tanımından, din ve çoğulcu söylem çıkarılmıştır (Şevkli, 2011: 50).

Millî Mücadele döneminde, yabancı yayın organlarında, Mustafa Kemal ve çevresindekileri tanımlamak üzere *"Kemalist"* terimi kullanılırken toplumun hangi yöne doğru ilerleyeceğine işaret eden ekonomik, kültürel ve siyasi bir projeyi anlatacak şekilde Kemalizm, ilk kez Cumhuriyet Halk Fırkası'nın 1931 programında ifade bulmuştur (Köker, 2011: 111).

Kemalizmin ideolojik karakterinin belirginleştiği ilk belge olan 1931 programı, Kemalizmle, cumhuriyetçilik, milliyetçilik, halkçılık, devletçilik, laiklik ve inkılâpçılık ilkelerini özdeşleştirmiştir (Çelik, 2011: 76). Bu ilkeler bizzat Atatürk tarafından Kemalizm olarak adlandırılmıştır (Parla'dan aktaran Yeşilkaya, 2011: 113).

Cumhuriyet rejimi, İkinci Meşrutiyet dönemindeki Türkçülük ve İslamcılık'a karşıtlığını, Türkiye Cumhuriyeti adlandırmasıyla ortaya koymuştur. Pantürkçülerin önerdiği *"Anadolu Cumhuriyeti"* ve İslâmcıların önerdiği *"Türkiye İslâm Cumhuriyeti"* adlandırmalarına tercih edilen bu isim, Kemalizmin milliyet ve ulusa atfettiği anlam açısından önem taşımaktadır (Yıldız, 2011: 210).

Kemalizm, bir modernleşme projesidir. Rasyonalizm ve bilimsel denetime inanan pozitivist bir felsefesi vardır. Bilimsel bilginin, sorunun, Osmanlı'nın yıkılmasının kaynağı olarak görülen geleneksel düşünce ve yaşam üzerinde özgürleştirici etkiye sahiptir. Halkın özgürleşip iradesini kullanabilmesi için tanrının siyasal otoritesi ortadan kaldırılmış, Cumhuriyet'in kurulmasına zemin sağlanmıştır (Parlak ve Yıldırım, 2014: 63).

Bu pozitivist fikirlerin Atatürk ve çevresinde, İttihat Terakki döneminde şekillendiği anlaşılmaktadır. Atatürk, duygularının babası olarak Namık Kemal'i gösterirken, düşüncelerinin babasının ise Ziya Gökalp olduğunu söylemiştir (Şapolyo'dan aktaran Belge, 2011: 33).

İttihat ve Terakki Cemiyeti'nin ideologlarından olan Gökalp, ağırlıklı olarak Durkheim'den etkilenmiştir. O'na göre halk, aralarında çıkar çatışması olmayan, sınıfsız, kaynaşmış grupları ifade etmektedir. Korporatizm olarak nitelenen bu dayanışmacı bakış, Kemalist Cumhuriyet'e devredilen halk kavramını da büyük ölçüde belirlemiştir (Karaömerlioğlu, 2011a: 274). 19. yüzyılın sonunda Fransa'da etkili olan bu görüşleri, eklektik bir şekilde özümseyen Jöntürkler, ruhban karşıtlığı, bilimcilik, elitizm, jakobenizm toplumsal Darwinizm ve milliyetçilik gibi fikirleri Kemalistlere aktarmıştır (Zürcher, 2011: 54).

Kemalizm, muasır medeniyet seviyesini yakalamak için dikey müdahaleye büyük önem vermiştir. Toplumsal yaşamda yapılan birçok radikal değişim ve halka güvensiz bakış, Kemalizmi Jakoben gelenekle yakınlaştırır. Dinin pozitivist yorumunu benimseyen, ateist olmayıp yaradancı (deist) olan Jakoben gelenek ve onun temsil ettiği Fransız Devrimi modeli, Kemalizmin ilk yıllarının önemli bir esin kaynağıdır (İnsel, 2011: 22).

Ateş (2011: 318), okuduğu kitaplara bakıldığında Atatürk'ün inanmış bir Jakoben ve rasyonel bir devlet adamı olduğunu, bu özellikleriyle, çağdaşı olan bu açıdan diğer Osmanlı aydınlarından fazla bir farkı olmadığını belirtmektedir. O'na göre fark, Atatürk'ün üstün örgütleyiciliği, ikna yeteneği ve deha düzeyindeki sezgisidir.

Cumhuriyetin Osmanlı'dan kalan millete çizdiği yönün iki önemli karakteri vardır: Din ile devlet ve toplum arasına konulan mesafe ve zaman zaman ırkçılığa varacak düzeyde bir milliyetçiliğin baskınlığı.

Batı değer ve fikirlerini Osmanlı'dan Cumhuriyet'e taşıyan öncü kadrolar, Ziya Gökalp'ın *"Türkleşmek, İslamlaşmak, Muasırlaşmak"* formülünden yalnızca birinci ve üçüncü kavramları devreye sokmuştur (Yılmaz, 2013: 89). Çünkü ilahi olan evrenseldir ve ulus kavramını dışlar. Buna karşın modernleşme sürecinde ortaya çıkan ulus kavramı tam anlamıyla dünyevidir (Şevkli, 2011: 67). Belge (2011: 35), Atatürk'ün İslamlaşma ifadesinden uzak durmasının sebebini O'nun bir agnostik, yani tanrının varlığının bilinemeyeceği görüşüne sahip olmasıyla açıklamaktadır.

Cumhuriyet elitleri, İslam'ı dışlarken yerine laikliği koymuş ve bunu modern bir din haline getirmeye çalışmıştır (Yılmaz, 2013: 90). Halifeliğin kaldırılmasından, alfabenin değiştirilmesine, tekke ve türbelerin kapatılmasından ezanın Türkçe okutulmasına ve Diyanet İşleri Başkanlığı aracılığıyla dinin denetlenmesine kadar pek çok değişiklik, Kemalizm'in dinsel alan üzerinde kurmaya çalıştığı tahakkümün açık örnekleridir (Parlak ve Yıldırım, 2014: 75).

Belge (2009: 189), Tek Parti döneminde okullarda din ve ahlak dersinin zorunlu hale getirilmesini de, taviz değil laikliğin yerleştirilememesi nedeniyle dizginleri ele alma faaliyeti olarak yorumlamaktadır.

Kemalizm, İslam dışı dinlere de kuşkuyla bakmıştır. Türkçe konuşan ya da Türk olan Ortodoks Hıristiyanları Yunanistan ile mübadeleye tabi tutması bunun göstergesidir (İnsel, 2011: 23).

İktidar mücadelesinden tek adam olarak çıkan Mustafa Kemal'i hem kendisi hem de çevresi planlı bir şekilde öne çıkarmıştır. Falih Rıfkı 1931'de Rusya'dan propaganda teknikleri konusunda dersler getirmiş, Stalin'den etkilenerek, *"Kemalist inkılapların baş işlerinden biri, Mustafa Kemal'i her gün daha iyi tanıtmaktır. Her tarafta, fırka ocaklarında Mustafa Kemal köşesini hemen yapmaya başlamalıyız"* diye yazmaktadır. Bir taraftan heykelleri dikilirken diğer yandan Atatürk merkezli bir tarih yazımı yerleştirilmiştir. *"Mebuslar Cumhuriyeti ilan etti", "Mustafa Kemal Cumhuriyeti ilan etti"* haline getirilmiştir (Ünder, 2011: 143-144).

Osmanlı'dan devralınan kutsal evren laikleştirerek ulusallaştırılırken, paradoksal bir şekilde ulusal evrenin de kutsallaştırılmasına çalışılmıştır. Atatürk'ün bedeni, sureti ve bakışında simgelenen ilahi fanteziyle, ders ya da Atatürk şiirleri kitaplarında kolaylıkla karşılaşılmaktadır. *"Yüce Tanrı'yla müsavi"* tutulması önerilen, *"Türklüğe Allah olan"* (Edip Ayel), "*Göreceksin duruyor kalbimin üstünde putun"* (F. N. Çamlıbel) ifadelerine konu olan Atatürk, kutsallaştırılmış ve O'nun Çankaya'sı, Kemalettin Kamu'nun ifadesiyle Kâbe olmuştur (Yörük, 2009: 316).

1928'den itibaren görülen bu kutsallaştırma hareketi, Atatürk'ü, dinsel bir kişilik, bir resul, hatta bir tanrı haline getirir. Peygamberlerin *"emin olma"* sıfatının Atatürk'te bulunduğunu belirten Yakup Kadri, Atatürk'ün sofrasını, İsa'nın havarileriyle yediği yemeklere benzetir. Yine pek çok şiirde Mustafa Kemal, *"ölüleri dirilten İsa, kavmini esaretten kurtaran Musa, insanlığın ikinci atası Nuh, darda kalanların imdadına yetişen Hızır, dünyayı düzeltecek Mehdi"* gibi resul ya da nebi peygamberlere ya da dinsel figürlere benzetilir (Ünder, 2011: 149).

Dil Kurumu'nun Türkçe sözlüğünde 1960'lara kadar, din maddesinde bu kelimenin mecazi kullanımına örnek olarak, *"Atatürkçülük Türk'ün dinidir"* cümlesinin yer alması (Belge, 2011: 37) bir ara Sultanahmet Cami'nin, resim galerisi yapılmasının, içeriye daha çok ışık girmesi için de kubbesinde delikler açılmasının önerilmesi de (Tunçay, 2011: 95), Cumhuriyetin özellikle ilk on yılında dine karşı umursamaz hatta saldırgan tavrın örnekleri olarak dikkat çekicidir.

Atatürk'ün ölümünden sonra O'nun *"Aziz Hatırası"*nın kült oluşu devam etmiştir. İsmet İnönü, Atatürk'ün, O'nunla ters düşen arkadaşlarını, ölümünden sonra 1939'da *"Atatürk'ün şahsıyla uğraşmak olmayacaktır"* koşuluyla siyasete davet etmiştir (Ünder, 2011: 152). Bu nedenle Kazım Karabekir'in Tan Gazetesi'nde yayımlanan ve Atatürk'ü eleştiren ifadelerin yer aldığı röportajı ilk günün ardından yayımlatılmamıştır (Koçak, 2011: 137).

Bir ideoloji olarak Kemalizm'in din ile ilişkisini ortaya koyduktan sonra uluslaşma sürecindeki milliyetçilik vurgusuna da değinmek gerekmektedir. Kemalist seçkinler, cumhuriyeti kurarken her türlü farklılığı çatışma kaynağı olarak kabul etmiş, birleşilmesi gereken çatının Türklük olduğunu belirtmiştir. *"Tam vatandaş"* olabilmek için herkes Türk olmak ya da Türk gibi hissetmek zorundadır (Yıldız, 2011: 230).

1929-1938 yıllarında Türk milli kimliğinin sınırları inşa edilmiştir. İsmet İnönü milliyetçiliğin yegâne birlik unsuru olduğunu, etnik toplulukların hiçbir nüfuzu olamayacağını ifade ederken Türk vatanı içinde Türk olmayanların behemehal Türk yapılması gerektiğini anlatmaktadır (Şimşir'den aktaran Şevkli, 2011: 69).

Kemalist milliyetçi söylem, devlet ve ulus arasında dikkatli biçimde tasarlanmış bir ilişki öngörmektedir. Ulusal irade devletle ve Tek Parti döneminde partiyle özdeşleştirilmiştir (Çelik, 2011: 84-85). Mustafa Kemal, Kemalist milliyetçiliğin de kurucu ilkesidir, milli varlıkla kaynaşmış, soyut/kutsal bir niteliğe sahiptir (Yıldız, 2011: 211). Kemalizm'in uyguladığı devletçi ve resmi karakterli milliyetçilik, Türkiye Cumhuriyeti'nin bekası için gerekli politikalar bütünüdür (İnsel, 2011: 19).

Geçmiş yani tarih, milliyetçi edebiyatın söylem kaynağıdır. Kemalist milliyetçilik de ihtiyacı olan sembollere ulaşmak için geçmişi sekülerleştirmiştir. İslâm öncesi Türk geçmişi ayıklanıp yeniden inşa edilmiş ve cumhuriyetin üzerine oturacağı *"zenginleştirilmiş"* Kemalist milliyetçilik ortaya çıkarılmıştır (Yıldız, 2011: 212).

Türklerin insanlığın kök ırkını teşkil ettiği, bütün ırkların Adem ve Havvası olduğu kabul edilmiş, Türk Tarih Kurumu öncülüğünde 1932 ve 1937'de tezin bilimsel nitelikli olduğu tescil edilmiştir "Kök ırk" önermesinin yanı sıra, Türkçe'nin de bütün dillerin anası olduğunu ileri süren bir tez sunuldu. 1936'daki dil kongresinde teori resmileştirilmiştir. Bu teoriye göre, ilk insan güneşe tapıyordu. İlk dil güneşle ilişkili bir kökten türemiştir ve bu kök dil ön-Türkçedir. Diğer, bütün diller bu dilin türevleridir. Yayımlanan çok sayıda makalede, Arapça, Farsça, Fransızca ve diğer kelimelerin Türkçe köklerinden nasıl türediği gösterilmeye çalışılmıştır (Yıldız, 2011: 228-229). Bu bağlamda tarih inşasından Osmanlı çıkarılarak önce Türklerin kökenine ardından da Anadolu medeniyetleri olan Hitit ve Sümerlere atıflar yapılmıştır. 1933 ve 1935'de Atatürk'ün talimatlarıyla kurulan Etibank ve Sümerbank'ın isimleri bu tezin somutlaşması olarak değerlendirilebilir.

Türkiye Cumhuriyeti, teorik olarak anayasal bir yönetim olsa da gerçekte otoriter bir siyasal sisteme sahiptir. Yönetme erki, Cumhurbaşkanlığı ve CHP genel başkanlığının yetkilerini taşıması itibariyle sistem içinde tartışmasız liderliğe sahip olan Atatürk ve parti içindeki bir elit grupta toplanmıştır (Duman, 2011: 123).

Toplumsal bir rızayı örgütleyerek hegemonya kurmaya çalışan Kemalizm, paradoksal olarak, toplumda karşılık bulma kaygısı taşımamıştır. Kemalizm, *"halk*

için halka rağmen" bir ideolojidir. Bu nedenledir ki Kemalizm'in taşıyıcısı olan parti ilk serbest seçimde iktidarı bırakmak zorunda kalmıştır (Yeğen, 2011: 61-62). Tek Parti döneminde inkılâp ruhunu halka yaymak amacıyla kurulan kurumların çoğu, yeni düzenle halk arasındaki mesafeyi kapatamamıştır (Çelik, 2011: 88). Kemalizm, özellikle toplumsal – dini alanı yeniden inşa etmede başarısız olarak İslam'ın siyasallaşmasına zemin hazırlamıştır (Çelik, 2011: 90).

Toplumsal olarak karşılık bulmasa da Kemalizm'i önceleyen Batılı, ulusal ve seküler bir devletin kurumsal olarak inşa edilmesi CHP iktidardan düşmeden önce büyük ölçüde tamamlanmıştır. Kemalizm, 1950 seçimi sonrasında daha çok Atatürkçülük adıyla ve bir genel gösteren olarak varlığını sürdürmüştür (Yeğen, 2011: 63-64).

İktidarının ilk yılında Ticani Tarikatı üyelerinin Atatürk heykellerine saldırılarını inkılaplara yönelik olarak değerlendiren Demokrat Parti, 195l'de, *"Atatürk Aleyhine İşlenen Suçlar Hakkında Kanun"*u çıkarmıştır. Bu dönemde, İslâm eğitimde ve kamusal yaşamda yer almaya başlarken, Atatürk bir tanrı mertebesinden, kurtarıcı ve ulu önder olarak partiler üstü bir sembole dönüşmüştür (Ünder, 2011: 153). Buna rağmen CHP ve Kemalist elitlerin DP ve kitlesinin rejime düşman olduğu algısını oluşturması ve Demokrat Parti yöneticilerinin bazı uygulamaları Kemalist bir darbenin zeminini hazırlamıştır.

Kemalizm'in gerek Tek Parti döneminde, gerekse sonraki yıllarda sağ ve sol Kemalizm olarak farklı yorumlarının ortaya çıktığı ve ulusalcılık ideolojisinin bu yorumlardan beslendiği görülmektedir. Günümüzde de varlığını sürdüren farklı Kemalizmlerin kökeni 1920 ve 1930'lu yıllara dayanmaktadır. Bu dönemde, Ahmet Ağaoğlu'nun liberal-Kemalizm anlayışından Mahmut Esat Bozkurt'un sol-milliyetçi Kemalizmine kadar tüm farklı Kemalizmlerin ortak noktası otoriter ve eklektik olmalarıdır. Ulusal-sol denilen Mümtaz Soysal vb. kişilerin temsil ettiği görüş ile Atillâ İlhan, Doğu Perinçek gibi milliyetçi-sosyalist görüşlerin taşıyıcıları da Bozkurt'u referans almaktadır (Uyar, 2011: 219). Sol ve sağ Kemalizmlerin orotiter anlayışları orduda cisimleşmiştir. *"Ordulaşmış Millet"*in ideolojisi Kemalizm olmalıdır (İnsel, 2011: 25).

Sol Kemalizm, terim olarak 1980'lerden sonra yaygın olarak kullanılsa da, bu akımın ilk örneği Kadro dergisidir (Alpkaya, 2011: 477). Kemalizm'e ideolojik olarak önemli katkılar sağlayan Kadro hareketi, sol Kemalizm'in sürükleyicisi olmuştur. Kadrocular, 1929 Ekonomik Krizi sonucu planlama ve kolektifleştirme politikalarıyla büyüyen SSCB'nin sanayileşme deneyimi ile Türkiye'nin özgül koşullarını birleştiren bir siyasî çizgiyi CHP'ye kabul ettirmeye çalışmıştır. Sol Kemalizmin ikinci yorumu 1961 yılı sonunda yayın hayatına atılan Yön Dergisi çevresindeki Doğan Avcıoğlu, İlhan Selçuk, Mümtaz Soysal, Cemal Reşit Eyüboglu ve Hamdi Avcıoğlu gibi isimler tarafından yapılmıştır. Sol Kemalizm, 12 Mart'tan sonra Cumhuriyet gazetesinde köşe yazarlığı yapan aydınların savunduğu bir ideoloji haline dönüşmüştür. İlhan Selçuk, Uğur Mumcu, Mümtaz Soysal, Sina Akşin gibi aydınlar 12 Eylül'de sunulan ideolojiyi *"dondurulmuş Atatürkçülük"* olarak değerlendirmiş ve Kemalizmi yeniden yorumlamışlardır (Alpkaya, 2011: 478-479).

CHP, 1970'li yıllarda Bülent Ecevit ve bazı partililerin öncülüğünde ortanın soluna yönelmiştir. Sovyetler Birliği, bazı Arap milliyetçilikleri, Avrupa'daki sosyal demokrat akım ve Çin'deki sol fikirlerden yerli bir sol tanımlama yapan hareket, Kemalist geleneğe bağlı, ulusal bir yol izlemeyi amaçlamıştır. İsmet İnönü'nün başını çektiği CHP sağ kanadı ise bu sol yorumu, komünizme hoşgörülü ve Atatürkçülükten sapma olarak görmüş ve partiden kopmuştur (Mazıcı, 2011: 566).

1960'ların ortalarından itibaren, sağ-sol kutuplaşmasının siyasi alana yön vermesi ve komünizm karşıtlığının ortak payda olması, Kemalizmin sağ yorumları, rejimin beka sorunu yaşadığı görüşünde olan kesimleri bir araya getirmiştir (Bora ve Taşkın, 2011: 533).

Cumhuriyetçi Güven Partisi (CGP) ve Lideri Turhan Feyzioğlu, anti-komünist, militan düzeyde, Kemalist kimlikli bir aydın kadrosunun tutunumunu sağlayarak sağ Kemalizm ya da cumhuriyetçi muhafazakârlığın politik kurumlaşmasına katkı sağlamıştır. Sağ Kemalizminin taşıyıcı öğesi, Atatürkçülüğü milliyetçilik olarak benimsemesidir (Bora ve Taşkın, 2011: 535-537).

Ulusalcılık Atatürkçü milliyetçiliğin sol versiyonu denilebilir. Bu sol iddia, milliyetçiliğin hümanist-evrenselci kolunu sahiplenmesinden kaynaklanmaktadır. Cumhuriyet tarihindeki birçok farklı Kemalizm yorumundan biri olan ulusalcılık, farklı ideolojileri Kemalizm potasında eritme özelliği taşımaktadır (Yılmaz, 2013: 78).

Devleti koruma içgüdüsü, Kemalizmin muhafazakârlaşmasının aracı olmuştur. Elit zümrenin siyasal ve toplumsal hakimiyetini sürdürmek için Atatürkçülüğü, toplumun tek tip bir fikriyatta birleştirmenin aracı olarak kullanırken, bu bağlamda din, sosyal sınıflar ve etnik kimliklerin kamusal alanda yer almasına karşı şiddetli bir tepki göstermektedir (İnsel, 2011: 18-19). Bu nedenle Cumhuriyet, Tek Parti ve sonrasında 12 Eylül ile 28 Şubat dönemlerinde, Komünizm, irtica ve Kürtçülük ve liberalizm Kemalizm'in dört temel düşman olarak belirmiştir (Belge, 2011: 34).

12 Eylül Darbesini yapan kadro, Atatürkçülüğü vaz ederken rızaya dayanan bir toplumun inşası ve ulusal birliğin sağlanması için dinin önemi üzerinde durulmuş, askeri elitler İslam'ı, Türklüğün bir parçası sayarak O'nunla uzlaşma yoluna gitmiştir (Çelik, 2011: 91). Ancak bu uzlaşma uzun sürmemiş, Türk-İslam senteziyle yükselen İslami hareket ve Özalcılık, Kemalizmin bürokrasideki hegemonyasını kırması nedeniyle seçkinleri rahatsız etmiştir. 1990'larda, ciddi bir tehdit olarak algılanan irticanın gerek kamusal gerekse toplumsal alanda geriletilmesi için askeri ve bürokratik elitler tarafından sivil bir Kemalizm, farklı bir ifade şekliyle Neo-Kemalizm oluşturulmaya çalışılmıştır (Erdoğan, 2011: 584).

Bir sivil toplum hareketi olarak neo-Kemalizm, Atatürk milliyetçiliği, laiklik ve çağdaşlık temelleri üzerine yeni bir rıza devşirmek için harekete geçmiştir (Mahçupyan'dan aktaran Erdoğan, 2011: 585-586). Modern Türkiye'nin korunması için başvurulan bu seküler program, sınırlı da olsa sivil toplumda, iş dünyasında, medyada ve Ege ya da Akdeniz köylüleri gibi halkın bir bölümünde karşılık bulmuştur (Yeğen, 2011: 71).

1997 yılında, İslamcı Necmettin Erbakan liderliğindeki Refah Partisi'nin iktidardan el çektirilmesi, ordunun direk müdahalesiyle değil yukarıda belirttiğimiz asker güdümündeki sivil ayaklarla gerçekleştirilmiştir.

Kadir Has Üniversitesi tarafından 2016 yılında yapılan sosyal ve siyasal eğilimler araştırmasına göre, Türkiye'de kendisini cumhuriyetçi-Kemalist olarak tanımlayanların oranı yüzde 15,7 olarak belirlenmiştir. "Sosyal demokrat, sosyalist ve ulusalcıyım" diyenler ise yüzde 20,6'dır. Bu grupların çoğunun ortak paydası Atatürkçülük ve laikliğe verdikleri önemdir (khas.edu.tr). Bu sonuçlar Atatürkçü düşüncenin temerküz ettiği CHP'nin aldığı oy ile uyumlu görünmemektedir. CHP seçmeninin bir kısmının kendisini muhafazakâr ya da milliyetçi olarak tanımlayabileceği üzerinde durulabilir.

Son dönem Kemalizm ya da yaygın kullanımı ve benimsenme şekliyle Atatürkçülük, elitler ve ağırlıklı olarak CHP seçmeni olan halkın bir bölümünde ciddi etkileri olan bir ideoloji olarak varlığını sürdürmektedir. Cumhuriyet Halk Partisi, Atatürk, Cumhuriyet ve devrimlerin savunulması konusunda kendisini yegâne kuruluş olarak görmektedir. Rejimle ve Atatürk ilkeleriyle sorunu olmadığını söylemsel olarak sık sık tekrarlayan Ak Parti iktidarının yöneticileri, eşi başörtülü olan Abdullah Gül'ün Cumhurbaşkanı olması, kamuda başörtüsü yasağının kaldırılması, İmam Hatip Liselerinin üniversiteye girişteki kısıtlamalarının sona erdirilmesi, TBMM'ye başörtülü milletvekillerinin girmesi, içki satışının kısıtlanması gibi bazı uygulamalar nedeniyle CHP'de kendini bulan Kemalist kesimlerin hedefi olmuştur.

2007 yılındaki Cumhuriyet Mitingleri ile 2013 yılındaki Gezi Parkı Olayları laik, Atatürkçü ve sol kesimlerin Ak Parti iktidarının, Atatürk'ün kurduğu modern Türkiye'ye tehdit olarak algıladığı uygulamalarını protesto etmek amacıyla düzenlenmiş önemli gösterilerdir.

3.3. Milliyetçilik

Avrupa'da milliyetçilik (Nationalism) akımlarının etkili olması yüzyıllardır Osmanlı'nın hâkimiyetinde olan toprakların kaybedilmesi devletin kopuşları önlemek için bazı önlemler almasına neden olurken aydın kesimde de fikri anlamda keskin değişimler yaşanmasının önünü açmıştır. Batı'da eğitim almış, değişimi yakından takip eden ve bu akımın önünün alınamayacağını düşünen Osmanlı elitlerinin bir kısmı devletin kurtuluşu için Müslüman ve Türk tebaanın birliğinin sağlanmasının tek çıkar yol olduğu görüşünde birleşmeye başlamıştır. Birinci Dünya Savaşı'nda bazı Arap

şeyhlerinin İngiliz ve Fransızlar ile işbirliği yaparak Osmanlı ile bağlarını koparma yoluna gitmesi ise çerçevenin daha da daralarak Türkçülük akımının gelişmesine yol açmıştır.

Cumhuriyet'in ilk yılları ve sonraki dönemde milliyetçilik damarı, tüm siyasi hareketlerin içinde, dozu bazen yüksek bazen düşük olsa da hep bulunmuştur. Hem sağ hem sol ideolojiler beka kaygılarının aşılmasında milliyetçiliğe sık sık vurgu yapmıştır.

Türkiye'de şu anda Türk Milliyetçiliğinin adresi olarak Milliyetçi Hareket Partisi merkezde bir yer işgal ederken muhafazakâr, ulusalcı, hatta İslamcı hareketler de içeriğine farklı fikirler serpiştirerek milliyetçi duruştan uzaklaşmamaya özen göstermektedir. Kendisini milliyetçi olarak tanımlayan seçmenlerin de tek bir partiye yönelmediği görülmektedir. Diğer yandan Kürt milliyetçiliği de son dönemde sol kimliği baskın olan partilerde kendisini ifade etmektedir.

Bu bölümde Türk milliyetçiliği ve Kürt milliyetçiliğinin Türkiye'de siyasi hareketler içinde gösterdiği gelişme ele alınmıştır.

Akademik literatürde milliyetçilik tanımlarının ortak tanımları olsa da ırk, asabiyet, toprak, yabancı düşmanlığı ve fikir birliği gibi özleri önceleyen birçok tanım yapılmaktadır. Millet sözcüğünün İngilizce karşılığı nation'dır. Millet ve milliyetçilik sözcükleri ise tam olarak nation ve nationalism sözcüklerinin karşılığını vermezler, Türkiye'de millet/ulus kavramlarıyla ilgili literatürdeki muğlaklıktan dolayı ulus, etnisite ve ırk kavramları birbirinin yerine kullanılır hale gelmiştir (Şevkli, 2011: 33).

Millet kavramı Arapçadaki Milla'nın karşılığıdır ve dinsel bir grubu anlatmaktadır. Osmanlı'ya göre millet olmanın ölçütü dindir. Önemli olan Türk ya da Arap olmak değil Müslüman olmaktır. Dolayısıyla tüm ırklar din bağı dolayısıyla İslam Milletine (ümmetine) mensup olmaktadır (Öğün, 2000: 97-98).

Tarih ve sosyoloji bilgini İbn-i Haldun'a göre insanlar arasında iki tarz dayanışma mevcuttur. Bunlardan biri yerleşik olmayan topluluklara ait olan bir dayanışma; ya da İbn-i Haldun'un aile, soy, sülale, kabile anlamında kullandığı terimle

"asabiye" duygusudur (Öğün, 2000: 12). O'na göre milliyetçilik, tanımlanmış bir toprak parçasını savunur ve yerleşik olmayan topluluk anlayışını kabul etmemektedir.

Milliyetçilik, bilince şekil veren, mitlerle dünyanın anlamlandırılmasını sağlayan bir söylem, toplumsal kimliklerin bir belirleyeni konumundadır (Özkırımlı, 2009: 15). Modern anlamda düşünce olarak kökleri 18. Yüzyıl Avrupası'nda gelişen milliyetçiliğin bir sosyal bilim konusu olarak ele alınması 1920 ve 1930'ları bulmaktadır (Özkırımlı, 2009: 12).

Bu fikrin öncü isimlerinden Herder, dilden yola çıkarak bir milliyetçilik tanımı yapmıştır. Dilden önce insandan söz etmek anlamsızdır çünkü dil aynı zamanda düşüncedir. Ortak bir dil konuşan insanlar, milletin ilk aşamasını oluştururlar (Özkırımlı, 2009: 38). Ernest Renan milletin bir ruh olduğunu ve bireylerin sürekli onaylanması halinde ortaya çıkabileceğini belirtmektedir. Bu açıdan bakıldığında siyaset ve ortak geçmiş ön plandadır (Özkırımlı, 2009: 58) ve sınıf, toplumsal cinsiyet, ırk ya da dini inanç, temel oluşturabilse de tek başına milletin belirleyeni değildir (Özkırımlı, 2009: 40).

Herder'e göre (aktaran Öğün, 2000: 16), Tanrı insanlığı milletler halinde yaratmıştır ve bu doğa yasasına uyulmaması, farklı milletleri hakimiyet altında tutmak isteyenler yüzünden savaşlar çıkmaktadır. Fakat Osmanlı İmparatorluğu gibi yapılarda, etnik kimlik üst belirleyen olmadığı için din, sosyal sınıf, toplumsal ve siyasi koşullar, tarikat gibi etkenler bir milletin oluşmasına engel olmamıştır. Bu tür yapılarda aynı etnik grubun farklı beylik ya da devletler altında birbiriyle savaştığına da şahit olunmaktadır (Özkırımlı, 2009: 101). Arapların bir kısmının isyan edip diğer kısmının isyanları bastıran Osmanlı ordusunda bulunması gibi.

Milliyetçiliklerin en önemli ortak yanı ise tarih kurgusudur. Milli tarihler milletlerin varlık sebebidir. Tarih, ortak bir şuur oluşturmanın en etkili aracıdır (Öğün, 2000: 25). Milliyetçilik işlevsel olarak dini örnek alsa da dinler, tarih-üstüdür ve evrenseldir. Milliyetçilik ise tarihsel iddialarla örülüdür. Bu yüzden toplulukların dinlerden önceki kabile hayatına atıf yaparak farklı dinlere giren kendi topluluklarına

da seslenmek isterler (Öğün, 2000: 86). Almanların Cermen kabilelerine öykünmesi ile bazı Türk milliyetçilerinin Orta Asya Türk tarihine yönelmesi buna örnektir.

Milliyetçilik akımları ve ulus devletleri ortaya çıkaran Avrupa'da olduğu Osmanlı'da da farklı milliyetçilik türleri görülmektedir. 1890'larda ilk kez ders kitaplarında Türk soyundan bahsedilmeye başlanan Osmanlı'da (Akçam, 2009: 71). Türkçülük ideolojisinin fikir babası Ziya Gökalp olarak kabul edilmektedir (Belge, 2011: 31). Ancak Hüseyinzade Ali, 1889'da Tıbbiye'de hocalık yaptığı dönemde milliyetçi ve halkçı düşünceleriyle, Jön Türk muhalefetinin merkezi sayılan bu okulda çok sayıda öğrencinin politik görüşlerinin gelişmesinde etkili olmuştur (Öğün, 2000: 120).

İkinci Meşrutiyet'ten sonra Batıcılık, İslamcılık ve Osmanlıcılık fikirleriyle birlikte gelişen Türkçülüğü benimseyen ancak diğer fikirlerden birçok kesimi de içinde barındıran İttihat ve Terakki, Gökalp'i neredeyse parti ideologu ilan etmiştir (Belge, 2011: 35). Gökalp'in ırkçılıktan uzak, dayanışmacı bir kültür milliyetçiliği tasavvuru vardır (Bora, 2013: 133). O'nun gibi birçok aydın da keskin Türkçü fikirlere sahiptir ancak devletin çok kültürlü ve farklı etnik yapıları barındıran yapısı nedeniyle, ayrılıkçılığı körüklememe adına bu görüşlerini ön plana çıkarmamış ya da İslam ve Osmanlı birlikteliği ile süslemiştir. Rıza Nur, bu hassasiyeti şu sözleriyle anlatmaktadır (Aktaran Göçek, 2009: 63).

> *"Türk ülküsü için ölüyorum fakat ondan kimseye söz etmiyorum. Biliyorum ki böyle yapsam diğer ayrılıkçı fikirler meşrulaşacak ve devlet tükenecektir"*.

Avrupa'da yapılan Türkoloji çalışmaları Turancılık kavramını ortaya çıkarırken Osmanlı Türkçülerine de ilham vermiştir. Turan esas olarak Macar ve Finliler'in de dahil olduğu ortak bir Ural – Altay köküne işaret eden bütünleşme ve ittifak bloku olarak ortaya çıkmıştı (Alpkaya, 2009: 378). Farsça bir sözcük olan Turan İran'ın kuzey doğusunda sınırları Aral Gölü'yle Çin Türkistanı'na dayanan ve kabaca eski Sovyet Türkistan'ına tekabül eden coğrafi bir alanın adıdır. İran'ın İslâmiyet öncesi dönemine ait Avesta Efsanesi ve daha sonra Firdevsi'nin Şehname'sinde, bu

coğrafyada oturan kavimleri Sami ve Aryen-İranlı topluluklardan ayırmak üzere *"Turani"* ifadesi kullanılmaktadır. Bilimselliği sağlam temellere oturmayan bu tez Macar ulusçuların etkisiyle romantik bir içerik kazanmıştır. (Özdoğan, 2009: 388-389).

Osmanlı'da Turan kavramını popüler hale getiren Gökalp'in 1910 yılından itibaren yazdığı şiir ve destansı öykülerin yanı sıra, Gaspıralı İsmail'in *"Dilde, Fikirde, İşte Birlik"* sloganıyla Rusya'daki Müslüman Türk unsurlar adına başlattığı Pantürkçülük, Yusuf Akçura'nın yayımladığı *"Üç Tarz-ı Siyaset"* adlı eser ile siyasi platforma dönüşmüştür (Özdoğan, 2009: 394-395).

Türkleşmek, İslamlaşmak, Muasırlaşmak adlı eserinde fikrinin çerçevesini oluşturan Gökalp, İslam'ı kabul etmenin Türklerin kaderi olduğunu aksi halde felç olacağını belirtmekte ve iki değer arasında mükemmel bir uyum olduğuna dikkat çekmektedir (Copeaux, 2009: 46). Gökalp (2012: 28), ırkçı teoriye karşı çıkarken kavimlerin birbirine karıştığını, bu nedenle saf bir ırk düşüncesinin saçma olduğunu belirtir. Aynı şekilde dilde de saflık olamayacağını, Türkçe'ye Arapça ve Farsça'dan girmiş ve karşılığı olmayan kelimeleri atmanın doğru olmadığını ifade etmektedir (Gökalp, 2010: 15).

1912 yılında, Balkan Savaşları sırasında kurulan Türk Ocağı, kültürel vurgusu yüksek bir Türk Birliği temasını işlerken, İmparatorluğun diğer etnik unsurlarını da milliyetçilik yapmadıkları sürece Türk olarak kabul etmektedir (Üstel, 2009: 263-265):

> *"Neslen Türk olan veya hars (kültür) dolayısıyla Türk duygusu besleyen her kadın ve erkek Türk Ocağına aza olabilir".*

Osmanlı'daki ilk Türkçü düşünürlerin fikirlerini geliştiren bir olgu da, Batı'daki olumsuz Müslüman-Türk algısıdır. Bir yandan Batı kaynaklı suçlamaların çürütülmesine uğraşılırken, diğer yandan Müslüman tebaaya sahip çıkma gayretiyle vatandaş olarak Hıristiyanların üstünlüğünü kabul edemeyen İslami bir Türkçülük fikri gelişmiştir (Akçam, 2009: 55-57). Bu İslam motifi ırkçı ya da milliyetçi bakışın Hıristiyanların yok edilmesi aşamasına varmasını da engellemiştir.

Devletin sürekli ihanetlere uğraması, Balkan Savaşları ve Birinci Dünya Savaşının acıları. Renan'ın *"acı, sevinçten daha birleştiricidir"* sözlerinde olduğu gibi yeni bir birlikteliğin yolunu açmıştır (Ünüvar, 2009: 36).

Jön Türkler, Türklerle Arapların asıl unsur oldukları İslami devlette, dinsel grupların hükümet üzerindeki etkilerini yok etmeyi amaçlayan seküler anlayışları ve pozitivist görüşleri, hem Araplar hem de Arap olmayan Müslümanlar tarafından tehdit olarak algılanmıştır. İttihat ve Terakki, seküler milliyetçiliği devlet politikası olarak kabul etmekle ölümcül bir hata yaptığını anlamış ancak Araplar ulusal devletlerini kurmak için çoktan yola çıkmıştır (Karpat, 2011: 73).

Karpat (2011: 76-77), milliyetçilik akımlarıyla kurulan ulus devletlerin yok olma tehdidine karşı kendilerini korumak için harcadığı enerjinin büyük boyutlara ulaştığını ve Ortadoğu'ya felaket getirdiğini belirtmektedir. Bu nedenle bölgede hala dinsel ve etnik barış içinde yaşama hatırasını unutmayan bir Osmanlı mirası yaşamaktadır.

Araplardan çok daha önce Sırplar, Rumlar ve Bulgarlar da bağımsız devletlerine kavuştuktan sonra, Türkler tarafından ulusallıklarından yoksun bırakıldıklarını iddia ederek tarihlerini yeniden yazmıştır. Kimliklerini muhafaza etmeye olanak sağlayan aslında, Osmanlı millet siyaseti olmasına rağmen, bu uluslar kendilerine sürekli bir kurtuluş mücadelesi örneği olmuştur (Karpat, 2011: 116).

Balkanlardaki milliyetçilik akımları Türk milli kimliğinin etrafı düşmanlarla çevrili, tehdit altındaki millet iddiasıyla kurulmasına giden yolu açmıştır (Bora, 2013: 208). Diğer yandan Balkan milliyetçilikleri millî devlet kurma adına Türk milliyetçiliğinin esin kaynağı da olmuştur (Bora, 2013: 212).

İttihat ve Terakki geleneğinden gelen cumhuriyet elitlerinin yeni devletin temellerini inşa etmesinde milliyetçilik çok önemli bir yer tutmuştur. Nasıl ki İslamcılar, Kemalistler ve muhafazakârlar arasında farklı gelenekler oluşmuşsa hem Osmanlı'da hem de Türkiye'de farklı milliyetçilik türleri ve bir milliyetçilik içinde farklı yorumlar da olmuştur. Bunlar kimi zaman işbirliği yaparken kimi zaman çatışabilmektedir. Örneğin Neo Kemalistler (son dönem Atatürkçüler) vatandaşlığa dayalı bir kimlik anlayışı ön plana çıkarırken, Türkçüler, açıkça ifade etmekten

kaçınsalar da, kültürel farklılığı, çoğulculuğu reddeder. Liberaller Batı'yı örnek alırken, solcular Batı karşıtı yaklaşımı benimserler. Yani Türk milliyetçiliği değil Türk milliyetçilikleri vardır (Özkırımlı, 2009: 283).

Bora, Türk milliyetçiliklerini ideolojik içeriklerine 5 grupta sınıflandırmıştır (2009: 19-20):

- Resmi milliyetçilik veya Atatürk milliyetçiliği, devlet ideolojisi olarak işleyen, Kurucu/Kurtarıcı Atatürk mitosuna dayalı, otoriter bir sadakat ile kendini üreten, modernist ama özgücü bir ulus-devlet ideolojisidir.
- Kemalist sol-milliyetçilik veya ulusal solculuk, modern ulusu laikliğin, kalkınmanın/gelişmenin, anti-emperyalizmin inşasının öznesi olarak gören bakıştır.
- Liberal milliyetçilik, güçlü bir kapitalizmin, piyasa toplumunun inşasını milliyetçiliğin asli hedefi ve uluslaşmanın güvencesi sayan yaklaşımdır.
- Etnisist milliyetçilik, Türkçü-Turancı akımdan beslenen, Türklüğü kültürel etnisite temelinde tanımlayan ideolojidir.
- Muhafazakâr milliyetçilik ise İslamcılıkla ilişki halinde, dini, milli kimliğin asli unsuru olarak gören, milliyetçiliği geleneğin yeniden inşa aracı olarak gören yönelimlerdir.

Milli Mücadele'nin ya da Mustafa Kemal'in milliyetçilik anlayışı, yabancı tahakkümüne son vermeyi içermektedir (Koçak, 2009: 42). Ne sebeple olursa olsun, milletin bölünmesine ve parçalanmasına karşı olmayı gerektirir (Copeaux, 2009: 5). Devrimler ve Tek Parti Dönemi, 20. Yüzyılda Müslüman bir Osmanlı ferdinde olmayan Türklük bilincini oluşturmaya çalışmıştır. Bunun için kültür, tarih ya da hissiyat bilincine değil Türk ırkının üzerine bir milliyetçilik oluşturulduğu da görülmektedir. Otuzlu yıllar boyunca aydınlar bir Türk ırkının varlığını ve üstünlüğünü ispatlamaya gayret etmiştir. Atatürk'ün manevi kızı Afet İnan, bu konudaki tezini, İsviçre'de sunmuştur. Kemalist araştırmacıların bu ırkçı gayretleri, bugün saklanmaya çalışılmaktadır. Türklerin diğer halkları yönetme hakkına sahip olduğu inancı, Batı tarafından sürekli aşağılanmaya bir tepki olarak da gelişmiştir (Akçam, 2009: 56). Bu aşağılamanın nedenlerinin tarihi ise çok eskidir. Haçlı Seferleri'nden başlayan Hıristiyan-Müslüman karşılaşmasında hemen bütün

toplulukları Müslüman olan Türkler İslam'ı temsil etmiş ve Osmanlı ile Avrupa'ya ilerleyen İslam, Türklük, Türk de Müslüman olarak bilinmiştir. Yakın dönemde dahi birçok Batılı düşünür ve yazar, din mensubiyetlerinden bahsederken *"Hıristiyan, Yahudi ve Türk (Müslüman)"* ifadelerini kullanmıştır (Postman, 2012: 66).

Batı'ya duyulan öfke ile karışık hayranlık bir öteki oluştururken, aslında hilafetin kaldırılması ve İslam'ın kamusal alandan dışarı itilmesine bir tepki olsa da, Kürt kimlikli isyanlar ve Kürtçü-ayrılıkçı hareket de, Kemalizm'de rahatsızlığa neden olmuş ve Kemalist söylemin kurucu ötekileri arasında yerini almıştır (Yörük, 2009: 321). Kısa sürede büyük savaşlardan çıkan ve büyük toprak kayıpları yaşayan ülkenin daha da bölünme ve küçülme korkusu önceliğin iç düşmanlara verilmesi sonucunu doğurmuştur.

Tersinden bakıldığında ise dünya ile entegre olmak da, emperyalizme boyun eğmek anlamına geldiği için özellikle sol Kemalistlerde vatanın kaybı olarak anlamlandırılmıştır (Nalçaoğlu, 2009: 307).

Türkiye'nin resmi milliyetçiliği olan Atatürk milliyetçiliği, vatandaşlık ve vatan bağına dayalı Fransız tarzı bir milliyetçilik anlayışıyla, etnisist açılımları olan Alman tarzı milliyetçilik arasında bir denge oluşturamamıştır (Bora, 2013: 74). Diğer yandan eski milletin çimentosu olan dinin yerine birlik prensiplerini ırk, dil veya milli iradede arama, hatta dine hakim olma bu milliyetçiliğin temel özellikleri arasında yer almıştır (Luizard, 2013: 1).

Özdağ (2016: 11), Atatürk'ün takipçilerinin O'nun ufkunu kavrayamamaları ve bir kısmının ihaneti nedeniyle, Türk Milliyetçiliğinin İnönü döneminde bürokratik milliyetçiliğe dönüştüğünü ve milli devlet projesinin yarım kaldığını belirtmektedir.

Milli Mücadele ve sonrasında milliyetçiliğin bir başka şekli ise Anadoluculuk akımında görülmüştür. Anadoluculuk'un öncüleri İslamcı Sırat-ı Müstakim dergisinden ayrılarak 1913'te yayın hayatına başlayan İslâm Mecmuası yazarları, Musa Kâzım, Mehmet Şemsettin (Günaltay) ve Halim Sabit gibi isimlerdir. Bu akım İslamcılık ile Türkçülük arasında bir yer edinmeye çalışmıştır (Atabay, 2009: 515). Atatürkçülük modernizme yönelirken Anadoluculuk gelenekçi ve muhafazakâr bir

çizgiye girmiştir (Atabay, 2009: 517-518). 1950'li yıllardan sonra İslami Anadoluculuğu savunan Nurettin Topçu'nun muhafazakâr Anadoluculuğu milliyetçi-muhafazakâr eğilimlerle eklemlenerek günümüze kadar taşınmıştır. Laik Anadolucu akım ise Cevat Şakir, Azra Erhat, Sabahattin Eyuboglu gibi aydınların öncülüğünde Hititler ve İyonca kültürüne kadar uzanan bir Anadolu kimliğini ön plana çıkarmıştır (Atabay, 2009: 531-532).

1940'lı yıllarda Türk milliyetçiliğini etnisist bir şekilde yorumlayan hareketler de ortaya çıkmıştır. Bora (2013: 88), etnisist Türk milliyetçiliğinin, resmi milliyetçiliğin sapkın bir kolu olduğunu belirtmektedir. Atatürk milliyetçiliğindeki ırkçı-etnisist damarı uç noktaya kadar götüren Türkçü fikir önderleri tarafından oluşturulan bu ideoloji bütün Türk dünyasını vatan olarak kabul etmektedir. Irkçı ve yayılmacı görüşleriyle Atatürk milliyetçiliğinin Anadolucu çizgisinden ve Gaspıralı ve Gökalp gibi ilk dönem Turancıların İslam vurgularından kesin şekilde ayrılmıştır.

Türkçü/Turancı ideoloji, 1930'lu yılların başında çıkan Atsız Mecmuası'nda politik olarak gelişmiştir. Hüseyin Nihal Atsız, keskin bir politik ırkçı dil kullanmıştır (Öğün, 2000: 141). Atsız ırk saflığıyla ilgili şunları söylemektedir (aktaran Alpkaya, 2009: 379):

> "*Su katılmamış Türk olmak için üç göbekten beri Türk olmak lazımdır. Bunu söyleyen de ben değilim, ilimdir. Almanlar Yahudilere, Amerikalılar da zencilere karşı ilmin bu kanununu tatbik ederek üç göbek ilerisine kadar kanında Yahudilik veya zencilik bulunan insanları kendi milletlerinden saymamaktadır".*

Üstün ırk olan Türk ırkının tarih boyunca Türk kanı taşımayan yöneticilerin ihanetiyle zaafa düştüğünü iddia eden bu akım, Türkiye'nin Türkleştirilmesine büyük önem vermiştir (Önen, 2009b: 401).

Türkçülüğün ideolojik kodlarına bakıldığında, insan türlerinin ırksal özellikleriyle kültür, siyaset ve estetik açıdan kendini bulduğu ve ırklar arasında kesin bir eşitsizlik olduğu varsayılmaktadır. Türkler ırklarından gelen savaşçı özellikleriyle *"kötü ırklardan"* ayrılmaktadır. Ve Türkçülük kendi ırkını yeryüzüne yayma hakkına sahiptir (Önen, 2009a: 371-372).

Irksal milliyetçilikte, ırksal kimliğe sonradan eklenen din ya da iktisadi ve toplumsal özellikler temizlenmelidir. Pan-Türkist akım, 1970'li yıllara kadar kesin bir kopuş sergilediği İslami akım tarafından, *"putperest"* ve *"Şamancı"* ithamlarına maruz kalmayı göze almıştır (Bora, 2013: 184).

Nihal Atsız'ın, komünizmi savunan Sabahattin Ali ile girdiği kavga sonrası Türkçüler aleyhine açılan davalar, Türkçülüğün ideolojik ve doktriner konumdan siyasal muhalefete evrilmiştir. Binlerce gencin anti-komünist eylem birliğinde Ankara Ulus Meydanı'nda buluştuğu 3 Mayıs 1944 gösterileri, Atsız'a göre, birkaç bin meçhul Türk gencinin Türkçülükteki ilk hareketiydi (Alpkaya, 2009: 379).

1960 Darbesinden sonra yeniden işlemeye başlayan demokrasi, daha çok sayıda partinin açılmasına olanak sağlamıştır. Türkçüler de artık politik örgütlenmenin önemine inanırken, 1944 davasında adını duyuran, 1960 İhtilaline de bir asker olarak katılan Alparslan Türkeş ve arkadaşları CKMP'ye (Cumhuriyetçi Köylü Millet Partisi) 1965'de egemen olmuştur. Bu parti daha sonra MHP'ye dönüşmüştür (Öğün, 2000: 143).

Atsız, partinin ideolojik yeniden inşasında rol alırken 1969 Kongresi'nde Türkeş'in Osman Yüksel Serdengeçti'ye izafe edilen ve daha sonra ülkücü gençlerin şiarı haline gelen (Akgün ve Çalış, 2009: 597), *"Biz Tanrı dağı kadar Türk, Hira dağı kadar Müslümanız"* sözleriyle ifade ettiği düşünce değişimine, Atsız ve çevresi, ümmetçilik yapıldığı iddiasıyla karşı çıkmıştır (Bakırezer, 2009: 353). Parti içinde kendilerine Şamanistler de denilen Atsız ve arkadaşları, MHP hareketinden uzaklaştırılmıştır. MHP'deki Türk Milliyetçiliği, *"Rehberimiz Kur'an, hedefimiz Turan"* sözleriyle Türk-İslamcı bir görünüm kazanmıştır (Öğün, 2000: 142).

Özdağ'a göre (2016: 25), MHP çatısı altında kendini tanımlayan Türk milliyetçilerine göre, İslamsız bir Türk tanımı mümkün değildir. Ancak bu Müslüman olmayan Gökoğuzlar'a ve Çuvaşlar'a sevgi ile bakılmasına da engel değildir (Özdağ, 2016: 25).

Alpaslan Türkeş'in 1960'lı yıllarda geliştirdiği 9 ışık doktrini, Türk milliyetçiliğinin düşünsel ve politik olarak önemli bir atılımıdır. Ancak, bu teorik

çerçeve üzerinde milliyetçi aydınlar yeterince durmamıştır. 1970'lerin sonunda bir durgunluk yaşayan bu doktrin, 1980 ve 1990'lı yıllarda 9 ışık bir eylem programı niteliğinin yeniden kazanmıştır (Özdağ, 2016: 31). Türkeş 9 Işık'ın ilkelerini şöyle sıralamıştır (Cengiz, 2015: 191): Milliyetçilik, Ülkücülük, Ahlakçılık, İlimcilik, Toplumculuk, Köycülük, Hürriyetçilik ve Şahsiyetçilik, Gelişmecilik ve Halkçılık, Endüstricilik ve Teknikçilik.

1970'li yılların sonunda MHP ve ülkücü gençlik, komünizm ve solun antitezi olarak kendisini konumlandırmış, binlerce gencin hayatını kaybettiği çatışma ortamı 1980'deki askeri darbe ile son bulmuştur. Gerek çatışma dönemi gerekse sonrasında MHP ve ülkücü hareket, fikren tabanını genişletememiştir.

12 Eylül Darbesini yapan kadro, din-milliyetçilik ve devletçilik gibi bir çizgiyi takip ederken ekonomik politikaları liberal düzleme yönelmiştir. 1980'lerin dünyasında bu bileşimin adı, örnekleri Reagan ve Thatcher politikaları olan Yeni Sağ ya da Yeni Muhafazakârlıktır. Türk-İslam sentezini esas alan serbest piyasacılık, askeri rejim sona erdikten sonra ANAP tarafından temsil edilmiştir (Öğün, 2000: 147).

Türk-İslam Sentezi fikrinin Aydınlar Ocağı tarafından revize edildiğini belirten Bora (2013: 69), bu sentezin aslının *"Türk-İslâm-Batı Sentezi"* olduğunu ve Ziya Gökalp'ten beri Türkiye'de resmi ideolojide yerleşik bulunduğunu savunmaktadır. Ancak gerek cumhuriyeti kuran elitlerin gerekse Tek Parti dönemi yöneticilerinin bu sentezin ortasındaki İslam bileşeninden ne denli uzak durmaya gayret ettiğini gösteren çok sayıda örnek bulmak mümkündür.

Darbe sonrası partilerin yeniden açılmasıyla MHP de, Milliyetçi Çalışma Partisi (MÇP) olarak siyaset sahnesine dönmüş ve 1991 seçiminde Islahatçı Demokrasi Partisi (IDP) ve İslamcı Refah Partisi ile ittifak yaparak TBMM'ye girmiş, seçim sonrası partiler ayrılmıştır.

MHP, özellikle Sovyetler Birliği'nin çözülmesinden sonra Türk dünyasında yaşanan süreçlere bağlı olarak giderek dinselleşen milliyetçi söylemini frenlemiş ve yeniden Turancı politikalara yönelmiştir (Öğün, 2000: 149).

Milliyetçi-muhafazakâr bir çizgisi olan ANAP iktidarının da bu süreçte Orta Asya ve Kafkasya'daki yeni Türk devletlerine yönelik bir dış politika çerçevesi belirlemiştir. Türkiye'nin önüne çıkan ekonomik ve siyasi fırsatlar *"Adriyatik'ten Çin Seddi'ne kadar"* söylemiyle etnik tonu artan ülkücülerin Turancı milliyetçiliğine yeniden canlılık kazandırmıştır (Önen, 2009b: 402).

1990'lı yıllarda Türk-İslam düşüncesinin temsilcisi olan Ülkü Ocakları Başkanı Muhsin Yazıcıoğlu MHP'den koparak Büyük Birlik Partisi'ni (BBP) kurmuştur. Seyid Ahmet Arvasi'nin din ve milliyetçilik arasında kurduğu ve Türk-İslam ülküsü olarak tanımladığı sentez, BBP ve ona bağlı Nizam-ı Alem Ocakları'nın hakim ideolojisi olmuştur. MHP ve Ülkü Ocakları'nda ise İslami söylem gerilemiştir (Öğün, 2000: 150).

MHP, İslamcı Refah Partisi'nin ordunun önderliğinde iktidardan uzaklaştırıldığı 28 Şubat Sürecine net bir destek sağlamasa da kısmen onay vererek, resmi milliyetçiliğe biraz daha yönelmiştir. Bu yönelim, MHP'nin Atatürk'ü tavizsiz bir Türk milliyetçisi, bir *"Başbuğ"* olarak sahiplenmesini de beraberinde getirmiştir (Bora, 2013: 91).

MHP 1970'li yıllardan itibaren milliyetçi sağ ideolojinin hareket merkezi olurken, sol ve Kemalist hareketlerde de milliyetçi dozun her zaman bulunduğu görülmektedir. CHP genel sekreterliği ve genel başkanlığı yapan Bülent Ecevit, Kemalizmin Türk milliyetçiliğine sadık kalarak, sosyal adalet, demokrasi ve ekonomik milliyetçiliği hedefleyen politikalarla ortanın solunun temelini atmıştır (Dönmez ve Bico, 2009: 448). Kendisini sağa kaymakla suçlayanlara Ecevit, *"biz ulusalcılığı ne yeni öğrendik ne de MHP'den esinlendik. 70'lerde haşhaş ekimi yasağını kaldırırken, Kıbrıs Barış Harekatı'nı yaparken, Ege'deki ulusal haklarımıza sahip çıkarken ne anlamda ve ne ölçüde ulusalcı idiysek şimdi de o ölçüde ulusalcıyız"* demektedir (Dönmez ve Bico, 2009: 452).

2002 seçiminden günümüze değin iktidarda olan Adalet ve Kalkınma Partisi (Ak Parti), girdiği her seçimde oylarını arttırarak milliyetçi, muhafazakâr, İslamcı ve liberal kesimlerden oy almıştır. Muhafazakâr ve İslamcı yanı ağır bassa da Ak

Parti'nin söylemi milliyetçi ideolojiden net ayrımlar içermemektedir. Bora (2013: 15), Recep Tayyip Erdoğan'ın *"Tek Vatan, Tek Devlet, Tek Bayrak, Tek Millet"* sloganının milliyetçi bir gönderme olduğunu, parti bünyesinde de MHP kökenli bir kadro ve taban olduğunu belirtmektedir. Diğer yandan Erdoğan'ın, ırkçılığa varan aşırı milliyetçi söylemden de uzak durduğu görülmektedir. Bu bağlamda Demokrat Parti, Adalet Partisi, ANAP ve Refah Partisi içinde hep olan milliyetçi-muhafazakâr gelenek sürdürülmektedir.

2000'li yılların ortalarından itibaren milliyetçilik Türkiye'de, artan "Kürtçü terör saldırılarına ve Hrant Dink Cinayeti sonrası *"Hepimiz Ermeniyiz"* sloganıyla yapılan gösterilere duyulan tepkiselliğin sürüklemesiyle yeniden canlanmıştır. Milliyetçi taban gerek Ak Parti, gerekse MHP'de söylemini güçlü tutmayı başarmıştır.

Özdağ'a göre (2016: 69), Ak Parti yöneticileri ve lideri, milli bir kimlik benimsemeyi reddetmekte, Türk kimliğini kabul etmemesi "öteki dünyada bize milletimizin değil Müslüman olup olmadığımızın sorulacağı" kabulüne dayanmaktadır. Ancak Türkiye'de milliyetçi kimliği önceleyen seçmenlerin oy verme eğilimlerine bakıldığında Ak Parti içinde hatırı sayılır miktarda eski ve yeni ülkücü ya da milliyetçinin bulunduğu da açıktır. Özellikle 1 Kasım 2015 Genel Seçimi öncesinde Ak Parti ile MHP arasında "ülkücülerin desteği" polemiklere konu olmuştur. MHP 7 Haziran 2015 genel seçiminde yüzde 16,45 oy alırken, 1 Kasım 2015 seçiminde yüzde 14 oranında oy almıştır (ysk.gov.tr). Ak Parti ikinci seçimde oylarını arttırırken Ak Parti'nin MHP tabanından yaklaşık yüzde 2,5 oy aldığı tahmin edilmektedir.

Kadir Has Üniversitesi tarafından 2016 yılında yapılan sosyal ve siyasal eğilimler araştırmasına göre halkın yüzde 44,7'si kendisini muhafazakâr ve dindar olarak tanımlamaktadır. Yüzde 15,2'lik kesim kendisini milliyetçi olarak görmektedir (khas.edu.tr).

Türkiye'de milliyetçilik her ideolojinin içinde değişen dozlarda bulunmaktadır. Günümüzde etkin olan ideolojilerin fikri alt yapısının Osmanlı Devletinin çöküşü ve Cumhuriyet'in zor şartlar altında kurulduğu yıllarda hazırlandığı düşünüldüğünde beka tehdidi altında olduğu değerlendirilen vatana sahip çıkma duygusunun milliyetçi

ideolojiyi sürekli beslediği, bu nedenle her siyasi harekette milliyetçi duyguların olumlandığı görülmektedir.

Türkiye'de milliyetçiliğin önemli görünürlük alanlarından biri de Kürt toplumudur. Kürt toplulukları, Anadolu'nun İslam ile tanıştığı Malazgirt Savaşı'nda Türklerle birlikte hareket etmiş, Selçuklu'nun ardından Osmanlı döneminde de yüzyıllarca bu coğrafyanın önemli etnik unsurlarından biri olmuştur. Zaman zaman aşiret isyanlarıyla gündeme gelen Kürtler 20. Yüzyıla kadar milliyetçilikten uzak kalmıştır. Avrupa'da milliyetçilik akımlarının artması ve ulus devletlerin kurulmasıyla Kürt entelijansiya, siyasi hareketin ilk işaretlerini vermeye başlamıştır. İkinci Abdülhamit'in İslamcı siyaseti sayesinde Osmanlı'ya bağlılığı süren Kürtler, bu sırada özellikle Avrupa'da yayımladıkları dergi ve gazetelerde Kürt milliyetçiliğini temellendirmeye devam etmiştir. Birinci Dünya Savaşı'nda Arap Şeyhlikleri gibi Osmanlı'dan kopma düşüncesiyle İngilizler ile yakınlaşan Kürt bölgeleri, savaş sonrası istediklerini bulamamıştır. Cumhuriyet'in kurulmasından sonra dini hassasiyetle başlayan ancak Kürt aşiretler arasında hızla yayılan Şeyh Said ayaklanması, Kemalizm'in kurucu ötekilerinden biri olmuş ve 1925'den sonra Kürt milliyetçiliği sıkı bir kontrole tabi tutulsa da siyasi olarak hep hazırda beklemiştir. 1980'li yıllarla birlikte silahlı eylemlere başlayan ve Kürtleri temsil ettiğini iddia eden terör örgütünün bölgede ezilmişlik üzerine kurulu bağımsızlık propagandasıyla taban oluşturmaya çalıştığı görülmüştür. 1990'lı yıllarda sorunlara siyasi çözüm bulmaya gayretli bir entelektüel grup, yerleşik partilerle işbirliği yaparak Meclis'e girmiş ancak terör örgütüyle arasına net bir çizgi çekemediği için ne sistem ne de halkın geniş kesimleri tarafından onaylanmıştır. Bunda 1990'lı yıllarda yapılan ve sivilleri de hedef alan büyük terör saldırılarının etkisi olmuştur.

Ak Parti Hükümetinin 2013 yılında başlattığı "diyalog yoluyla çözüm" arayışının ardından tarihinde ilk kez, sosyalist ve bazı liberal kesimleri de içine alarak, yüzde 10 barajını aşarak, Kürt milliyetçisi Halkların Demokrasi Partisi (HDP), Meclis'e girmiştir. 7 Haziran 2015'de yapılan seçimin ardından Şanlıurfa'da HDP'lilere yönelik bombalı saldırıyla PKK yeniden saldırılara başlamış ve 1 Kasım 2015'de yapılan seçimde HDP Meclis'e girmesine rağmen oy kaybetmiştir. Sonraki

süreçte PKK'nın saldırılarının giderek artması, HDP'li bazı milletvekillerinin açıkça örgütü destekler söylem ve eylemlerde bulunması üzerine, önce tüm partilerin milletvekillerinin dokunulmazlığı kaldırılmış, 15 Temmuz 2016'daki başarısız darbe girişiminin ardından ilan edilen olağanüstü hal sürecinde de HDP'nin eş genel başkanları ve bazı milletvekilleri tutuklanmıştır.

Kürtlerin Osmanlı egemenliğine girmeleri Osmanlı ve Safevi orduları arasında yaşanan Çaldıran Savaşı (1514) sırasında gerçekleşmiştir. Savaş sonrasında İdris-i Bitlisi ile Yavuz Sultan Selim arasında yerel Kürt beyliğinin özerkliğini esas alan bir anlaşma imzalanmıştır. Böylece Kürtler, yüzyıllar boyunca aşiret yapılanması temelinde Osmanlılık kimliğine bağlanmıştır (Kurubaş, 2004: 1).

Şah İsmail'in ordusunun Diyarbakır'ı kuşatması üzerine 25-30 kadar Kürt beyi, İdris-i Bitlisi vasıtasıyla padişaha gönderdikleri dilekçede, Kürt toplumların aşiretlerden oluştuğunu, din ve mezhep birliği dışında birbirleri ve Osmanlı ile bir arada olmalarının mümkün olmadığını beyan ederek Şii tehlikesine karşı yardım istemiştir. (Özcan; 2013: 57).

Kürt milliyetçiliğinin "Kitab-ı Mukaddes"i olan Mem-u Zin'de (1695) Ahmedi Hani, Kürtlerin birlik ihtiyacını anlatmaktadır (Oran, 2009: 873).

Oran (2009: 873), 1847'de bastırılan Bedirhan Bey ayaklanmasından sonra sosyo-ekonomik açıdan güçleşen Kürtlerin yaşamının, Kürt beylerinin Ermenilere uyguladığı sömürüyü katmerlendirdiğini belirtmektedir. Bunun bir diyalektik etki olduğunu ifade eden Oran, mağduriyet duygusunun da Ermeni milliyetçiliğinin doğmasına neden olduğunu anlatmaktadır. Diyalektik sonraki süreçte devam etmiş, 2. Abdülhamit'in Ermeni ayaklanmalarını bastırmak için Sünni ve büyük Kürt aşiretlerinden topladığı Hamidiye alayları Kürt milliyetçilik duygusuna katkıda bulunmuştur.

20. yüzyıl boyunca Kürt milliyetçi elitinin değişik iç etnik gruplardan gelen aydınlar tarafından oluşturulduğu bilinmektedir. Kurmanc, Zaza, Alevi ve Sünni farklılıkları olan Kürt gruplar çoğu zaman bir Kürt milliyetçiliği etrafında birleşememiştir (Bozarslan, 2009: 843).

Kürt milliyetçiliği, İkinci Meşruiyet'in ilk yıllarında daha çok kültürel bir özelliğe sahiptir. Bu yıllarda kurulan Kürt Terakki ve Teavün Cemiyeti, bölgede birlikte yaşam sürdüren Ermenilerle Kürtler arasında barışı ve meşrutiyete dayalı bir Osmanlı birliğini hedeflemekteydi (Bozarslan, 2009: 845). Cemiyetin tüzüğünde, Kürtçe'nin eğitim dili haline gelmesi için gerekli çalışmaların yapılacağı, Kürtçe eserlerin yayımlanacağı ve Kürt edebiyatı tarihinin hazırlanacağı gibi konular yer almaktadır.

1898'de yayımlanan Kürdistan Gazetesi, Kürtlük fikrinin savunulduğu bir organ olarak ortaya çıkmaktadır. Bu dönemde 14 gazetenin, Kürt okuryazarları arasında belli bir yankı oluşturduğu anlaşılmaktadır (Bozarslan, 2009: 845).

1896'dan itibaren çıkmaya başlayan Kürdistan gazetesinin *"Biz jön Kürtler", "Fert ölür, millet yaşar", "Kürdüm, İftihar ediyorum"* gibi sloganları kullanması, Kemalizmin kökeni olan İttihat ve Terakki ideolojisinden Kürt milliyetçiliğinin etkilendiğini göstermektedir (Oran, 2009: 875). Kürdistan terimi İttihat ve Terakki tarafından 1908 sonrasında Vilayat-ı Şarkiyye olarak değiştirilene kadar Osmanlı'da resmen kullanılmıştır (Oran, 2009: 873). İttihat ve Terakki yönetimi, kuruluşunda Kürt aydınları da içinde barındırmasına rağmen Türk milliyetçiliğine kayarken, Müslüman halklar arasında gelişen milliyetçi akımlara sıcak bakmamıştır. Bu nedenle, Kürd Terraki ve Teavün Cemiyeti yasaklanmıştır. İttihat ve Terakki ve Türk milliyetçisi akımlara duyulan tepki, Kürt milliyetçiliğinin bazı unsurlarının siyasileşmesini beraberinde getirmiştir. 1914'te başlayan Barzan, Soran ve Bitlis isyanlarında özerklik gibi Kürtçü taleplerin ifade edilmesi, bu açıdan önemli bir gelişmedir. Birinci Dünya Savaşında Ermenilerin ortak düşman olarak tanınması, Kürtlerin isyan stratejisinden vazgeçip devletle ittifak yapmalarına yol açmıştır (Bozarslan, 2009: 846).

Wilson ilkelerinin hemen ardından Kürt aydın ve uleması 1918'de Kürdistan Teali Cemiyetini kurmuştur (Kurubaş, 2004: 26). Kürt Teali Cemiyeti, klasik bir milliyetçi-Batıcı hareket olarak tanımlanmaktadır. 1919'da yayımlanan ve cemiyetin yayın organı olan Jin dergisi, Kürt hareketinin pozitivizm ve sosyal Darwinizmden etkilendiğini göstermektedir (Bozarslan, 2009: 847). İngilizler ile Kürtler arasındaki ilişkiler 1917'de kurulmuş, İngiliz Generali Nissel, *"Kürdistan Kürtlere!"* sloganı ile

Kürtlere yaklaşmaya çalışmıştır (Mesut'tan aktaran Kurubaş, 2004: 31). Sevr Anlaşmasında Ermenistan ile birlikte 62 ve 64. Maddelere dayanarak ve bir takım koşullar öngörerek özerk bir Kürdistan kurulmasına karar verilmiştir (Kurubaş, 2004: 99). Erzurum Kongresinin yapılma nedenlerinden biri de İngiliz himayesi altında ya da özerk bir Kürdistan kurulmasına engel olmaktı ve doğu vilayetlerinin Osmanlı'dan ayrılmaz bir bütün olduğu belirtilmekte, Müslüman kardeşliği vurgusu yapılmaktaydı (Kurubaş, 2004: 106). Buna rağmen Kürt Teali Cemiyeti, Wilson İlkelerinin de etkisiyle 1921'de Koçgiri Ayaklanmasını çıkarmıştır (Oran, 2009: 875). İngilizler'in Kürtlere desteği Lozan Anlaşması ve Musul Sorununun çözülmesinden kesilmiştir.

Kürt milliyetçiliğinin radikalleşmesi, Cumhuriyet'in ilanından sonra Kürt-Türk eşitliği ve Hilafetin savunulması gibi vaatlerin terk edilmesi, yeni yönetimde Türk milliyetçiliğinin itici güç olmasının bir sonucu olarak gerçekleşmiştir. Kemalizm'e karşı Kürt muhalefeti, en önemlileri 1925 Şeyh Said, 1927- 1930 Ağrı ve 1936-1938 Dersim isyanları olan bir dizi isyanla kendisini ifade etmiştir (Bozarslan, 2009: 848).

Dersim olaylarından sonra dondurula Kürt milliyetçiliği, 1950'de Demokrat Parti'nin Doğu'da rahatlık getirmesi sonucu yeniden işlemeye başlamıştır. Kürt gençleri büyük kentlerde üniversite okumakta, bölgelerinin sorunlarını dile getiren yayınlar çıkarmaktadır (Oran, 2009: 875-876).

Diyarbakır'da 1948'de Musa Anter tarafından yayımlanan Dicle Kaynağı gazetesi ve Osman Sabri gibi sol eğilimli Suriyeli Kürtlerin yazdıkları şiirler, Türkiyeli Kürtler arasında Kürt milliyetçiliğinin yeni bir safhasını başlatmıştır (Bozarslan, 2009: 852). Bu ortamda Türkçü/ırkçı Ötüken dergisinin Kürtlere hakaret olarak algılanan yayını, Kürt milliyetçiliğinin büyük bir çıkış yapmasına yol açmıştır (Oran, 2009: 876-877).

Diğer taraftan çok partili sisteme geçiş, aşiretlerin ve tarikatların sisteme entegre olmasını sağlamıştır. Demokrat Parti'nin Şeyh Said'in torunu Melik Fırat'ı milletvekili seçtirmesi, Cumhuriyet'in iki ötekisi olarak belirlenen, Kürtlük ve İslamcılıkla barışma eğilimini göstermektedir (Bozarslan, 2009: 851).

1960 Darbesi yapan cunta, Kürtlüğü bir tehlike olarak görmüştür. Darbeden hemen sonra 55 Kürt aşiret lideri sürgüne gönderilmiştir (Bozarslan, 2009: 853). 1960'ların sonuna doğru yeniden bir güç haline gelen Kürt Milliyetçiliği, Dicle Fırat, Deng, Yeni Akış gibi dergilerin, Musa Anter, Emin Bozarslan, Aşık İhsani gibi isimlerin makale ve kitaplarıyla liseli ve üniversiteli Kürt gençliği arasında ilgi uyandırmıştır. 1968'de Memü Zin'in yayımlanması, Kürtçenin yazılı bir dil olarak varlığını vurgulaması açısından önemli bir adımdır (Bozarslan, 2009: 853).

1960'lı yıllarda sol söylem, kendisini ezilen bir milletin temsilcisi olarak algılayan Kürt hareketinin Marksist-Leninist söylemin milli meseleye gösterdiği ilgiden etkilenerek, TİP ve Dev-Genç'in içinde yer almaya başlamıştır (Bozarslan, 2009: 854).

Kürt milliyetçiliği Türk solunun şemsiyesi altında 1969'da Devrimci Doğu Kültür Ocakları'nı (DDKO) doğurmuştur. Kemal Burkay Özgürlük Yolu Dergisinde, Irak Kürtlerinden, ulusal kurtuluş savaşlarından söz ederek demokrasiye, ayrılma hakkına, *"Kürt Halkı"* ve nihayet *"Türkiye Kürdistanı"*na varmıştır (Oran, 2009: 877).

1977'de Kürt esnaf, zanaatkâr, ulema ve köylüleri arasında önemli bir etkinliğe sahip olan TKDP'den (Türkiye Kürdistan Demokrat Parti) ayrılan ve KUK (Kürdistan Ulusal Kurtuluşçuları) adını alan örgüt silahlı mücadeleyi hedeflemekteydi. İkinci bir örgüt ise, Abdullah Öcalan etrafında 1974'te oluşan grubun 1977'de PKK (Partiya Karkeren Kürdistan-Kürdistan İşçileri Partisi) adı ile oluştu. Kuruluşuyla birlikte silahlı mücadeleye başlama kararı alan PKK, *"Kürdistanı"* bir sömürge olarak değerlendirmekte ve Kürt halkı arasında *"ulusal kurtuluş"* başlatmayı amaçlamaktaydı (Bozarslan, 2009: 858-859).

12 Eylül Askeri Rejimi, Kürtlerin yeniden eline silah almasına neden olmuştur. Cezaevlerinde işkence görenler kurtulur kurtulmaz dağa çıkarak 1984'te terör saldırılarına başlayan PKK'ya katılmıştır. PKK'lıların barınmaması için yakılan köylerden göçenler büyük kentlerde Kürt diasporası oluşturmuştur. Diasporanın daha baskın olan milliyetçiliği, ideolojinin ülke çapına yayılmasına neden olmuştur (Oran,

2009: 878). İlkel milliyetçiliğe sert eleştiriler yöneltmekle birlikte gerçekte PKK, esas olarak şiddete ve fedakarlığa dayalı milliyetçi bir söylem de geliştirmiştir (Bozarslan, 2009: 861-862).

Kemalizm gibi PKK da, şehitlerin ve *"Önder"*in, iyiler ile kötüler arasındaki mücadelenin tek garantörleri olarak görüldüğü bir anlatı oluşturmuştur. Böylece, Türklerin *"tanrılaşan"* Mustafa Kemal'ine, Kürtler *"Güneşleşen"* Abdullah Öcalan ile cevap vermek istemiştir (Bozarslan, 2009: 863).

Öcalan'ın yakalanmasından sonra öne sürdüğü, Kürtlerin kültürel haklarının tanınmasını da içerecek Demokratik Cumhuriyet ve PKK'nın siyasallaşması programı, Kürt Hareketinin gelişim seyrini değiştirmiştir. İstiklal ve Sosyalist Ortadoğu hedefinden vazgeçtiğini açıklayan Öcalan, Misak-ı Milli'yi sahiplenerek Kemalizm ile barışmayı önermiştir. Fakat bu yeni çizgi Kürt sorununun çözülmesinden çok dondurulduğunu göstermiştir (Bozarslan, 2009: 865).

Çok partili hayata geçişle birlikte Kürt bölgeleri, aşiret ve tarikat bağları nedeniyle AP ve CHP'ye önemli ölçüde oy kazandırmıştır. Diğer bazı Kürt milliyetçisi kesimler de, MSP geleneğinden gelen partilere oy ve temsilci vermiştir. 1990'lı yıllarda HEP, DEP, HADEP çizgisinde siyaset yapan Kürt milliyetçileri, faili meçhul şekilde öldürülmüş, radikalleşen tabanın bir kısmı PKK çizgisine kaymıştır (Bozarslan, 2009: 866-867).

Öcalan'ın yakalanmasından sonra eylemlerini durduran PKK, 2004 yılında terör saldırılarına başlamış, siyasi kanat da çalışmalarını yoğunlaştırmıştır. DTK'nın ilan ettiği demokratik özerklik, Öcalan'ın 2005 yılında açıkladığı yol haritası ve buna paralel biçimde 2010 yılının son ayında DTK tarafından öz savunma güçleri adıyla gündeme getirilen tartışmaların nihai ifadesidir. Bu düşünce her ne kadar kamuoyunda DTK ve BDP'nin kendinden menkul düşüncesi gibi algılansa da, bu algı gerçekle örtüşmemektedir. Kaynağı postmodern nitelikli çeşitli tezlere ve özellikle 1960'ların sonlarına doğru Murray Bookchin tarafından ortaya atılan *"Toplumsal Ekoloji"* akımına dayanmaktadır (A. Mutlu, 2011: 94).

Demokratik Özerkliğin birçok maddesi demokrasi bağlamında açıklanabilecekken, bildirge, kültürel farklılıklara dayalı yerel ve bölgesel bir yapılanma öngörmekte, *"kendi bayrak ve sembollerini kullanabilme, dini örgütlenme"* (milliyet.com.tr) talepleri dikkat çekmektedir. Bu nedenle Kürt hareketinin nihayetinde ayrılıkçı olduğu kanısı oluşmaktadır. Özdağ, Kürt milliyetçiliğinin biyolojik ırkçı, şovenist, saldırgan, dışlayıcı bir nitelik taşıdığını ifade etmektedir (Özdağ, 2016: 15).

Temsiliyet tartışmaları da Kürt siyasi hareketinin her döneminde yapılagelmiştir. PKK'nın ve siyasi uzantısı olan partilerin Kürt halkını temsil etmediği resmi söylemde sık sık vurgulanırken Kürt vatandaşların önemli bir bölümü örgütün hem de partilerinin Kürtleri temsil ettiğini düşünürken, genel kamuoyunda Kürt halkının tek temsilcisinin örgüt ve parti olamayacağı, ancak ayrılıkçı hareketin Kürtler tarafından desteklendiği kanaatini de taşımaktadır.

Yapılan araştırmalarda, halkın yüzde 11'i kendisini etnik anlamda Kürt olarak tanımlamaktadır. Yine halkın yüzde 32'si Kürt siyasi hareketini çatısı altında toplayan HDP'nin Kürtlerin temsilcisi olduğunu düşünmektedir. Bu oran PKK'nın Kürtleri temsiliyle ilgili soruda yüzde 19'a düşmektedir. Kendisini Kürt olarak tanımlayanların HDP ve PKK'nın kendilerini temsil ettiği yönündeki olumlu oylarının Türklere oranla yüksek olduğu belirlenmektedir. Diğer yandan Türkler ile Kürtleri bağlayan unsurların başında Müslümanlık gelirken, ortak tarih ikinci sırada yer almaktadır (khas.edu.tr).

4. Siyasette ve Medyada Düşman Yaratma, Ötekileştirme ve Kutuplaşma

> *"Demokrasi ya da halk yönetimi kadar iç savaş ve karışıklıklara elverişli, varlığını korumak için uyanıklık ve yiğitlik gerektiren başka bir yönetim yoktur. Gerçek bir demokrasi hiçbir zaman var olmamıştır. Bir tanrılar ulusu olsaydı, demokrasi ile yönetilirdi. Böylesi olgun bir yönetim insanların harcı değildir"* (Rousseau, 2014: 64).

Rousseau'nun bu tespiti günümüzde de geçerliliğini korumaktadır. Halkın kendi iradesini kullanarak kendisini yönetmesi anlamına gelen demokrasinin tam anlamıyla

yerleşmesi ve korunması büyük önem taşımaktadır. Çünkü demokrasi yönetimi, içinde sürekli bir mücadeleyi barındırmaktadır. Meşru bir yönetimin oluşturulması ve devamı birbirine rakip olan siyasi ya da ideolojik hareketlerin mücadelesi sonunda ortaya çıkmaktadır. Gerek mevcut meşruluğun bozulması, gerek yeniden meşrulaştırma, politik süreçten dışlanan eski topluluklar ile politik sürece yeni katılan topluluklar arasında çatışmaları, dolayısıyla kontrolü ele geçirme mücadelesini doğuracaktır (Sarıbay, 2014: 194).

İktidar, toplumun ürettiği siyasal, dinsel, bilimsel ve ticari artı değerin paylaşımıdır ve çatışma, bu paylaşımın doğal sonucu olmaktadır. Geniş anlamıyla hayata tutunmak isteyen birey, paylaşımın içinde yer alır ve paylaşmak için de çatışabilmektedir (Ural, 2010: 44).

Demokratik iktidar mücadelesinin merkezinde temsil sistemi vardır. Temsil edenler de genelde seçkin tabakadan olmaktadır. Eğitim ve bilişsel düzeyleri halktan yüksek olan bu kişiler, sembolleri manipüle ederek kitleye kendi yorumlarını kabul ettirmeye çalışmaktadır (Sarıbay, 2014: 75).

Apter, seçkinlerin başvurduğu ideolojik aracı *"politik din"* olarak adlandırmaktadır. İdeoloji sembolik bir güçtür ve devleti kutsal/dokunulmaz özelliklere dayandırarak kontrolün kurumsallaşmasını da gerçekleştirmektedir (akt. Sarıbay, 2014: 193).

İdeolojiyi hakim kılmanın araçlarından biri de kontrol mücadelesine girilen karşıtların, onların siyasi ve ideolojik sınırlarının belirlenmesidir. Bireylerin ve politik yapıların bu konudaki tutumları farklı olmaktadır.

Bireylerin politik nesnelere karşı tutumunu oluşturmaya katkıda bulunan üç etken bulunmaktadır. Bunlar bilişsel, duygusal ve yargısal etkenlerdir (Almond'dan akt. Sarıbay, 2014: 65). Örf, adet ve ön yargılardan kaynaklanan davranışlar bilişseldir. Sosyal psikolojide, irdelemenin önüne engeller konarak, korkular aşılanarak, ajite edilerek yetiştirilen ve eğitilen bireylerin uyarılara karşı verdikleri tepkiler *"duygusal eylem"* olarak tanımlanmaktadır (Ural, 2010: 9).

İktidarın kurumlaşmış şekli olan devletin varlık nedeni, birbiriyle çatışan sınıfların olmasıdır. Devlet sınıf düşmanlığını denetlemektedir (Ural, 2010: 27). Bunu bazen rıza ile bazen de polis, yargı ve istihbarat toplama gibi baskı araçlarıyla gerçekleştirmektedir.

Tarih boyunca, egemen olmak isteyen güçler, rızayı üretmek istemiştir. İnsanın bilgilerini, isteklerini ve yargılarını akla göre şekillendirmeye çalışan iktidar, Schopenhauer'in ifadesiyle, insanı, istediğini yapan ama istediğini isteyemeyen bir canlı haline getirmek için uğraşmıştır (Ural, 2010: 31).

Medyanın ilk hedefi ego ve şartlı duygulardır. Haber şahsiyetleriyle direk kurulan duygusal bağ, aşırı ben-merkezci dünya görüşleri doğurmaktadır. Haber insanlara *"ben", "benim ve grubumun, ülkemin huzuru"* yaklaşımını, farklı sosyal gerçekliklere tercih ettiren bir dünya görüşü vermektedir (Bennet, 2000: 98).

Psikolojik ve sosyolojik olarak bireyi yanında, tarafında tutmanın etkili bir yolu karşıt ya da düşmanlarıyla arasındaki farkları, sınırları ortaya koymaktır. İnsanın topluma adapte olmak için başvurduğu etnomerkezcilik, ön yargılar ve stereotipler gibi psikolojik araçlar onun bir fikre inandırılabilmesini sağlamaktadır. Bir insan, kendi çıkarlarının tehdit edildiğine kolaylıkla ikna edilebilmektedir. Karşı görüşten birinden söz edildiğinde zihni yönlendirilebilmektedir (Fromm, 2001: 173).

İlkel toplumlardan bu yana kitleler, sürekli gerçek ve sahte düşmanlarla. saldırmaya hazır tutulmuştur. Bunu başarmak için, insanlar din, namus, kavim, tanrının temsilcilerini koruma, demokrasi, özgürlük, vatan, cihat ve savunma gibi gerekçelerle düşmanlık duygularıyla doldurulmaktadır (Erdoğan, 2014: 48).

Barış zamanlarında mutlak otoriteyi gerektirecek bir istikrarsızlık yoktur. Fakat savaş zamanı, bir kabile için hayatta kalma sorunu ortaya çıkmaktadır. Savaş tehlikesine karşı otorite sahibi birliği kurarsa zorlu dönem atlatılabilecektir. Kimi kabile şefleri bu yüzden kabileler arası savaş çıkarıp iktidarını yeniden pekiştirmiştir (Bostancı, 2011: 36). Diğer yandan ilkel topluluklarda ideolojilere göre kendi dünyaları dışında ya kaos ya da hiçlik vardı ama daha gelişmiş ve birbirleriyle

bağlantılı toplumlarda ideolojiler, *"imansızlar, putperestler, yabancılar"* gibi içinde bir başkalık boyutuna sahiptir (Therborn, 2008: 41).

Canetti (2012: 162), düşman tehdidine karşı kendi kitlesini oluşturmanın bir savaş yöntemi olduğunu belirtmektedir. Ortaçağda kilise papazları ve keşişler birer ajitatöre dönüşerek Haçlı Seferleri'nde olduğu gibi dev kitleler oluşturabilmiştir.

Modern dönem de önceki çağlarda olduğu gibi ikiliklere dayanmaktan geri durmamış, kendini bu ikiliklerin derinleştirilmesi üzerine kurmuştur. Öznel-nesnel, bilimsel-metafizik, doğu-batı, efendi-köle, proleterya-kapitalist ve dost-düşman ikilikleriyle toplumsal ve siyasal süreçlerin kontrol altında tutulması amaçlanmaktadır (Parlak ve Yıldırım, 2014: 5).

Eagleton (akt. Parlak ve Yıldırım, 2014: 12), ideolojiyi çıkarlarını gözeten toplumsal güçlerin üzerinde çatıştığı ve çarpıştığı alan şeklinde tanımlamaktadır. Dolayısıyla siyasi fikirlerin ve ideolojilerin doğasında karşıtlık vardır. Siyasal olan, çatışmacı ilişkilerin sınırlarını belirler dışarıda bazı kavramlar bırakır, dışlar ya da önemsiz gibi gösterir. Kendi alanını ve doğrularını işaretleyerek kurduğu sınırlar, o düşüncenin normal-anormal çizgilerini de oluşturur (Parlak ve Yıldırım, 2014: 1). Siyaset bu karşılıklı etkileşimde biçimlenir ve kamusal alan, siyasal sınırların üretildiği alanlardır. Diğer bir deyişle siyasal kavramı, dost-düşman arasındaki ayrımı, antagonizmayı geliştirme sürecidir (Parlak ve Yıldırım, 2014: 6-8).

Düşmanlar arası mücadeleyi anlatan antagonizma, bir kimliği meydana gelmekten alıkoyan çatışma olarak ele alınmaktadır. Antagonizmanın içeriğindeki çatışma, siyasal olanı üreten içsel bir çatışmadır (Parlak ve Yıldırım, 2014: 47).

Siyasetin karşıtlıklar üzerinden yapıldığı görüşü önemli bir gerçekliktir. Bostancı (1998: 122), *"Eğer iktidara gelindiğinde taraftarlara ötekilerden farklı davranılmayacaksa iktidara gelmiş olmanın bir anlamı kalmayacaktır"* ifadesiyle bu gerçekliği ortaya koymaktadır. Teorik olarak herkesin iktidarı olunmaktadır ancak pratikte kendisine oy veren kitlenin sorunlarının çözümü her zaman öncelikli olmaktadır. Ancak sorun sahte karşıtlıklar ve düşmanlıklar oluşturmakta ya da var olan çelişkilerin sürekli üzerine giderek artmasına neden olunmasında ortaya çıkmaktadır.

Düşmanlaştırmanın psikolojik temeli, insanın korku ve eksiklik duygusudur. Yönetmek istediği kitlenin ya da bireyin korkusundan beslenmek ve bunu düşmanlığa dönüştürüp karşı tarafın korkmasını sağlamak amaçlanmaktadır.

Ötekinin tanımlanması, öznenin kendi varlığındaki eksikliklerin ağırlığı ile yok olmasını engellemektedir. Özne ötekideki eksiklere göre kendini yapılandırır. Ötekide görülen eksiklik ve benzerlikler öznenin yaşadıklarına (travmalara) tahammül etmesini sağlar. Özne, ötekiden koptuğu anda varlık nedenini yitirmektedir (Çoban, 2005: 289).

Foucault savaşın, bizzat barışın şifresi olduğunu ifade etmektedir. İnsanlar birbirine karşı savaş içindedir ve bu savaş hattı topluma sinerek, bireyleri ve grupları bir safa ya da öbürüne konumlamaktadır. Tarafsız özne yoktur, zorunlu olarak birisinin düşmanı olunmaktadır (Bilgili, 2009: 54). Savaştaki iki cephe, iktidar ve muhalefet, iyi-kötü denkleminde birbirinden beslenirken aynı anda birbirini reddetmektedir. Levi-Strauss'un *"yutma ve kusma"* metaforu gibi, birbirine karşı hem yutma (onun seçmen kitlesini absorbe etme) hem de kusma (onun toplumsal çevresini ayırt etme, dışarıda bırakma, katmama) eğilimlerini barındırmaktadır (Bostancı, 2011: 158).

Kimlikler kişisel ve toplumsal düzlemde, olumsuz, sakıncalı ya da arzu edilmez olarak sınıflandırılabilir. Bu sınıflandırma ile ötekinin kimliği tecrit ve yok etmek için oluşturulmuş uygulamalara meşruiyet sağlanabilmektedir (Keskin, 2012: 14).

Sınıflandırma ve streotip[4] oluşturmada kelimelerin de önemi vardır. *"Onlar", "şu insanlar", "şu Türkler"* gibi ifadelerle kendisini merkezde gören gruplar, önyargıları kullanarak karşı grupları ötekileştirme sürecinde sözel olarak onaylamayı gerçekleştirmektedir (Van Dijk, 2005: 339).

Göka (2011: 11), siyasette nefretin sevgiden daha kullanışlı bir duygu olduğunu belirtmektedir. Çünkü nefret birleştiricidir. Bir şeyden nefret edenler fazla ayrıntıya girmeden ve birbirlerine benzerliklerine bakmadan, tehdit kaynaklı korkunun da etkisiyle kolayca bir araya gelebilmektedir. Bir şeye duydukları nefret, bir arada

[4] Stereotip: İnsanların başkalarını tanımlaması için oluşturduğu ya da oluşturulmuş kategoriler

bulunmamalarını gerektiren yüzlerce sebebin üzerine çıkabilmektedir. Nefret duygusunu en güçlü yaşayanlar ise mağdurlardır. Bu yüzden siyasi kampanyalarda kitlenin, bir siyasetçiyi sevmesinden çok, onun rakiplerinden nefret etmesi sağlanmaktadır (Göka, 2011: 11).

Görüldüğü gibi hem siyasal hem de toplumsal ilişkilerde iknanın, rıza üretmenin yolu psikolojik ve duygusal süreçlerden geçmektedir. İkna mantıktan öte iç psikolojik yapının değiştirilmesine bağlıdır (Göka, 2011: 10).

Bu anlamda medyadaki politik mesajlar, kitleyi yönlendirmek isteyenlerin amaçları doğrultusunda duyguları yönlendirmenin, aynı zamanda onların hissettiği bir duygu açlığını gidermenin en önemli aracı olarak kullanılmaktadır. İletişim sürecine katılmanın ana nedeni ötekilerden haberdar olmaktır. Başkalarının nasıl yaşadığına, ne düşündüğüne, nasıl davrandığına veya nasıl tepki verdiğine bakarak bir tutum benimsenmektedir (Güneş, 1996: 193). Ötekilere ilişkin inançlar, edebiyat, ders kitapları ve seçkinlerin söyleminin yanı sıra daha da ağırlıklı olarak kitle iletişim araçlarının söyleminden etkilenerek şekillenmektedir (Çoban, 2013: 111).

Mills (1974: 420), sokaktaki insanın, rasyonel değil, irrasyonel bir yaratık olduğunu, bu yüzden siyasetçiler ve medyanın, bilgi vermeye değil insanların duygularını harekete geçirmeye yönelik strateji izlediğini belirtmektedir. Çünkü birey, ideolojik yapılarının temelini duygularına uygun, onları aklayan düşüncelerden oluşturmaktadır (Mills, 1974: 438).

Medyada o kadar çok mesaj verilmektedir ki, insanlar bu bilgilerin doğruluğunu kontrol edecek zaman bulamamaktadır. Her bir haberi kendi akıl ve vicdan süzgeçlerinden geçirmeyi deneyenler de bir süre sonra yılmakta ve bir bakış tarzına teslim olmaktadır. Bu bakış açısı, kitleye, olayları nasıl değerlendireceğini, ötekileri nereye oturtacağını bir anlamda dayatmaktadır (Uğur, 1991: 234).

Sunduğu bakış açısına belli ölçülerde teslim olan kitlenin kendi görüşlerini destekleyen ya da karşıt görüşü çürüten tezlere ihtiyaç duyduğu öngörüsüyle hareket eden medya, çatışma ortamını destekleyecek siyasal mesajlar üretmektedir. Uğur (1991: 237), gerçeğin her zaman savaştaki ilk kurban olduğunu belirtmektedir. Savaş

sırasında özgür haberleşme beklemenin hayal olduğu açıktır. Savaşan taraflar en iyi ihtimalle sınırlandırılmış, genellikle de yönlendirilmiş bir haber akışı sağlamayı amaçlamaktadır.

Siyasi rekabeti de bir yönüyle *"silahsız bir savaş"* olarak görmek, abartılı bir tanımlama olmayacaktır. Dış ve iç düşmanlara karşı savaş. Bu nedenle propaganda çalışmalarında gerçeğin çarpıtıldığı sıklıkla görülürken siyasal olarak angaje olmuş kanalların da kendi alanını, kitlesini rahatsız edecek bilgileri, yani gerçeği sansürlemesi neredeyse işin doğası haline gelmiştir.

Haber, siyasal bilgi eksikliğini kapatırken, ideoloji taşıyan bir metin olarak ayrımcılığın, ötekileştirmenin, siyaseten güçlü olanın zayıf olana karşı bir saldırı aracına da dönüşebilmektedir. Bu tür haberler ile yabancı düşmanı, ırkçı, İslam ya da farklı bir din karşıtı mesajları dolaşıma sokulmakta, toplumsal çatışma medya aracılığıyla yeniden üretilmektedir. Bu metinler açıkça nefret söylemi içermektedir (Yılmaz, 2013: 30). Yılmaz (2010: 32), nefret söyleminin oluşması için medyanın varlığının zorunlu olduğunu vurgulamaktadır. Çünkü nefret ettirmenin en önemli yolu, insanları birbirinden uzak tutmaktır. Medyanın mesajlarını alan kitleler birbirinden uzaktır ve tanışıklıkları yoktur. Bu uzaklık, önyargı ve düşmanlıkları arttırmaktadır.

ABD medyası düşmanlıklar oluşturmaya dayalı siyasi propagandanın ilk ve önemli örneklerini vermiştir. Herman ve Chomsky'e göre medya bir propaganda aracıdır ve iktidar odaklarının çıkarlarına göre haberleri sistematik olarak siyasi bir kutuplaşmanın konusu haline getirmektedir (Çoban, 2009: 197). İkinci Dünya Savaşı sırasında propaganda, savaş stratejilerinin bir unsuru haline gelmiştir. Düşmanın itibarını azaltma ve zedeleme, onu bir cani gibi gösterme, nefreti körükleme stratejileri... (M. Mutlu, 2003: 188).

Bir *"enformasyon savaşı"* olan Körfez Savaşı'nda dünya savaşlarındaki teknikler daha da geliştirilmiştir. ABD ve müttefikleri kamuoyunu yönlendirmek için medyayı kullanmış, Körfez Savaşını *"Haçlı Seferleri"* gibi göstermeye çalışmıştır (M. Mutlu, 2003: 308).

Amerikan medyasında, İslam dünyasına karşı ötekileştirme ve düşmanlaştırmanın bir sistematik dâhilinde yapıldığı görülmektedir. Edward Said (2010: 82), Batı'da 1967'deki Arap-İsrail savaşından bu yana Arap dünyasına ilişkin indirgemeci ve ırkçı bir bakış olduğunu aktarmaktadır. Arapları, gevşek deve binicisi, terörist ve saldırgan zengin şeyhler olarak gösteren film ve televizyon şovları hızla artmıştır. Müslümanları her kötülükten sorumlu gösterip bir Batılının onları yok etmesi üzerine kurulu senaryo trendini, 1985'deki Delta Force filminin başlattığını belirten Said'e göre haber medyası da, Körfez Savaşı'nda George Bush'un peşine takılarak düşman yaratma anlamında *"en başarılı"* örneğini sunmuştur. Chomsky (2005: 24), halkın yaşadığı mağduriyetlerden şikâyet etmemesi için dikkatinin başka yöne çekildiğini, bunun için medyadaki eğlence yayınlarının yeterli olmadığı durumlarda, onların düşman korkusuyla körüklediğini ifade etmektedir. Bu nedenle uluslararası teröristler, uyuşturucu kaçakçıları, çıldırmış Araplar ve Saddam Hüseyin gibi düşmanlar yaratılmıştır.

Medya Körfez Savaşı sırasında savaş taraftarlığını, düşmanlaştırma stratejisini kullandığı dil ile de açıkça ortaya koymuştur. Muhabirler hedefe ulaşan bombalarla ilgili *"Sadece bir kaybımız var", "Scudlardan birini havada vurduk"* ifadelerinde olduğu gibi biz-onlar, bize-onlara yaklaşımını benimsemiştir (Bennet, 2000: 95).

Amerikan film endüstrisi, son yıllarda özellikle İslam coğrafyasında ülkenin bozulan imajını düzeltmek için açık düşmanlaşma stratejisi yerine Müslümanlar arasında ılımlı-radikal karşıtlığı üzerine mesajlar üretmektedir. Oryantalizmden vazgeçilmemekte ancak Müslümanlara ve İslam'a değil radikal unsurlara düşman olunduğu ustaca işlenmektedir (Akyüz ve Kazaz, 2014: 467).

Kitle iletişim araçlarının endüstri toplumlarında gördüğü işlevin, mitlerin ilkel toplumlarda gördüğü işlevle eşdeğer olduğu savunulmaktadır (Fiske, 2014b: 231). Medyanın bu söylemi, siyasal ayrışmayı hatta şeytanlaştırmayı da belirleyen önemli bir etkendir. Medyanın dili, anlatıları normalleştirerek gündelik yaşamın bir parçası haline dönüştürdükçe izleyici/okuyucu, söylemdeki düşmanlaştırmayı kanıksamaktadır (Parlak ve Yıldırım, 2014: 34). Medya, haberlerde "korku çığırtkanlığı" yaparak izleyici çekmekte, çok etkili iki duygu olan savaş ve ölüm

korkusu, sürekli üretilmekte, izleyici haberlere daha da bağlanmaktadır (Ural, 2010: 143).

Politik haberlerin kitlede istenilen etkiyi oluşturması için, verilen mesajın baskın bir şekilde kullanılmasına özen gösterilmektedir. Bu nedenle haber kaynakları, önyargıları engelleyecek bir nesnellik görüntüsü oluşturmak için titizlikle belirlenmektedir. Lance Bennett'in düzenlediği bir araştırmada, ABD'nin iki önemli şehrindeki gazetelerde çıkan haberlerin başvurduğu kaynaklar incelenmiştir. Amerikan Hükümetinin desteklediği El Salvador'la ilgili yayınlarda kaynakların yüzde 80'inden fazlası El Salvador hükümetinin destekçileri çıkmıştır. Hükümetin düşman olarak belirlediği Nikaragua'yla ilgili yayınlarda ise bu kalıp tersine dönmüş, haber kaynaklarının büyük çoğunluğu Nikaragua hükümetine düşman çevrelerden seçilmiştir (Chomsky, 2012: 116).

Kaynak kadar kullanılan dil de, kitlenin hangi tarafta olması ve karşı tarafa nasıl bakması gerektiğini dayatan özellikler taşımaktadır. Özer (2011: 63), haber ve ideoloji ilişkisiyle ilgili yaptığı çalışmada, karşıt görüşü savunan gazetelerin haber dilindeki farklılığı ortaya koymuştur. Türkiye'de yayın yapan Ortadoğu ve Ülkede Özgür Gündem gazeteleri ülkenin bazı yerlerinde yaşanan işçi eylemleriyle ilgili tam tersi bir duruş sergilemiştir. Milliyetçi bir gazete olan Ortadoğu, işçiler için *"Kudurdular"* başlığını kullanırken, Sol bir çizgisi olan Ülkede Özgür Gündem, işçilere yapılan müdahaleyi *"Filistinleştirme"* ifadesiyle okuyucusuna duyurmuştur. Bu başlıklar, siyasal yanlılık ve gazetelerin ait oldukları ideolojik atmosferin bir tezahürüdür.

İdeolojik gazetelerin yayıncılık anlayışının ardında habercilik kaygılarından çok kavgada taraf olma isteği bulunmaktadır. Sadece bilgi ve haber vererek satış yapmak hayli zordur. Bu yüzden gazeteler okura yalnız olmadığını hissettirecek bir *"duruş"* satma zorunluluğuyla karşı karşıya kalmaktadır. İdeolojik yayınlar, katharsis[5] satarak izlerkitlenin bilinç dışına ittiği kötü duygularını boşaltmasını sağlamaktadır (Yılmaz, 2013: 66-67).

[5] Katharsis: Duygusal boşalma

Türkiye'de de ideolojik gruplara ya da siyasi partilere yakın yayın yapan kuruluşların düşman tanımlarının sık sık değiştiğine, bu doğrultuda haber kaynaklarının da aşırı uçlara gidebildiğine şahit olunmaktadır. Ak Parti Hükümetine yakın medya organlarının, Ergenekon ve Balyoz Davası süreçlerinde adeta şeytanlaştırdığı ordu içindeki bazı subayları, bu davaların sahte delillerle açıldığının anlaşılmasının ardından aynı subayları haber kaynağı olarak değerlendirdiği görülmektedir. Aynı şekilde hükümet karşıtı medyanın da, 17 Aralık sürecine kadar düşmanlaştırdığı Fethullahçı Terör Örgütü üyelerini, bu tarihten sonra hükümete karşı yolsuzluk haberlerini meşrulaştırma aracı olarak gördüğüne tanık olunmuştur. Chomsky (2012: 9), bu habercilik tarzının kabullenilmesini, otoritenin her yaptığına, söylediğine inanma ve bu temelde, herhangi bir sorundaki aktörleri, iyi ve kötü diye ayırmaya hazır olma eğilimiyle açıklamaktadır.

Kaynakların, araçların ve mesajların tamamının mesajı üreten açısından *"olumlu"* olması bir zorunluluk değildir. Önemli olan hâkim söylemdir. Bu bağlamda, bir iktidar aleyhte kasıtlı yayın yapan medya grubunun faaliyetlerinden tedirgin olması anlamsızdır. Karşıt görüş, kendi izleyicisinin ilgisini istenmeyene çektiğinden ve o yönde iyi kötü bir merak uyandırdığından, uzun dönemde bu rakip yayınlar izleyicinin kendine yakın kanal, kaynak ve mesajlara bağlılığını da arttırabilmektedir (Göka, 2011: 73). Kitle, karşıt mesajları aldıktan sonra görüşlerini destekleyen medyadan rahatlatıcı bir mesaj beklemektedir. Böylece demokratik bir medya yapısı olduğu imajı da güçlenmektedir.

Siyasal kampanyalarda da, bu çıkış noktasından hareketle, kendi seçmen kitlesinin görüşlerini takviye etme stratejisi uygulanmaktadır. Çoğu seçmen kararını kampanya döneminden önce verdiği için medya, oy verme davranışı üzerinde çok az doğrudan etkiye sahiptir. Ancak kararını kampanya döneminde oluşturan seçmenlerin oy tercihlerinde ideolojik faktörler daha etkilidir. Bu kesim, seçim dönemindeki toplumu kutuplaştırıcı siyasi atmosferden kayda değer şekilde etkilenmektedir (Uslu, 2009: 29).

Türkiye'de bu açıdan bakıldığında sadece seçim dönemleri ya da siyasi çalkantıların olduğu dönemlerde değil genel olarak nefret söylemi ve düşmanlaştırma

uygulamalarının basında yer bulduğu görülmektedir. Özellikle *"ihanet"*, Türk siyasal kültüründe muhalifleri ötekileştirmenin, şeytanlaştırmanın önemli kavramsal araçlarından biridir (Parlak ve Yıldırım, 2014: 78).

Türkiye'de yayınlanan 24 ulusal gazete üzerinde, ayrıma ve nefret dili kullanan ya da hedef gösteren haber ve köşe yazıları çerçevesinde yapılan bir araştırmada, nefret söylemi kategorilerinden en çok düşmanlık ya da savaş söyleminin kullanıldığı, bunu küfür/hakaret/aşağılama söyleminin izlediği, üçüncü sırada abartma/yükleme/çarpıtma ve dördüncü sırada ise doğal kimlik öğesini aşağılama unsurunun kullanıldığı tespit edilmiştir (nefretsoylemi.org'dan aktaran Parlak ve Yıldırım, 2014: 60).

Demokratik siyasetin doğasında farklılıkların olması doğaldır. Toplumsal ve ideolojik farklılıklar siyasi rekabetin üzerine kurulduğu zeminlerden biri olarak görülmektedir. Medyanın da bu görüş farklılıklarını hedef kitlesine yansıtarak görüşlerinin şekillenmesine, seçim yapmasına olanak sunması beklenmektedir. Fakat medyanın önemli bir bölümünün tek taraflı, tarafındakileri kaybetmeme, karşı tarafı *"ötede/karşıda tutma"* şeklindeki yayıncılık anlayışı, toplumda birbirinden medya yoluyla haberdar olan insanların ötekileştirme, düşmanlaştırma duygularının artmasına neden olmaktadır. Siyasi rant ve taraftar devşirme adına yapılan ideolojik yayıncılık kutuplaşmayı körüklemektedir. Diğer yandan medyada tek sesliliğin olmaması, insanların kendi görüşlerine yakın medya organlarını bulabilecek çeşitliliğin olması kutuplaşmanın, siyasal ayrışma düzeyinin ötesine gitmesini de bir ölçüde engellemektedir. Karşıt görüşlere maruz kalmak zorunda olmadığını hissetmesi izleyici/okuyucuyu rahatlatmakta, yakınlık kurabileceği kanallar olduğu hissi taşımaktadır.

4.1. Medyanın Bağımsızlığı ve Tarafsızlığı Çerçevesinde Türkiye'de "Yandaş-Muhalif" Medya

"Bir adam öldürmek, akıllı bir canlıyı yok etmektir ama iyi bir kitabı susturmak, aklın kendisini yok etmektir" (Jeanneney, 2006: 29).

Bu ifadeyi kullanan İngiliz Şair John Milton, *"kitaplar öldürülmesin"* diye uğraşı veriyordu. Fikirler tarih boyunca hep tehlikeli görülmüş ve öldürülmeye çalışılmıştır. Yerleşik kanaati, hâkim güçleri eleştiren, düzeltmeye çalışan fikir sahipleri de hep hedefte olmuştur. Yeni bir din getiren peygamberler, var olan düzeni eleştiren filozoflar, ideologlar, yazarlar ve nihayet gazeteciler ya şiddete maruz kalmış ya da sapkın olarak nitelenip toplumdan dışlanmıştır.

Yönetici zümre başta olmak üzere dar bir çevrede cereyan eden olayları haber olarak halkın tümüne mal eden gazeteler, fikir özgürlüğü konusunda yepyeni bir dönemi başlatmıştır. Modern anlamda Batı'da başlayan gazetecilik yöneticilere karşı halkın yanında duruşu nedeniyle ya susturulmaya ya da yanına çekilmeye çalışılmıştır. Haberciliğin bağımsızlığı yönetenlerin baskıları, tarafsızlığı ise gazetecilerin duruşuyla ilgili tartışmaların her dönem yapılmasına neden olmuştur.

Basın özgürlüğü ve tarafsızlık konuları medya-siyaset ilişkisinin ana sorun alanlarından biri olarak günümüzde de yapılmaya devam edilmektedir.

Devletler her zaman haberleşmenin kontrolünde olmasını istemiş ve sık sık sansüre başvurmuştur. Bu alanda, Fransız Devrimi'ne kadar, İngiltere'deki gelişmeler dikkat çekmektedir. 1686'da, Tudorlar Meclisi, krala ait olan haber yayınlama hakkının genişletilmesini sağlamış, bir basımevi sahibine ayrıcalık tanınmıştır. Basın özgürlüğünün tarihi, devlet sırlarıyla, yayınlanan haberler arasında giderek yerleşen ayrımın tarihidir (Jeanneney, 2006: 29).

Medyanın özgür olması gerektiği demokratik toplumda halk adına görev yapan bu kuruluşların varlığı adına vazgeçilmez bir unsur olarak kabul edilmektedir. Ancak başından beri gerek ticari kaygılar, gerekse siyasetin baskısı ya da iktidarla medyanın ilişki içinde olması, özgürlüğün teorik düzeyde kalmasına neden olmuştur.

Medyanın mutlak bir tarafsızlığı olup olmayacağı ise akademide de tartışılan önemli konulardandır. Erdoğan (2014: 13), hiçbir anlatının bir kuramsal temel ve ideolojiden bağımsız olamayacağını belirtmektedir. Hiçbir anlatı, sadece ne olduğunu betimlese bile, nesnel olamamaktadır, çünkü anlatı, anlatı konusunun seçildiği andan itibaren nesnelliğini yitirmektedir. Bu nedenle temel sorun, nesnellik değil dürüstlük olması gerekmektedir (Erdoğan, 2014: 13). Yani haberlerin seçilmesi ve sunulmasında değerlerin yüklü olması kaçınılmazdır. Bu nedenle bu değerleri açıkça ortaya koymak, izleyici-okuyucunun daha doğru eleştiriler geliştirmesine yardımcı olmaktadır (O'Neil, 1998: 39). Medya gücünün tek elde toplanmasındansa farklı görüşteki basın organlarının varlığı kitleye alternatif sunduğu için demokrasiye daha fazla katkı sağlayacaktır (O'Neil, 1998: 47-48).

Haberler, olayların bir yorumu olarak gerçeklik iddiası taşır ancak yorum kaçınılmaz olarak taraflıdır. Haber esasta, öbür aktörlerin ortaya atabilecekleri sorulara ve akılcı tartışmaya açık olmalıdır. Gazetecilik, tarafların meşruluğunu zayıflatır ve rasyonel tartışmayı önlerse gerçeklik iddiasını kaybetmektedir (Edgar, 1998: 160).

Savaş dönemleri de rasyonalite ve gerçekliğin büyük zararlar gördüğü gazetecilik örnekleriyle doludur. İliştirilmiş (embedded) gazeteciliğin dışına çıkmak hayli zor görünmektedir. Max Hastings, İkinci Dünya Savaşı'nın tanınmış habercilerinden olan babasının *"Ülken savaştaysa, senin haberciliğin de bu savaşın uzantısı olur. Nesnellik ancak kara bulutlar dağıldıktan sonra söz konusu olur"* sözleri, savaşlar ya da toplumsal propaganda dönemlerinde, haberlerin konjonktür gereği tarafsızlığını kaybetmesini, bir "gerçeklik" olarak sunmaktadır (Hastings'den aktaran Williams, 1998: 191). Fakat gerçeğe aslında bu dönemlerde daha çok ihtiyaç duyulsa da *"cephenin zayıflamaması"* adına gerçek değil *"yararlı"* bilgi/haber tercih edilmektedir.

Bennet (2000: 34), habercilerin yalanları, büyük kandırmacaları ve yolsuzlukları ortaya çıkardığı araştırmacı ve denetleyici gazeteciliğin, günlük gazetecilik için bir hayalperestlik olduğunu belirtmektedir. Haberlerin büyük çoğunluğu, rutin gazeteciliğin ürünüdür. Haber yapıcılar, demeç, brifing ve bildirilerini toplamakta ve onları hedef kitlelerine iletmektedir. Bu süreçte, gerçeğin peşinde koşma ve tarafsızlık

algısının canlı tutulması için araştırmacı gazetecilik örnekleri de haberlerin arasına adeta serpiştirilmektedir.

Siyasi taraflar arasındaki habercilik de savaş psikolojisiyle bağlantılı görünümler sergilemektedir. Devlet, devlet ya da hükümetler basını sürekli *"iliştirme"* çabasında olmuştur.

Türkiye'de medyanın siyasal anlamda tarafsızlığı, basının Osmanlı'da ortaya çıktığı yıllardan bu yana yandaş/besleme-muhalif karşıtlığında ele alınmaktadır. Osmanlı padişahları, yerli ve yabancı basını kendi yanına çekmeye çalışırken, özgür kalmaya çalışan basın organları cezalarla karşı karşıya kalmıştır. Cumhuriyet döneminde de medya ve siyaset, bazen ideolojik bazen de pratik nedenlerle birbirlerine hep taraf olmuştur. Bazen medya, siyasetin belirleyeni olurken bazen de siyaset medya üzerinde hükümranlık kurmuştur.

Bu bölümde Türkiye'de medyanın yandaşlık ve muhaliflik kavramları çerçevesinde sergilediği duruş ve hangi basın organlarının hangi siyasi kimliğe yakın ya da muhalif durduğu belirlenmeye çalışılmıştır.

Basının temel işlevlerinden biri, haber vermektir. Bu işlev haberden manipülasyona dönüştürüldüğünde, bu yönlendirici habercilik sırıtmakta ve güvenilirliğini kaybetmektedir. Köşe yazarı ya da televizyon yorumcusu ise haber vermemekte, yorum yapmaktadır (Esendal'dan akt. Adaklı, 2006: 310). Olgularla yorum arasında çizilen kesin sınır nedeniyle, tarafsızlık ya da dürüstlük doğrultusunda hareket etmesi beklenen medya, bunlardan sapmayı *"kişisellik", "özgünlük"* çerçevesine yerleştirerek yorumculara/köşe yazarlarına başvurmaktadır (Adaklı, 2006: 310).

Kazaz ve Gülnar, Türkiye'de 2014 yılında *"Kürt Sorunu"* ve PKK terörünün çözümüne yönelik hayata geçirilen *"Çözüm Süreci"*yle ilgili yayınlanan televizyon haberleri üzerinde yaptığı araştırmada, ideolojik çerçevelemenin haberlerde yer alma sıklığını ölçmüştür. İdeolojik manipülasyonlar, haberin şekillendirilişi sürecinde gerçekleştirilmekte, kitleler buna göre belirlenen stratejilerle şekillendirilmektedir. Örneklem olarak seçilen TRT, NTV ve Haber Türk ve STV'de yayınlanan haberlerin

hükümetin başlattığı süreci destekler nitelikte, Fox TV'deki haberlerin ise muhalefetin söylemine yakın olduğu belirlenmiştir. Süreci destekleyen haberlerde, haberin ideolojik inşa araçlarından meşrulaştırma ve birleştirmenin kullanıldığı, hem olumlu hem de olumsuz olarak değerlendirilen haberlerde meşrulaştırma, gizleme, parçalama, doğallaştırma (basite indirgeme) gibi yöntemler kullanılarak metinler ideolojik olarak inşa edilmiştir. Yine 2013 yılında, hükümet karşıtı Gezi Parkı eylemleri sırasında medyadaki bazı kanalların, olayları duyurmak yerine *"penguen belgeseli"* yayınlayarak ideolojik inşa sürecinde *"gizleme"* aracına başvurdukları görülmüştür. Gerçeğin yansıtılmasından ziyade ideolojik çerçeveleme ile sınırlandırılmış anlamlar izleyiciye aktarılmaktadır (2014: 443-448).

Medya, haberin bazı özelliklerini çerçeveleme ve öne çıkarma yöntemleriyle kamuoyunun oluşumunu etkileyebilmektedir. Öne çıkarma, daha çok konu seçimi, çerçeveleme ise konunun nasıl değerlendirileceğiyle ilişkilidir ve gündem belirleme kuramının ögelerindendir (Şimşek, 2012: 160). Bilişsel bir aygıt olarak bu çerçeveleri belirleyen ve kontrol eden ise söylemi belirleyen güç sahibi kurumlardır (Özer, 2011: 209-211).

Medya organları, haber üretiminin başlangıcından yayımına kadar, ideolojinin kıskacından kurtulamamaktadır. Bu, bir ideolojik yanlılık durumudur ve siyasal taraflılığa indirgemek yetersiz kalmaktadır. Siyasal taraflılık, olaylara yorum katılması, desteklenen tarafa fazla yer verilmesi, tarafsız kalınmaması şeklinde ortaya çıkarken (Özer, 2011: 63), ideolojik yanlılık, olmayan haberi bulma, tamamen çarpıtma, kendisine göre olumsuz haberi tamamen görmezden gelme, karşı tarafa karşı nefret söylemi kullanmaya kadar varan habercilikten uzak pratiklere yönelebilmektedir.

Halkın doğru bilgilenmesi için medyadaki çeşitlilik son derece önemlidir. Farklı kaynak ve kanallardan bilgi edinen kamuoyu bunlar arasında karşılaştırma yaparak kendisi için doğruya ulaşabilecektir. Ayrıca özellikle politik konularda haberlerde ve tartışma programlarında karşıt görüşlere yer verilmesi de mukayese fırsatı sunmaktadır. Ancak bu durum ideolojik medyada tamamen görmezden gelinmektedir.

Mills (1974: 439), yanıltıcı ve yetersizliğe yol açan yandaşlığın, üst otoritelerin ve kitle haberleşme araçlarını kullanan kanaat imalatçılarının beyaza siyah, siyaha beyaz diyen tavrının yanında, daha makbul olduğunu belirtmektedir. Bu tür yandaşlıkların halk için bir çeşit sağduyu yerine geçtiği ve halkın resmi gerçekçilik karşısında direnebilmesine yaradığını vurgulamaktadır. Mills burada karşıt alanlarda ideolojik yayın yapan mecraların tek sesliliğe tercih edilebilirliğini anlatmaktadır.

Cumhuriyet Gazetesi'nin yayınları üzerinde çalışma yapan Parlak ve Yıldırım (2014: 73), tek partili yılların CHP'sine ve Kemalist ideolojiye yönelik olumsuz anlam inşa edecek hiç bir tanımlama ve sıfata rastlamamıştır. Bu durum Van Dijk'ın dile getirdiği *"biz"*e dair olumsuz, *"öteki"*ne dair ise olumlu bir şey söylememe ilkesine uygun bir kimlik inşası anlamına gelmektedir.

Bostancı (2011: 143), belli bir siyasi çevreyi dikkate alan, diğerlerine mesafeli duran bir yayın organının, başkalarından öte kendi bağlılarının gözünde bile ikna ediciliğinin zayıf kalacağını belirtmektedir. Çünkü o *"bizim"* olan bir medya organıdır ve her türlü toplumsal, politik, ekonomik olayı *"biz"* bakış açısıyla yorumlamak, gerekirse çarpıtmak, dönüştürmek, iktidar mücadelesi bakımından işe yarar hale getirmekle yükümlüdür. Aslında siyasi partiler için olağan kabul edilen, başka türlüsü düşünülemeyecek olan bu yorumlama biçimi, medya organları için rahatsız edici bir kimliktir. Bu yüzden siyasi partilerin resmi yayın organları tabanlarında karşılık görmemekte, az sayıda ortaya çıkan alıcı, tüketici ise ona medya olduğu için değil kendinden olduğu için değer vermektedir.

Buna rağmen iktidarlar kontrolündeki sermaye yoluyla medya kuruluşlarına sahip olmaktan vazgeçmemektedir. Haber ya da yorumların medya kuruluşunun çıkarlarını destekleyen metinlere dönüşmesini zorunlu görmekte, böylece ortaya ideolojik metinler çıkmaktadır (Parlak ve Yıldırım, 2014: 36). Diğer yandan özellikle günümüz Türkiye uygulamalarında medyanın siyasi tarafgirlik konusunu büyük sorun olarak görmediği değerlendirmesinde bulunulabilir. Ülkedeki ayrışma ve kutuplaşma ortamı nedeniyle seçmen kitlesi, bu tür yayın organlarını basit parti bülteni gibi görmemekte, görüşlerini destekleyecek, kendi doğrularını bulacağı medya kuruluşları olarak değerlendirip ilgi göstermektedir.

Günümüzdeki anlamıyla yandaş/muhalif basın tartışmaları çok partili hayatın başladığı dönemde baş göstermeye başlamıştır. Tek Parti döneminden sonra iktidara gelen ve kalıcılığını sağlamak isteyen Demokrat Parti, yanında ideolojik ve siyasi olarak kendisini destekleyen küçük bir medya bulmuş ve destekleriyle bu gazeteleri büyütme yoluna gitmiştir. DP iktidarının basına karşı bu tutumu *"besleme basın"* oluşturma çabası olarak değerlendirilmiştir (Özer, 2012: 126). *"Partili Basın"* olarak nitelendirilen CHP destekçisi gazetelerin (Gölcü, 2015: 104) sert muhalefeti ve karşı tarafın sorgusuz yandaşlığı medyadaki kamplaşmanın büyümesine neden olmuştur.

Diğer yandan gerek Osmanlı döneminde gerekse Cumhuriyetin ilk yıllarında basının özgür kalabildiği ölçüde yandaşlık ya da muhaliflik arasında seçim yaptığı görülmektedir.

Osmanlı'nın son döneminden bu yana Osmanlıcılık, Türçülük, Batıcılık, İslamcılık, Liberalizm gibi ana siyasi akımlar, medyada hep temsil edilegelmiştir. Cumhuriyetin ilk dönemi ve yakın dönemde de bu görüşler ve siyasi partiler medya kuruluşlarını hep yanında bulmuştur. Bu bağlamda hangi ideolojik hareketin hangi yayın organı ile bağlantılı olduğu şu şekilde belirtilebilir:

Tablo 8: Osmanlı Dönemindeki Yayınların Siyasi Duruşu

Milliyetçi / Türkçü yayınlar	Türk Yurdu, Genç Kalemler, Türk Derneği, Halka Doğru, Türk Sözü
İslamcı yayınlar	Sırat-ı Mustakim (daha sonra Sebilürreşad), Volkan, Beyanü'l Hak, Ceride-i Sufiye, İslam Mecmuası
Osmanlıcı yayınlar	Mizan Gazetesi
Liberal yayınlar	İkdam, Yeni Gazete, Serbesti, Osmanlı, Ulum-u İktisadiyye ve İçtimaiyye
Milliyetçi/Batıcı yayınlar	Tanin, Yeni Tasvir-i Efkar, Yeni Mecmua, İçtihad, Hukuk-ı Umumiye, Şuray-ı Ümmet, Rumeli, Silah, Mizan

Milliyetçi/Türkçü/Batıcı çizgideki yayınlar ve yazarlar genellikle İttihat ve Terakki Partisini desteklerken, liberaller Ahrar Fırkasını, Osmanlıcı ve İslamcı yayınlar ve yazarlar ise ağırlıklı olarak Osmanlı hanedanını desteklemiştir ancak İslamcılar içinde de İttihatçı olan yazarlar yok değildir. Mehmet Akif Ersoy, bu anlamda önemli bir örnektir (Göçer, 2017: 354)

Tablo 9: Milli Mücadele Dönemindeki Yayınların Duruşu

Milli Mücadele'yi destekleyen yayınlar	Yenigün, Akşam, Vakit, İleri, Konya'da Öğüt, Sebilürreşad ve çok sayıda yerel gazete
Milli Mücadele'ye karşı olan yayınlar	Alemdar ve Peyam-i Sabah

Tablo 10: Cumhuriyet Dönemindeki Yayınların Siyasi Duruşu

Kemalizm yanlısı yayınlar	Ülkü Gazetesi, Cumhuriyet, Hakimiyet-i Milliyet, Ulus, Yarın, Son Posta, Sözcü
Sol Kemalizm yanlısı yayınlar	Kadro, Yön, Aydınlık
Milliyetçi/Türkçü yayınlar	Atsız, Ötüken, Orkun, Çağatay, Ergenekon, Bozkurt, Gökbörü, Çınaraltı, Tanrıdağı, Türk Amacı, Her Gün, Töre, Türk Kültürü, Türk Birliği, Milli Hareket, Devlet, Türkiye Ülküsü Gençlik Dergisi
Sağcı/Muhafazakâr/İslamcı yayınlar	Büyükdoğu, Selamet, Babıali'de Sabah, Yeni Asya, Hakikat, İttihat, İslam, Yeniden Milli Mücadele, Milli Gazete, Yeni Devir, Sebil, Zafer, Yeni Akit, Tercüman, Sabah, Akşam
Sol yayınlar	Yurt, Dünya, Radikal, Birgün
Liberal yayınlar	Vatan, Akşam, Tan, Hürriyet, Milliyet

Kemalizm'i savunan yayınlar kayıtsız şartsız CHP'yi desteklerken, Sol Kemalizm'i savunanlar CHP ve dönemin sol partilerini desteklemiştir. Milliyetçi/Türkçü çizgideki yayınlar ve yazarlar MHP geleneğindeki partilerle birlikte hareket ederken muhafazakâr/sağ yayınlar ise CHP'nin doğal karşıtı olan DP, ANAP, MSP ve Ak Parti gibi partilere destek vermiştir (Öğün, 2000), (Duman, 2011), (Koloğlu, 2013), (Gümüşoğlu, 2009), (Gökalp, 2010), (Adaklı, 2006), (Kılıçatan, 2011), (Emre, 2009: 180).

Türkiye'de 1990'lı yıllarda medyanın holdingleşmesiyle birlikte medyanın siyasi yandaşlığının çıkar temelli, hükümetlerle iyi ilişkiler kurma yönünde ilerlediği

görülürken, 28 Şubat Döneminde bu kaygıların içine rejim ve Kemalizm söyleminin de dâhil olduğu görülmektedir. Bu süreçte medyada liberal-cumhuriyetçi bir sahiplik yapısının hâkim olduğu bilinmektedir.

2000'li yıllarla birlikte, Muhafazakâr-İslamcı siyasetin güçlenmesi, medyadaki sahiplik yapısı ve ideolojik kamplaşma, CHP-DP dönemindeki keskin karşıtlığı hatırlatmaktadır. Liberal ana akım medya, tek hâkim olma durumundan uzaklaşmış, 2002 yılında bu yana iktidarda olan Ak Parti'yi destekleyen önemli bir Muhafazakâr/İslamcı medya gücü ortaya çıkmıştır (Çoban, 2013: 318).

17 Aralık 2013 yılındaki *"yolsuzluk"* operasyonları döneminde, hükümete yakın bazı iş adamlarına ait olduğu iddia edilen ve medya gruplarının satışıyla ilgili konuşmalar içeren ses kayıtlarının internet ortamında yayınlanmasının ardından yandaş medya tabiriyle birlikte, hükümete yakın yayın organları için "havuz medyası" ifadesi de kullanılmaya başlanmıştır.

2016 yılı itibariyle kamuoyunda yandaş ve karşıt olarak bilinen medya organlarıyla ilgili yapılan bir değerlendirme şu şekildedir:

Tablo 11: Ak Parti Hükümetleri Döneminde Gazetelerin Siyasi Duruşu

Ak Parti hükümetlerinin "yandaşı" olarak görülen gazeteler	Sabah, Türkiye, Yeni Şafak, Takvim, Güneş, Akşam, Star, Karar, Yeni Akit, Yeni Asır, Diriliş Postası, Yeni Birlik, İstiklal, Milat.
Hükümete karşıt olarak görülen gazeteler	Hürriyet, Posta, Sözcü, Cumhuriyet, Yeni Çağ, Yeni Mesaj, Milli Gazete, Korkusuz, Birgün.
Ak Parti hükümetlerine mesafeli ya da yakın olarak görülen gazeteler	Habertürk, Milliyet, Vatan

Tablo 12: Ak Parti Hükümetleri Döneminde Televizyon Kanallarının Siyasi Duruşu

Ak Parti hükümetlerinin "yandaşı" olarak görülen gazeteler	ATV, A Haber, Kanal 7, Ülke TV, Kanal 24, TVNET, TGRT, 360, Beyaz TV.
Hükümete karşıt olarak görülen gazeteler	Kanal D, CNN Türk, Fox TV, Halk TV, Bengü Türk TV, Kanal B, Flash TV, TV5.
Ak Parti hükümetlerine mesafeli ya da yakın olarak görülen gazeteler	Star TV, NTV, SHOW TV, Habertürk TV, Bloomberg HT.

15 yıllık Ak Parti Hükümetleri döneminde, siyasi olarak net şekilde karşıt ya da yandaş duruş sergileyen gazete ve televizyonlar olmuştur. Bunun yanında bazı medya gruplarının konjonktürel olarak hükümetle ilişkilerinde yakınlaşma ve uzaklaşma olduğu görülmektedir. Özellikle devlet ihaleleriyle ilgilenen holdinglerin yayın organlarının yakınlaşma ve uzaklaşma derecesinin zaman zaman değiştiğine şahit olunmuştur. Başbakanlığı döneminde Recep Tayyip Erdoğan'ın Doğan Grubu ve Aydın Doğan aleyhine yaptığı açıklamalar ve grubun yayın organları ile Aydın Doğan'dan gelen cevaplar buna örnek gösterilebilir. Erdoğan, 2015 yılında yaptığı bir konuşmada Aydın Doğan'ın Hilton Otel'in arkasında yapmaya çalıştığı rezidansa izin verilmediği için tüm medyasıyla kendisine ve hükümete saldırdığını söylemiştir. Erdoğan, *"Hilton'un arka tarafındaki araziyi sana vermedik diye bunları yapıyorsun değil mi? Sana müsaadeyi vermedik diye çılgına döndün. Orası doğal sit alanına dönüştürüldü"* ifadelerini kullanmıştır. Doğan da buna karşılık *"Sayın Cumhurbaşkanı'nın bu konuyu hemen hemen her seçim öncesi gündeme getirmesi kendisi açısından belki anlam taşıyabilir ama ben yadırgıyorum açıkçası. Yayınlarımızı Hilton'a bağlamak hem yanlış hem de haksızlıktır"* cevabını vermiştir (hurriyet.com.tr).

Hükümet ve grup arasındaki gerilimler çok uzun süreli olmamış ancak zaman zaman karşı karşıya gelindiği görülmüştür. Ak Parti Hükümetlerine mesafeli ya da yakın duran yayın kuruluşlarıyla ilgili değerlendirme de bu bağlamda yapılmıştır.

4.2. Türkiye'de Siyasi Kutuplaşmanın Temel Dinamikleri

Kimlik inşa sürecinde düşman, kendini tanımlamadan daha etkili olmaktadır. Osmanlı'nın son dönemlerinde ve Cumhuriyet'in belirli evrelerinde bu gözlemi doğrulayan birçok örnek bulmak mümkündür (Belge, 2009: 184). Osmanlı çok kültürlülüğünün içinde yer alan bütün ögeler, Osmanlı-Türk bakış açısından yerli ile yabancı arasında bir konuma yerleştirilmekteydi. Gerçek öteki, Avusturyalı, Rus, İngiliz ve benzeriydi. Selçuklu ve Osmanlı Türkleri, dönemin Hıristiyan Avrupa bilincinin karşı medeniyet olarak telakki ettiği İslam medeniyetinin ve Doğu'nun, önüne geçilmesi güç bir dinamik unsuru olarak görülmüştür. Türk imajı, Avrupa zihniyetinin öteki tanımlamasının merkez unsuru haline dönüşmüştür. Haçlı Seferleri esnasında yaşananlar da benzer bir öteki bilincini, Türk unsurların bilinçlerine yerleştirmiştir (Davutoğlu, 2010: 537).

Dış ötekinin yanında Osmanlı'da, Mümlüman-Türk açısından bakınca, *"bizden"* olmayanlar da bulunmaktaydı. İmparatorluğun son döneminde *"biz"*e uzak olanlar *"öteki"*ye giderek yaklaşmıştır. Aydın kesim onları *"içimizdeki düşman"* olarak görmeye başlamıştır (Belge, 2009: 181).

19. yüzyılın ortalarından itibaren devlet tarafından başlatılan reform hareketleri karşısında İslam hassasiyeti olan bir güç bulmuştur. Devlete sadık ancak reformculara düşman özellikler sergileyen bu gelenekçi damar, 1908 Devrimi'nden galibiyetle çıkan pozitivist görüşlere sahip İttihatçılar'ın da karşısına İslamcılar olarak çıkmıştır (Luizard, 2013: 36). Çünkü İttihatçılar Osmanlı ve Türk İslam medeniyetine düşmandır. İttihatçılar'ın Selçuklu arşivleriyle kışlalarda soba tutuşturarak koca bir imparatorluğun külünü göğe savurduklarını belirten Güngör (1997: 109), Dünya tarihinde Romalıların Kartaca Seferinden beri böylesine kesin neticelenen bir imha savaşı görülmediğini belirtmektedir.

Bu gelişmelerden itibaren hem Osmanlı hem de cumhuriyet döneminde kutuplaşmanın ana ekseni laik/Kemalist - dindar/muhafazakâr kimlikleri çerçevesinde şekillenmiştir.

Kurtuluş Savaşı döneminin şartlarında Saray/Babıali ve yandaşları Atatürk ve arkadaşlarını hain ilan etmiştir. Ankara'nın devrimci bir tutum izlediği, *"Hâkimiyet Milletindir"* ilkesini gündeme getirerek padişahı yok saydığı anayasayı ilan etmesi, karşıtları tarafından hain ilan edilmesini normalleştirmektedir. Koloğlu (2013: 112), tarafların birbirini hainlikle suçlamasının devrim yasalarının bir gereği olduğunu belirtmektedir. Genellikle devrimlerin ilk kuşağı sırasında geçerli olan bu karşılıklı suçlama, ikinci kuşağa geçildiğinde gündem dışı bırakılmaktadır. Nitekim Atatürk döneminde hain ilan edilen birçok Osmanlı taraftarı, İslamcı ya da devrim/Atatürk karşıtı komutan ve aydın, daha sonra affedilmiş hatta siyasete bile geri dönme fırsatı bulmuştur.

Türkiye siyaseti, biz-öteki ayrışmasını yeni Türk devletinin kuruluş dönemlerinden itibaren keskin bir şekilde uygulamıştır. 1921 tarihli ilk anayasanın girişinde, *"Türk devletinin dini İslam'dır"* ifadesi yer alırken halifeliğin kaldırılması, Milli Mücadele'de Mustafa Kemal'e güvenen İslamcı kesimi şüpheye düşürmüştür. Büyük Millet Meclisi laik cumhuriyetçilerle, İslam meşrutiyetini savunanlar arasında net bir şekilde bölünmüştür (Luizard, 2013: 112).

Yeni Türk devletinin ideolojisi olan Kemalizm, kendisini ilerlemeci, bilime inanan, düzeni yaratan olarak görürken, kendisi gibi olamayan her düşünceyi gerici ve tehlikeli görmüştür (Parlak ve Yıldırım, 2014: 15). Karşı tarafı siyasal oyunun parçası olarak bir hasımdan öte düşman olarak görmeye eğilimli Kemalizm, sadece fikirsel değil fiziksel boyutu da olan bir *"yok etme"* düşüncesinin izlerini sergilemiştir (Parlak ve Yıldırım, 2014: 16).

Rejime yönelik eleştiriler, gerici ve bölücü odakların güdümünde olarak görülmüş, Şeyh Said ve Menemen gibi olaylar şiddetle bastırılmıştır (Gölcü, 2015: 107). Devrim karşıtlarına uygulanan şiddet, karşı tarafta direnişi kırmıştır. Dini dönüştürme/millileştirme programı, Atatürk'ün direktifiyle 1932'de, Türkçe Ezan ile

resmiyet kazanmış ve büyük bir direnmeyle karşılaşmamıştır (Cündioğlu, 2005: 110). Menemen gibi olaylar dindar/laik, Şeyh Said ve Dersim isyanları da Türk/Kürt ve Alevi/Sünni kutuplaşmasının temellerinin oluşmasında önemli etkide bulunmuştur.

Mustafa Kemal ve çevresi Osmanlı'nın geri kalışı ve yıkılışında en büyük etkenin din olduğunu düşünürken, İslamiyet'in hiçbir zaman halife sultan çerçevesinde Müslümanları toplamayı başaramadığı iddiasını ortaya atmıştır (Mardin, 2013: 95). Aslında bu tespit çelişkilidir. Çünkü özellikle milli mücadele yıllarında Atatürk'ün de dinin birleştirici gücünden önemli ölçüde yararlandığı, tarikat şeyhleriyle dahi görüştüğü bilinmektedir. Mardin (2013, 76-77), Atatürk'ün Cumhuriyeti kurduktan sonra yeni bir birliktelik ya da kimlik oluşturacak sembolleri yerleştirememesinin nedeninin, Türklerin bireysel kimliğini oluşturmada İslam'ın baskın rolü olduğunu belirtmektedir.

Dindar/laik çatışmasının temelinde aslında sadece yaşam tarzı çatışması yoktur. İki kesim de toplumun en önemli çimentosu olan din üzerinde tahakküm kurma ya da dini belirleme çabası bulunmaktadır. Çünkü semavi ve dünyevi iktidar arasında sıkı bir bağlantı bulunmaktadır. İktidarı ele geçiren dini de belirlemektedir. Hıristiyanlık Roma İmparatorluğundaki iktidar savaşının ardından, İslam büyük fetihlerin ardından yayılmıştır. Kıta Avrupasındaki din savaşlarının ünlü *"kim ki yönetir, dini de o belirler"* sözü gerçekçi bir yaklaşımdır (Therborn, 2008: 49). Pozitivist referansla hareket eden Kemalizm, yeni bir *"Milli İslam"* tesis etmeye çalışırken bundan rahatsız olan İslamcı kesim, Osmanlı İslamı'nı yeniden iktidar yapma amacındadır.

Siyasal İslam, özellikle Cumhuriyet öncesini yani Osmanlıyı ve İslam çerçevesinde örgütlenmiş toplumsal düzeni "*Asr-ı Saadet"e*[6] gönderme yaparak yüceltirken, Kemalizm için Asr-ı Saadet dönemi, Mustafa Kemal ve ardından iktidar olan İsmet İnönü dönemleridir (Yılmaz, 2013: 95).

Türkiye'de siyasal İslam'ın kurucu fikir adamlarından Necip Fazıl Kısakürek'in Kemalizm'e karşı davasını konumlandırması da hem iktidar hem din üzerinden olmuştur. O'nun iktidarını İkinci Abdülhamit temsil etmektedir. Karşı taraf yani *"baş*

[6] Asr-ı Saadet (Mutluluk Devri): Hazreti Muhammed'in yaşadığı zaman dilimi.

düşman" ise O'nu tahttan indiren İttihat-Terakki ve zihniyetini sürdüren Kemalizm'dir (Kısakürek, 1950: 3).

Kısakürek'e göre, İkinci Abdülhamit aleyhine ortaya atılan her menfi iddia tersine çevrildiğinde, doğru bulunacaktır (Kısakürek, 1950: 3). Bu çok önemli bir sınır çizme aracıdır. Düşman gördüğünün tersini yapmak siyasette hep bir gösteren olmuştur. Muhafazakâr siyaset, doğal ötekisi Kemalizm ve CHP'yi bu anlamda hep bir araç olarak kullanmaktadır. Ak Parti çizgisindeki siyasetçi ve ideologların da, sık sık bu yola başvurduğu görülmektedir. Son olarak 2017 yılında Ak Parti ve MHP'nin hazırladığı ve büyük tartışmalara neden olan Cumhurbaşkanlığı Sistemi anayasa paketi oylaması sırasında, Ak Parti İstanbul Milletvekili Markar Esayan'ın sosyal medyadaki paylaşımları örnek olarak gösterilebilir (twitter.com/markaresayan):

> *"Anayasa değişikliğini desteklemek için en güçlü argüman içeriğinden bağımsız: CHDP (CHP ve HDP birleşimi) bu değişikliğe karşı. CHP'nin karşı olup da bu ülkeye hayır getiren hiçbir adım olmamıştır. CHP bir şeye karşı çıkıyorsa bu Türkiye'nin hayrınadır".*

Karşıtın üzerinden sınır belirleme siyasetinin fikri temellerini atan Necip Fazıl Kısakürek ve Osman Yüksel gibi isimlerin, aldıkları hapis cezalarına rağmen basında diri tuttuğu İslamcı muhalefet, çok partili hayata geçişe kadar donmuş bir görüntü sergilerken 1950 yılında Demokrat Parti'nin iktidara gelmesiyle dindar kesimler toplumsal ve siyasal anlamda yeniden görünür olma fırsatı bulmuştur. Kısakürek de Büyük Doğu Dergisi/gazetesi ile Demokrat Parti'ye destek vermiştir. Buna karşılık siyasal iktidarını kaybeden CHP ve Kemalist elitler ile partili basın, sosyo-ekonomik alanda da *"yenilmemek"* için büyük bir mücadeleye girişmiştir. 1960 Darbesi *"kazananı"* belirlemiştir.

Dindar kesimin, yaşam tarzlarına yapılan sert müdahalelere rağmen muhalefetini şiddete dönüştürmemesinde sünni İslam'ın *"Ulül emre itaat"*[7] anlayışı da etkili olmuştur (Beriş, 2011: 84). Muhafazakâr/İslamcılar seçime dayalı demokratik siyaseti hep bir dışavurum yolu olarak değerlendirip laik/Kemalist iktidarın karşısında olanı

[7] Kuran'da, Nisa suresinde "sizden olan emir sahiplerine itaat edin" şeklinde ayet bulunmaktadır.

desteklemeye devam etmiş ve iktidarın en önemli belirleyeni olmuştur. Adalet Partisi, MSP, ANAP, Doğruyol Partisi, Refah Partisi ve Ak Parti bu karşıtlığın önemli bir belirleyen olduğu seçim zaferleri kazanmıştır.

1960'lı yılların ortalarından itibaren komünizm ve sosyalizm, Kemalizm'den yeni fraksiyonlar çıkmasına neden olmuş, İslamcı kesimin değerleriyle ortak nokta bulan milliyetçi hareketler de bu *"sol tehlike"*nin karşısına çıkmıştır. Öze bakıldığında karşıtlık aynıdır.

Artık sınırlar belli olmuştur. Kemalist-laik ve İslamcı-muhafazakâr düşünce için sürekli düşman arayışı, temel siyaset haline gelmiştir. Türkiye siyasetine yön veren Kemalizm-Sosyalizm-Milliyetçilik-İslamcılık eksenlerinde, Kemalist-laik ve İslamcı-muhafazakâr söylemi yönlendirici olmuş, bu ideolojiler kendi alanlarını ve düşmanlarını daha net çizmeye başlamıştır (Parlak ve Yıldırım, 2014: 17-18).

Batı'da, 1980'li yıllarda İran'da yapılan devrim ile birlikte başlatılan İslamafobi, Sovyetler Birliği'nin dağılması ve Birinci Körfez Savaşı'nın ardından yeni düşman olarak netleştirilmiştir. *"Medeniyetler Çatışması"* tezi ile bir din ve kültür kutuplaşmasına zemin bulunmuştur (Davutoğlu, 2010: 136). Oryantalizmin bu yeni yorumu, Türkiye'de de sağ/sol karşıtlığını yeniden Batıcı/gelenekçi, laik/İslamcı formuna dönüştürmüştür. 1990'lı yıllarda suikaste kurban giden Laik/Atatürkçü aydınlar üzerinden bu karşıtlık sürekli beslenmiştir. Musa Anter gibi Kürt aydınların öldürülmesi ise Kürt vatandaşların hem devlete hem de Türk milliyetçilerine karşı düşmanlığının arttırılmasına hizmet etmiştir (Gölcü, 2015: 152). Diğer yandan PKK terörünün 1990'lı yıllarda büyük artış göstermesi, halkın bir bölümünde Kürt vatandaşların potansiyel terör destekçisi gibi görülmesine neden olmuş ve Türk/Kürt karşıtlığını körüklemiştir (Yılmaz, 2013: 48).

Ancak tehlike algısının merkezinde olan irtica paranoyası, laik elitleri ve destekleyen halk kesimini mobilize etmiş ve 28 Şubat Sürecine gelinmiştir.

1990'lı yılların başından ortasına kadar süren koalisyon hükümetleri ekonomik ve toplumsal anlamda seçmeni bir arayışa itmiştir. Milli Selamet Partisi çizgisinin devamı olan Refah Partisi, Necmettin Erbakan liderliğinde 1989 seçimlerinden

itibaren belediyelerde elde ettiği başarıyla önemli bir referans elde etmiştir. İrticanın laik elitler ve o dönemin merkez medyasında birincil tehlike olarak görülmesi, Refah Partisi'ne karşı bir *"şeriat"* propagandasının başlamasına yol açmıştır.

1995 Milletvekili Genel Seçiminde medyanın aleyhte yoğun yayınlarına rağmen Refah Partisi mitingler, ev toplantıları gibi yüz yüze iletişim teknikleri ve el ilanları ile yaptığı propaganda faaliyetleriyle birinci parti olmayı başarmıştır. Partiye oy veren kesimin laik/batıcı olarak gördüğü kesimler ve medyaya karşı aldığı tavrın da bu sonuçta etkili olduğu söylenebilir. Dindar/muhafazakâr kitle, daha önceki birçok seçimde olduğu gibi karşıtı, düşmanı olarak gördüğü söylemin aksine hareket ederek sağ siyasi geleneği yeniden iktidar yapmıştır.

Refah Partisi'nin büyük ortak olarak koalisyon iktidarı kurmasının ardından askeri ve bürokratik elitler, sivil toplum ve merkez medyadaki *"şeriat"* hassasiyeti artmıştır. Üniversitelerde başörtüsünün görünür hale gelmesi ve bu kesimin Refah Partisi'nin tabanı olarak görülmesi, Necmettin Erbakan'ın başörtüsü ve imam hatip liseleriyle ilgili bazı açıklamaları ve icraatları, medyanın ve İstanbul merkezli iş dünyasının ekonomik çıkarlarının zarar göreceği kaygısı gibi birçok neden, hükümetin *"şeytanlaştırılmasını"* hızlandırmıştır.

1997 yılında Milli Güvenlik Kurulu'nun İslamcı akımın önünü kesmek için verdiği talimatları, Başbakan Erbakan'ın bertaraf etme teşebbüsleri üzerine ordu güdümündeki sivil toplum, örtülü bir müdahalede bulunmuştur (Luizard, 2013: 78). Refah Partisi kapatılmış, Erbakan ve arkadaşları siyasi faaliyetten 5 yıl süreyle men edilmiş, gerek parti tabanında gerekse halkın önemli bir bölümünde popülerliği olan İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanı Recep Tayyip Erdoğan da bir şiir soruşturmasıyla cezaevine gönderilmiştir. Bu *"kadife darbe",* Türkiye'deki nitelendirmeyle *"Postmodern darbe",* ordunun medya, sendikalar, bürokrasi ve yargı üzerindeki etkisini de göstermiştir (Luizard, 2013: 102).

Basının bir bölümü (Muhafazakâr/İslamcı) hükümetin darbeyle düşürüldüğünü belirtirken karşı taraf (Kemalist/Ulusalcı), 28 Şubat'ın bir sivil toplum hareketi olduğu konusunda ısrarcı olmuştur. O dönem attığı *"gerekirse silah bile kullanırız"* gibi

(Hürriyet, 12.6.1997) manşetlerle müdahaleye destek veren Hürriyet Gazetesi'nin genel yayın yönetmeni Ertuğrul Özkök, şunları söylemektedir (akt. Demir, 2007: 224):

> *"28 Şubat bal gibi bir sivil toplum hareketidir. Türkiye Cumhuriyeti tarihinde askerlerin de siviller gibi düşündüğü belki de en büyük toplumsal duygu beraberliklerinden biridir... Ben gazeteci olarak 28 Şubat' ı destekledim Hala da destekliyorum... Yarın bu ülke 1997 şartlarına düşse, yine desteklerim. 28 Şubat'ı destekledim. Hayatımın sonuna kadar da savunmaya devam ederim".*

Bu ifadeler medyadaki ana damarın o dönem laik/dindar kutuplaşmasına etkisini de ortaya koymaktadır. TBMM Darbeleri Araştırma Komisyonu'na dönemin medya yapılanmasını anlatan Dinç Bilgin'in söyledikleri itiraf niteliğindedir. Komisyon tarafından hazırlanan rapora göre bu süreçte; Aydın Doğan'ın ve Dinç Bilgin'in sahip olduğu Türkiye'nin en büyük iki medya grubuna ait gazetelerde ve televizyon kanallarında Refah Partisi'nin temsil ettiği Milli Görüş çizgisi, irticai hareket olarak tanımlanmıştır. *"Şeriat propagandası, Humeyni uyarısı, Tarikat liderleri, Türkiye İran mı olacak?"* başlıklı haberlerle toplumda irtica korkusu oluşturulmaya çalışılmıştır (Gölcü, 2015: 172).

Bu arada Refah Partisi hükümetine destek veren yayın organlarının bu dönemde eriştiği kitle ve güç açısından hayli geride kaldığı görülmektedir. Kanal 7 ve Samanyolu TV ile Yenişafak, Akit ve Milli Gazete dışında medyanın neredeyse tamamı karşı yayınlarda birlikte hareket etmiştir. Dönemin *"merkez"* medyası, darbeyi desteklediği gerekçesiyle *"apoletli medya"* yani ordunun emrindeki medya olarak anılmıştır.

Refah Partisi'nin kapatılmasının ardından aynı kadrolar tarafından kurulan Fazilet Partisi'ne karşı da bu tutum devam etmiş, başörtüsüyle Meclis'e giren Milletvekili Merve Kavakçı ile ilgili başlatılan aleyhte propaganda, dindar/muhafazakâr kesimdeki mağduriyet algısını üst noktaya ulaştırmıştır. Merve Kavakçı üzerine yapılan haberleri değerlendiren Tokgöz (2010: 452), yapılan bütün çözümlemelerin, laik medya ile İslamcı medya açısından karşıtlıklar gösterdiğini belirtmektedir. Bir taraf *"demokrasi"* üzerine yayınlar yaparken, karşıtı olan medya *"provokasyon"* iddiası üzerine kurulu haberler yapmıştır.

28 Şubat asker/sivil darbesi, günümüzdeki laik/dindar kutuplaşmasının en önemli belirleyicilerinden biri olmuştur. Tek Parti dönemindeki baskıları bilmeyen genç ve orta yaş kuşak, mağduriyetlerle ilgili yeni bir hafıza oluşturmuştur.

Koalisyon hükümetleri dönemindeki ekonomik ve siyasi alandaki istikrarsızlık, 28 Şubat döneminde cezaevine girmesi nedeniyle halkın mağduriyet üzerinden sempatisinin daha da arttığı Recep Tayyip Erdoğan'ın kurduğu Adalet ve Kalkınma Partisi, 2002 yılındaki genel seçimde tek başına iktidar olmuştur. Cumhuriyetin seksen yıllık tarihinde, 28 Şubat Dönemini de kapsayarak farklı aralıklarla gerçekleşen ve yukarıdan aşağıya işleyen, darbelerde vücut bulan *"düzen iadesi"* uygulaması, Hall'ün tabiriyle, bir kez daha, *"baskı altında tutulanın geri dönüşü"*yle karşılık bulmuştur (Çelenk, 2005: 154).

Ak Parti'nin ilk 4,5 yıllık iktidar döneminde siyasi kutuplaşma belirgin değildir. Daha çok vaatlerini yerine getirme odaklı bir politika izleyen iktidar partisi 2007 yılında Cumhurbaşkanı adayı olarak Abdullah Gül'ü gösterince laik-Kemalist kesimde ciddi bir hareketlenme olmuştur. Eşi başörtülü olan Gül'ün rejim için tehdit olduğu algısı, laik kesimi yeniden harekete geçirmiş, milyonlarca insanın katıldığı *"Cumhuriyete sahip çık"* mesajıyla mitingler yapılmıştır. Bu yaşananlar, 28 Şubat dönemini hatırlatırken Meclis'te yapılan oylamada tüzükte olmamasına rağmen bazı anayasa hukukçularının açıklamaları sonrası 367 oy şartı olduğu ifade edilerek cumhurbaşkanı seçimi yapılamamıştır. Ak Parti tarafından sıklıkla kullanılan bürokratik oligarşi ifadesi, bu noktada anlam ifade etmektedir. Sistemin anahtarını elinde tutan sivil ve askeri bürokratlar, demokrasi üzerinde bir vesayet ağı örmüşlerdir (Beriş, 2011: 87).

Yapılan seçimde meydanlarda *"halkın oy verdiği partiye Cumhurbaşkanı seçtirmediler"* teması üzerine kurulu bir kampanya yürüten Ak Parti, oylarını arttırmış ve yine tek başına iktidar olmuştur. Seçim barajını aşan MHP'nin de desteğiyle Abdullah Gül, 2008 yılında Cumhurbaşkanı seçilmiştir.

Ak Parti ve MHP'nin ikinci hamlesi başörtüsünün üniversitelerde serbest kalması için düzenleme yapmak olmuş ancak Anayasa Mahkemesi bu kanunu iptal

etmiştir. Özellikle Doğan Medya Grubu yayın organlarında, iki partinin *"ülkeyi kaosa ittiği"*[8] yönünde yapılan haberler ve oluşan gergin ortam nedeniyle bu düzenlemeden vazgeçilmiştir.

Bu iki olay muhafazakâr/milliyetçi/dindar kesimde CHP ve laik elitlerle ilgili düşmanlık algısını arttırırken kutuplaşmayı keskinleştiren asıl gelişmeler 2008 yılında başlayan Ergenekon ve 2009 yılında başlayan Balyoz soruşturmaları olmuştur. Ordu içindeki laik/ulusalcı subayların darbe hazırlığı yaptığı iddiası üzerine kurulan, yüzlerce asker ve sivilin cezaevine girmesi ve uzun hapis cezaları almasına neden olan bu iki dava, bu kez laik kesimde bir saldırı ve mağduriyet algısı oluşturmuştur. Milliyetçiler ise bu süreçte bazen nötr bazen de ulusalcılara destek veren bir tavır sergilemiştir. Nitekim Balyoz Davası sanıklarından Emekli General Engin Alan, MHP'den milletvekili olarak cezaevinden çıkmıştır.

Ergenekon ve Balyoz davası sanıklarının birçoğu, 2013 yılındaki yolsuzluk soruşturmaları sonrası hükümeti devirmeye çalıştığı gerekçesiyle terör örgütü olarak belirlenen ve üyeleri hakkında davalar açılan Fethullahçı Terör Örgütü'nün sahte deliller üreterek ordudaki ulusalcı subayları "kumpas" yoluyla tasfiye ettiğinin ortaya çıkması üzerine 2015 yılında tahliye olmuştur.

Türkiye'de özellikle 2007 yılındaki cumhurbaşkanlığı seçimiyle görünürlüğü artan siyasi kutuplaşmaya ilişkin tartışmalar özellikle laik-Atatürkçü elitler ve medyanın bir bölümü tarafından sürekli gündeme getirilmektedir. Toplumun Ak Parti iktidarı tarafından tehlikeli bir kutuplaşmaya itildiği tezine karşılık muhafazakâr/dindar kesim ve medyadaki temsilcileri bu kutuplaşmanın siyasal alanda yaşanmasının doğal olduğunu, sosyolojik olarak tehlikeli bir karşıtlık olmadığını ifade etmektedir.

Anık'ın seçmen davranışları ve ikna süreçleri üzerine yaptığı araştırmaya göre; Türkiye'de kendi ideolojik kimliğine en yakın ideolojik değeri önemli gören ve iktidara gelecek partinin aynı ideolojik nitelikleri haiz olmasını isteyen bir seçmen yapısı bulunmaktadır. Yaklaşık yüzde 50 oranında olan merkezdeki seçmenlerde bu

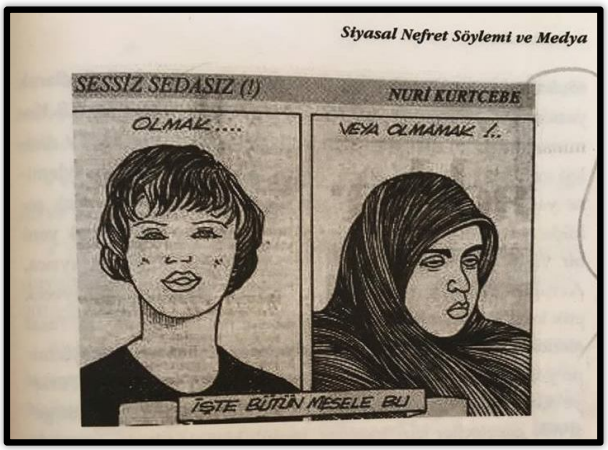
[8] Hürriyet Gazetesi, 10 Şubat 2008 yılında, *"411 El Kaosa Kalktı"* manşetiyle çıkmıştır.

ideolojik doz daha düşük ancak dini inancın baskın olduğu sağın sağı ve ideolojik kaygıları ağır basan solun soluna gidildikçe seçmen kendi dışındaki tüm değer kategorilerine uzak durmaktadır (Anık, 2000: 204). Türkiye'de siyasi kutuplaşmayı tahrik eden merkezdeki değil sağ ve solun uçlarındaki siyasetçi ve ideologlar olarak göze çarpmaktadır.

Ulusalcı söylem siyasal alanı laik/anti-laik, cumhuriyetçi/Cumhuriyet düşmanı, çağdaş/gerici, ulusalcı/bölücü olmak üzere antagonistik olarak iki kampa bölmekte ve karşıtı üzerinden kendine meşru bir siyasal alan oluşturmaktadır. İslamcı kesimde de bu denklem tersi üzerinden kurulmakta laik kesim din düşmanı, baskıcı, halk karşıtı olarak bir söylem hakimdir. İki denklem de medya açısından önemlidir. Çünkü medya düşman imgesinin üretilmesine ve bunun haklı kılınmasına yönelik bir yapıya varoluşundan sahip bulunmaktadır (Yılmaz, 2013: 75-76).

Türkiye'de ideolojik medya organları, bu karşıt iki söylemi sürekli tahrik etmektedir. Dursun'a göre (akt. Parlak ve Yıldırım, 2014: 42), AK Parti ve CHP karşıtlığının cisimleştiği Akit ve Cumhuriyet gazeteleri kendi içinde sadece haber aktaran değil aynı zamanda kendi öznelerini inşa etme sürecinde, okuyucularını bilinçlendirme görevini üstlenmiş olan araçlardır.

Şekil 2: Cumhuriyet Gazetesi'nde yayımlanan Karikatür



Kemalist Yazar Nuri Kurtcebe'nin Cumhuriyet Gazetesi'ndeki bu karikatürü, laik-Kemalist kesimin dindarlara bakış açısını yansıtan, nefret söylemiyle örülmüş bir örnektir: (Yılmaz'dan aktaran Yılmaz, 2013: 57).

> "*Solda çağdaş ve laik cumhuriyet kadını, başı elbette açık. Ama aynı zamanda gözleri de açık, saçları da. Sağda ise başı kapalı bir kadın. Mutsuz. Soldaki bulutların arasından ona bakan Ata'ya gülümsüyor. Sağdaki kadın ise gülmüyor. Karakaşlarından esmer olduğu anlaşılıyor. Arap gibi. Kara çarşafı, karakaşları, kara fikir ve inançları var, belli. Geleceği de karanlık"*.

Şekil 3: Akit TV'de Yayınlanan Haberin Ekran Görüntüsü



Aynı şekilde muhafazakâr/İslamcı kesimin uçtaki temsilcisi olan Akit Gazetesi de laik kesimin Atatürk hassasiyeti üzerine şiddetle gitmektedir. Atatürk'ün her ölüm yıldönümünde *"olmasaydın olmazdık"* diyen Atatürkçü kesime *"olmasaydı da olurduk"* ve *"zulüm 1938'de son buldu"* gibi yayınlar yapılmaktadır.

Bu yayıncılık anlayışının nedeni, ideolojik olarak taraftar olanları yanında tutmaktır. Çünkü okuyucu/izleyici kendi görüşüne yakın olana değer atfetmektedir.

Şevkli'nin 2007 yılında yaptığı araştırmada (2011: 56-58), Cumhuriyet Mitinglerine katılan ve kendisini seküler/milliyetçi olarak tanımlayanlara *"hangi gazeteyi okuyorsunuz?"* sorusunu yöneltmiştir. Cevaplar: Cumhuriyet, Sabah (TMSF'ye devredilmeden önceki dönem), Milliyet, Hürriyet, Radikal, Vatan, Akşam ve Posta olmuştur. Araştırmada, Can isminde Cihangir'de oturan bir katılımcı, *"Can*

Dündar'ı okuyorum. Zülfü Livaneli de var. Solcuları genelde ve sosyal demokratları. Benim için, yazdığı şeyler önemli. Mantığıma yatanları alırım ama Zaman ve Yeni Şafak okumam. Ne yazacağını biliyorum, niye okuyayım?" ve Toygar isimli katılımcının *"Emre Aköz'ü severdim ama sanki o da hükümete fazla destek çıkar gibi oldu. Benim görüşüme muhalif gazeteler sinirimi oynatır"* şeklindeki ifadeleri ideolojik yandaşlığın okuyucu/izleyicideki yansımasının örnekleridir.

Ak Parti ve CHP'de cisimleşen laik-muhafazakâr karşıtlığı birbirini düşman görürken aynı zamanda birbirinden beslenmektedir. Parlak ve Yıldırım'a göre (2014: 20), Ak Parti yöneticileri, kendilerini kuran kurucu öteki olarak CHP'yi siyasal sahneden silip atmak yerine, onu hep orada bir yerde, bir düşman olarak tutmayı amaçlamaktadır. CHP'nin aynı kalması, Ak Parti'nin işini kolaylaştırmaktadır.

Diğer yandan CHP de, yüzde 20-25 arasında olan seçmen kitlesini, Ak Parti karşıtlığı üzerinden konsolide etmektedir. Onlara göre Ak Parti; laik/Atatürkçü kesimin korkması gereken, bulduğu ilk fırsatta ülkeyi bir din devletine çevirebilecek, bütün okulları imam hatiplere çeviren, din referanslı terör örgütlerini destekleyen bir partidir. CHP Milletvekili Aykut Erdoğdu'nun 2017 yılındaki anayasa değişikliği görüşmeleri sırasında sosyal medyadaki paylaşımı bu algının sürekli canlı tutulduğunu gösterir niteliktedir (twitter.com/aykuterdogdu):

> *"Bugün AKP Grubu üzerimize saldırırken aralarından bazıları tekbir getiriyordu. O sırada IŞİD'in kinini, nefretini bazı gözlerde gördüm".*

Türkiye'de yapılan araştırmalar halk arasında siyasi anlamda bir kutuplaşma olduğunu ortaya koymaktadır. Kadir Has Üniversitesi tarafından 2016 yılında yapılan Türkiye Sosyal ve Siyasal Eğilimler Araştırmasında katılımcıların yüzde 61'i siyasi kutuplaşma olduğunu belirtmiştir. *"Türkiye'de siyasi bir kutuplaşma var mı?"* sorusuna muhalefet partilerini destekleyen seçmenlerin *"evet"* cevabı verme oranı hükümet partisi taraftarlarından daha yüksek çıkmıştır. Katılımcıların yüzde 47,6'sı kutuplaşmanın laik-Müslüman, yüzde 21,9'u sağcı-solcu, yüzde 15,2'si ise batılı-doğulu ekseninde olduğunu ifade etmiştir. Laik-Müslüman kutuplaşması olduğunu belirtenler genelde Ak Parti ve CHP'liler olurken (CHP'lilerin bu ayrımın kesinliğine

bakışı Ak Parti'ye göre daha yüksektir), sağcı-solcu ayrımı olduğu görüşünde birleşenler de MHP ve HDP'li seçmenler olmuştur. Katılımcıların yüzde 53,4'ü Türkiye'nin genel anlamda dindar bir ülke olarak tanımlanabileceğini belirtmiştir.

German Marshall Vakfı tarafından desteklenen ve 2016 yılında sonuçları açıklanan "Türkiye'de Kutuplaşmanın Boyutları Araştırması"nda ise Ak Parti ve MHP'ye oy verenler, kendisine en uzak gördüğü siyasi partinin HDP olduğunu belirtmiştir. CHP seçmeni yüksek oranda Ak Parti'yi karşıtı olarak görürken HDP seçmeni hem Ak Parti hem de MHP'den kendisini uzak görmektedir. Araştırma sosyolojik olarak da önemli veriler içermektedir. Katılımcıların yaklaşık yüzde 80'i, kendilerine uzak gördüğü partili biriyle komşuluk etmek istemediğini, çocuklarının arkadaşlık etmesini ya da evlenmesini istemediğini ve onlarla iş yapmak istemediklerini belirtmişlerdir. Bu katılımcılar uzak gördüğü parti taraftarlarına bağnaz, ülkeye tehdit oluşturan, ikiyüzlü, zalim gibi sıfatlar yakıştırmaktadır.

Katılımcıların yüzde 69'u eskiye oranla siyasi ayrılıkların arttığını belirtirken, CHP, HDP ve MHP seçmeninde bu görüşün ağırlık kazandığı görülmektedir.

Ayrılığa neden olan konuların başında CHP'liler için 17-25 Aralık soruşturmaları gelirken Ak Partililer için Gezi Olayları, MHP'liler için Kürt Sorunu, HDP'liler için ise 1980 Darbesi gelmektedir.

Siyasi parti taraftarlarının televizyon kanalları ve haber bültenleriyle ilgili taraflılık algısına bakıldığında. Ak Parti'ye oy verdiğini belirten katılımcıların en çok ATV ve TRT haberlerini izlediği, CHP'lilerin ise Fox TV ve Kanal D'yi tercih ettiği görülmektedir. MHP seçmeni en fazla Fox TV izlerken HDP'liler Kanal D'yi tercih ettiğini ifade etmektedir.

Sosyal medyada takip ettikleri hesaplar da sorulan katılımcıların yaklaşık yüzde 70'i, kendi siyasi görüşleriyle uyumlu hesapları takip ettiklerini söylerken, siyasi görüşünü sosyal medyada paylaşanların oranı yüzde 17,6'da kalmıştır (khas.edu.tr).

Bilge Adamlar Stratejik Araştırmalar Merkezi (BİLGESAM) tarafından hükümetin başlattığı Çözüm Süreci'nin devam ettiği 2014 yılında yaptırılan

kutuplaşma araştırmasında da, Türk-Kürt ayrışmasıyla ilgili sonuçlar dikkat çekmektedir. Aidiyetlere göre bakıldığında kendisini Türk olarak tanımlayanların Kürtlerden duyduğu *"rahatsızlığın",* Kürtlerin Türklerden duyduğu rahatsızlığa oranla çok daha yüksek oranda olduğu görülmektedir. Kürtlere *"olumsuz"* yaklaşımın MHP seçmeninde en yüksek. Ak Parti seçmeninde en düşük düzeyde olduğu ortaya çıkmaktadır ancak genel tabloda her üç kişiden biri, bir Kürt'ün ülkede cumhurbaşkanı ya da başbakan olmasını istememektedir. Katılımcıların yüzde 10'u Türkiye'de Kürtlerle birlikte yaşamak istemediklerini ifade etmektedir (Akyürek ve Koydemir, 2014).

Din temelli ayrıma yönelik olarak sorulan, *"başörtülü birinin başbakan ya da cumhurbaşkanı olmasından rahatsız olur musunuz?"* sorusuna en yüksek oranda (yüzde 39,8) *"evet"* cevabını, CHP seçmeni vermektedir (Akyürek ve Koydemir, 2014).

Türkiye'de siyasal anlamda kutuplaşmanın çok partili siyasi hayata geçişten bu yana devam ettiği, sosyolojik olarak bu kutuplaşmayı besleyen bir toplum yapısı olduğu görülmektedir. Siyasi anlamda kutuplaşma her dönem belli düzeylerde varlığını gösterirken toplumsal anlamda kutuplaşmanın siyasi alandaki gelişmelerden etkilendiği, insanların birbirini "düşman" olarak görme eğilimlerinin konjonktürel olarak yükselip düştüğü de bilinmektedir. Diğer yandan siyaset teorisyenleri kutuplaşmanın siyasi ve toplumsal anlamda demokrasinin özümsenmesiyle doğru orantılı olmadığını ortaya koymaktadır. Yerleşmiş demokrasiye sahip olan İzlanda ve İsveç gibi ülkelerde yüksek kutuplaşma oranları görülmektedir (Dalton'dan aktaran Kiriş, 2010: 44).

Partiler arasında yüksek düzeyde bir ideolojik kutuplaşmanın varlığı, seçimlerde oy değişkenliğini azaltıcı bir etki ortaya çıkarmaktadır. Seçmen tabanının durağanlık kazanması, partilerin hesap verebilirliğini arttırıcı bir etki ortaya çıkarabileceği ve istikrarlı bir siyasal sisteme katkıda bulunabileceği gibi, bu durumun süreklilik kazanması partilerin, aldığı oy oranlarını garanti görerek toplumsal taleplere karşı duyarsız bir tutuma yönelmesine de yol açabilmektedir (Kiriş, 2010: 38).

Türkiye'de şu anda 4 parti TBMM'de temsil edilmekte, temsiliyet oranı yüksek, kutuplaşmış bir çoğulcu siyasi parti sistemi bulunmaktadır. 4 partinin de ideolojik olarak birbirinden farklı konumlanması, kutuplaşmanın yoğunluğunu azaltmakla birlikte ülkede hâkim karşıtlığın laik-dindar şeklinde olduğu ve siyasi mücadelenin ana alanının bu iki kesim ve siyasi temsilcileri arasında sürdüğü görülmektedir.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

SİYASAL TERCİHLERİN MEDYA TERCİHLERİNE ETKİSİNE İLİŞKİN ALAN ARAŞTIRMASI BULGULARI

Ayrıntıları aşağıda yer almak üzere bu bölümde Türkiye'de siyasi eğilim ve kamplaşmanın seçmenlerin medyadaki tarafsızlık algısına etkisi ile ilgili tüm Türkiye'yi temsil eden 2235 seçmen arasında bir alan araştırması gerçekleştirilmiştir. Alan araştırmasına ilişkin bulgular ele alınmadan önce çalışmanın metodolojisine ilişkin başlıklara ayrıntılı bir biçimde yer verilmiştir.

1. Metodoloji

Bu bölümde araştırma soruları ve hipotezler, katılımcıların seçimi, ölçüm araçları, veri toplama ve kullanılan istatistiksel analizlere ilişkin başlıklar bulunmaktadır.

1.1. Araştırma Soruları ve Hipotezler

Önceki bölümlerde ayrıntılı olarak ortaya konan kavramsal çerçeve ve araştırma modeli çerçevesinde aşağıda yer alan araştırma soruları ve bunlara bağlı hipotezlere yer verilmiştir. Öncelikle katılımcıların siyasal gündemi hangi araçlardan ve kanallardan takip ettiği, araçların tarafgirlik ve güvenilirlikleriyle ilgili düşünceleri, kendilerini yakın hissettikleri dünya görüşü, 7 Haziran ve 1 Kasım 2015 tarihlerinde yapılan seçimlerde hangi siyasi partiye oy verdiklerine ilişkin betimleyici bulguları ortaya koymaya yönelik olarak aşağıda yer alan araştırma sorularına yer verilmiştir:

Araştırma Sorusu 1: Katılımcılar siyasi gündemle ilgili haberleri hangi araç ve kanallardan takip etmektedirler?

Araştırma Sorusu 2: Katılımcıların siyasi tercihlerinin televizyon kanalı ve haber seçiminde etkisine dair görüşleri nasıl dağılım göstermektedir?

Araştırma Sorusu 3: Katılımcıların kitle iletişim araçlarının taraflılık ve güvenilirliği ile ilgili görüşleri nasıl dağılım göstermektedir?

Araştırma Sorusu 4: Katılımcıların siyasal aidiyet düzeyleri nasıl dağılım göstermektedir?

Araştırma Sorusu 5: Katılımcıların kendini yakın hissettikleri dünya görüşü ve oy verdikleri siyasi partiler nasıl dağılım göstermektedir?

Araştırma Sorusu 7: Katılımcıların siyasal kutuplaşmaya dair tutumları nasıl dağılım göstermektedir?

Katılımcıların siyasal gündemi hangi araçlardan ve kanallardan takip ettiği, araçların tarafgirlik ve güvenilirlik ile ilgili düşünceleri, kendilerini yakın hissettikleri dünya görüşü, 7 Haziran ve 1 Kasım tarihlerinde hangi siyasi partiye oy verdiklerine ilişkin araştırma sorularının ardından, söz konusu değişkenlerin katılımcıların sahip oldukları siyasi görüşlerine göre farklılık gösterip göstermediğine ilişkin araştırma soruları ve bunlara bağlı hipotezlere yer verilmiştir.

Araştırma Sorusu 8: Katılımcıların siyasi gündemle ilgili haberleri takip ettikleri araç ve kanallar onların siyasi tercihlerine göre anlamlı biçimde farklılık gösterir mi?

Hipotez 1: Katılımcıların siyasi gündemle ilgili haberleri takip ettikleri araç ve kanallar onların siyasi tercihlerine göre anlamlı biçimde farklılaşmaktadır.

Hipotez 2: Katılımcıların siyasi gündemle ilgili haberleri takip ettikleri TV haber kanalları onların siyasi tercihlerine göre anlamlı biçimde farklılaşmaktadır.

Araştırma Sorusu 9: Katılımcıların siyasi tercihlerinin televizyon kanalı ve haber seçimindeki etkisine dair görüşleri, onların siyasi tercihlerine göre farklılık gösterir mi?

Hipotez 3: Katılımcıların siyasi tercihlerinin televizyon kanalı ve haber seçiminde etkisine dair görüşleri onların siyasi parti tercihlerine göre anlamlı biçimde farklılaşmaktadır.

Araştırma Sorusu 10: Katılımcıların kitle iletişim araçlarının taraflılık ve güvenilirliği ile ilgili görüşleri onların siyasi tercihlerine göre farklılık gösterir mi?

Hipotez 4: Katılımcıların kitle iletişim araçlarının taraflılık ile ilgili görüşleri onların siyasi tercihlerine göre anlamlı biçimde farklılaşmaktadır.

Hipotez 5: Katılımcıların kitle iletişim araçlarının güvenilirlik ile ilgili görüşleri onların siyasi tercihlerine göre anlamlı biçimde farklılaşmaktadır.

Araştırma Sorusu 11: Katılımcıların siyasal aidiyet düzeyleri onların siyasal tercihlerine göre anlamlı biçimde farklılık göstermekte midir?

Hipotez 6: Katılımcıların siyasal aidiyet düzeyleri onların siyasi parti tercihlerine göre anlamlı biçimde farklılaşmaktadır.

Araştırma Sorusu 12: Katılımcıların siyasal kutuplaşmaya dair tutumları, onların siyasal tercihlerine göre anlamlı biçimde farklılık göstermekte midir?

Hipotez 7: Katılımcıların siyasal kutuplaşmaya dair tutumları onların siyasi parti tercihlerine göre anlamlı biçimde farklılaşmaktadır.

Araştırma Sorusu 13: Katılımcıların siyasi tercihlerinin televizyon kanalı ve haber seçiminde etkisine dair görüşleri, siyasal aidiyet ve kutuplaşma düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?

Hipotez 8: Katılımcıların siyasi tercihlerinin televizyon kanalı ve haber seçiminde etkisine dair görüşleri, siyasal aidiyet ve kutuplaşma düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki vardır.

1.2. Katılımcıların Seçimi

Çalışma, tüm Türkiye'yi temsil eden bir örneklem üzerinde gerçekleştirilmiştir. Bu bağlamda çalışmanın parametrik bir tasarıma sahip olduğu söylenebilir. Türkiye'nin farklı coğrafi bölgelerindeki seçmen yoğunluğundaki dengesiz dağılım nedeniyle, tek başına basit tesadüfi (rastlantılı) örneklem tekniği kullanılmamıştır. Farklı coğrafi bölgelerde yer alan seçmen sayılarının evrendeki ağırlıklarına göre

örneklemde temsil edilmesi fikrinden hareketle örneklem seçiminde *"Küme Örneklemi"* yöntemi de ayrıca kullanılmıştır. Küme örneklem tekniği içerisinde ayrıca örneklem seçiminde amaçlı ve katmanlı tekniklere de başvurulmuştur.

Araştırmada veri ve bilgi toplama yöntemi olarak, yüz yüze anket yöntemi kullanılmıştır. Anket formunun verilmesi sırasında, gerekli açıklamalar yapılmıştır. Anketin cevaplanması sırasında, cevaplar kısa bir kontrolden geçirilerek eksik cevapların doldurulması sağlanmıştır. Buna rağmen, kontrolde gözden kaçan anket formları arasından, eksik ve hatalı doldurulan anketler ile eleme sorularına istenilen cevapları veremeyen katılımcıların anket formları elenmiştir. Bu bağlamda ilgili bölgelerde, 2235 seçmen arasında 16 Nisan 2017 Referandumu öncesi 1-10 Nisan 2017 tarihleri arasında yüz yüze anket yapılmıştır.

1.3. Soru Formu ve Ölçüm Araçları

Anket formu temel olarak altı bölümden oluşmaktadır. Birinci bölüm, katılımcıların siyasi gündemi takip ettikleri araç ve kanalları ortaya koymaya yönelik sorulardan oluşmaktadır. İkinci bölüm ise katılımcıların siyasi tercihlerinin televizyon kanalı ve haber seçiminde etkisine dair tutumlarını ölçmeye çalışmaktadır. Çalışmanın üçüncü bölümü ise kitle iletişim araçları ve TV kanallarının tarafgirliğini sorgulamaktadır. Dördüncü bölümde de katılımcıların siyasal aidiyet düzeyi ölçülmeye çalışılmıştır. Beşinci kısımda siyasal kutuplaşmayı ölçmeyi amaçlayan sorular yer almaktadır. Son bölümde ise demografik sorular yer almaktadır.

Söz konusu soruların bir kısmı literatür taraması ve ilgili araştırma bulgularından yola çıkılarak bizzat araştırmacı tarafından hazırlanırken, Tilo Hartmann ve Martin Tanis'in (2013) grup içi kimliklendirme çalışması kapsamında geliştirdiği ölçekten ve kutuplaşma konusundaki sorular için Akyürek ve Koydemir'in çalışmasından (2014) yararlanılmıştır.

Tablo 13 soru formunun alt ölçeklerine ait güvenilirlik değerlerini içermektedir. İlgili tabloda da görüldüğü gibi ölçeklerin güvenilirlik değerleri .69 - ile .80 arasında değişmektedir. Çalışmanın geçerliliği ise yüzey (face) geçerliliği ile sağlanmıştır. Ayrıca, siyasi tercihlerin kanal ve haber seçimine etkisi ile siyasi kutuplaşma (r= .082,

p< .01), ve siyasi aidiyet (r= .414, p< .01), boyutları arasındaki pozitif anlamlı ilişkinin ortaya konması yoluyla, ölçeğin yapı geçerliliği de sağlanmıştır.

Tablo 13: Soru Formunun Güvenilirlik Değerleri

Ölçekler	Madde Sayısı	Cronbach Alpha
Siyasi Tercihlerin Kanal ve Haber Seçimine Etkisi	12	.714
Siyasal Aidiyet	13	.806
Siyasal Kutuplaşma	11	.695
Boyutların Genel Aritmetik Ortalaması	**.738**	

1.4. Kullanılan İstatistiksel Analizler

Katılımcılardan elde edilen verilerin girişi, SPSS 17.0 adlı program aracılığıyla yapılmış ve araştırma sorularını yanıtlamak ve hipotezleri sınamak için uygun istatistiksel analizler uygulanmıştır. Araştırmada, betimleyici istatistikler, tek yönlü varyans analizi (ANOVA) ve bağımsız örneklem *t* testi kullanılmıştır.

1.4.1. Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA)

Tek yönlü varyans analizi ilişkisiz iki ya da daha çok örneklem ortalaması arasındaki farkın sıfırdan anlamlı bir şekilde farklı olup olmadığını test etmek için kullanılmaktadır. Bu analizin yapılabilmesi için aşağıdaki varsayımların yerine getirilmiş olması gerekir (Norusis, 2002: 301):

1. Bağımlı değişkenin ölçüm düzeyi en az aralık ölçeğinde olmalıdır.
2. Puanlar, bağımlı değişkende etkisi araştırılan faktörün her bir düzeyinde normal dağılım gösterir.
3. Ortalama puanların karşılaştırılacağı örneklemler ilişkisizdir.
4. Örneklemlerin varyansları eşittir.

1.4.2. Bağımsız Örneklem T Testi (Independent Samples T Test)

Bu tür analizde, iki ayrı gruptan ve bu gruplardan alınan ayrı örneklemlerden söz edilir. Buradaki temel amaç grupların herhangi bir özelliğinde benzerlik ya da farklılıkları ortaya koymaktır. Analiz, iki bağımsız gruptan alınan iki örneğin

ortalamalarının karşılaştırılması esasına dayanır (Erdoğan, 2003: 320). Analize ilişkin temel varsayımlar ise şu şekilde özetlenebilir (Bryman ve Cramer, 2001: 140):

1. Bağımlı değişkene ait ölçüm düzeyleri ya da puanlar mesafeli ya da oranlı ölçek düzeyindedir ve karşılaştırmaya esas iki grup ortalaması aynı değişkene aittir.
2. Bağımlı değişkene ait gruplar normal dağılıma sahiptir.
3. Ortalama puanların karşılaştırıldığı puanlar ilişkisizdir

1.4.3. Basit Korelasyon: Pearson Korelasyon Katsayısı

Pearson korelasyon katsayısı, iki sayısal ölçüm arasında doğrusal bir ilişki olup olmadığını ve varsa bu ilişkinin yönü ile şiddetinin ne olduğunu belirlemek için kullanılan bir istatistiksel yöntem olup bu yöntem öncelikle iki değişkenin de sürekli olmasını gerektirmektedir (Sigler ve Pearson'dan aktaran Çöl, 2000: 45-46).

Araştırma tasarımında kullanılan ölçüm düzeyleri mesafeli ya da oranlı olabilir. Bu ölçüm düzeyine ait değişkenlerde *"Pearson product moment correlation"* testi yapılır. Bu test aracılığıyla hem anlamlı bir ilişkinin olup olmadığı test edilir, hem de eğer anlamlı ilişki varsa, ilişkinin yönü ve gücü belirlenir (Erdoğan, 2003: 292).

1.4.4. Ki-Kare (Chi-Square) Analizi

Bir değişkende bulunan olayların frekansları, diğer bir değişkenin iki ya da daha fazla ilişkisiz örneklem ya da kategorisiyle karşılaştırılmak istendiğinde ki-kare analizi kullanılır **(**Bryman ve Cramer, 2001:122).

En çok kullanılan ve aynı zamanda da en çok hata yapılan analiz türlerindendir. Test, araştırma sorusu ya da hipotezi karşılıklı birbirini dışarıda bırakan gruplar ya da alt gruplar arası dağılımı ele alır. Karşılıklı birbirini dışarıda bırakma kavramından anlaşılması gereken bir verinin ancak bir gruba girecek ve diğerine girmeyecek şekilde sınıflandırılmasıdır (Erdoğan, 2003:391).

Data rakamlarıyla ilgili hipotezlerin test edilmesinde kullanılır. Gözlenen değerlerin nasıl farklılaştığını, ki-kare dağılımı bunların değerlerini karşılaştırarak yapar. Bütün gözlemler bağımsız olmak zorundadır. Kategoriler birbirinin içine

geçmiş olmamalıdır. Ayrıca beklenen değerlerin çoğu 5'ten büyük olmak zorundadır (Norusis, 2002:359).

2. Bulgular ve Yorum

Bu bölümde öncelikle katılımcıların demografik özellikleri ile siyasi tercihlerine yönelik bulgular ortaya konmuştur. Sonraki aşamada ise katılımcıların hangi araçlardan ve kanallardan siyasi haberleri takip ettikleri, siyasi haberleri takip etmede siyasal görüşlerinin etkisi, medyanın tarafgirliği, siyasal aidiyet ve siyasal kutuplaşmaya dair betimleyici bulgulara yer verilecektir. Daha sonra söz konusu değişkenlerin siyasal tercih ve demografik niteliklere göre farklılaşacağını öngören hipotezler test edilecektir. Son aşamada ise siyasi haberleri takip etmede siyasal görüşlerinin etkisi, siyasal aidiyet ve siyasal kutuplaşma değişkenleri arasındaki ilişki ele alınacaktır.

2.1. Katılımcıların Sosyo-Demografik Özellikleri

Bu başlık altında katılımcıların siyasi tercihleri, eğitim düzeyi, cinsiyet, yaş, meslek ve gelir düzeyine ilişkin alınan yanıtların betimleyici istatistik (frekans, en düşük, en yüksek, aritmetik ortalama, ortanca, tepe değer) bulgularına yer verilecektir.

2.1.1. Siyasal Dünya Görüşü

Bu başlık altında ilk olarak katılımcıların kendilerini ait hissettikleri dünya görüşüne ait betimleyici bulgulara yer verilmiştir. Söz konusu bulgulara merkezi eğilim istatistikleri aracılığıyla ulaşılmıştır. Tablo 14'te yer alan bulgulara göre katılımcıların en kuvvetli düzeyde kendilerini tanımladıkları dünya görüşü Milliyetçi olarak karşımıza çıkmaktadır. Söz konusu ideolojiyi sırasıyla, İslamcı, Muhafazakar, Laik/Atatürkçü, Ulusalcı, Sosyal Demokrat ve son olarak sosyalist ideoloji izlemektedir.

Tablo 14: Tanımlanan Dünya Görüşü

	N	En Düşük	En Yüksek	Ortalama	S.Sapma
Milliyetçi	1873	1,00	5,00	3,9140	1,19766
İslamcı	1892	1,00	5,00	3,5375	1,34607
Muhafazakâr	1848	1,00	5,00	3,3355	1,40961
Laik/Atatürkçü	1861	1,00	5,00	3,2429	1,49843
Ulusalcı	1778	1,00	5,00	2,9027	1,48869
Sosyal Demokrat	1766	1,00	5,00	2,7174	1,42856
Sosyalist	1758	1,00	5,00	2,6513	1,40396

Katılımcıların siyasi tercihlerine ilişkin bir diğer değerlendirme ise 1 Kasım 2015 seçimlerinde oy verdikleri parti üzerinden gerçekleştirilmiştir. Tablo 14'te yer alan frekans analizi sonuçlarına göre katılımcıların % 44,4'ü AK Parti'ye oy verdiğini belirtirken, % 21,7'si CHP'ye, % 13'ü MHP'ye, % 5'i ise HDP'ye oy verdiğini ifade etmişlerdir. Diğer yandan, katılımcıların % 12,8'i ise oy kullanmadığını belirtmiştir.

Tablo 15: 1 Kasım 2015 Seçimlerinde Oy Verilen Siyasi Parti Dağılımı

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde
Ak Parti	944	42,2	44,4
BBP	29	1,3	1,4
CHP	462	20,7	21,7
HDP	106	4,7	5,0
MHP	276	12,3	13,0
SP	20	,9	,9
Diğer	17	,8	,8
Oy Kullanmadım	273	12,2	12,8
Toplam	2127	95,2	100,0
Cevapsız	107	4,8	
Genel Toplam	2235	100,0	

2.1.2. Eğitim Düzeyi

Katılımcıların eğitim düzeylerine ilişkin frekans analizi sonuçları Tablo 15'te yer almaktadır. İlgili dağılıma göre katılımcıların % 51.9'u üniversite mezunu olduklarını belirtirken, % 25.4'ü lise, % 7.6'sı lisans üstü, % 7.6'sı orta okul, ve % 7.6'sı ise ilkokul mezunu olduklarını ifade etmişlerdir.

Tablo 16: Eğitim Düzeyi Dağılımı

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde
İlkokul	165	7,4	7,6
Ortaokul	165	7,4	7,6
Lise	554	24,8	25,4
Üniversite	1133	50,7	51,9
Lisansüstü	167	7,5	7,6
Toplam	2184	97,7	100,0
Cevapsız	51	2,3	
Genel Toplam	2235	100,0	

2.1.3. Cinsiyet Dağılımı

Katılımcıların cinsiyet dağılımları incelendiğinde % 97'sinin ilgili soruyu yanıtladıkları görülmektedir. Tablo 16'da da örüldüğü gibi katılımcıların % 57.6'sı erkeklerden, % 42.4'ü de kadınlardan oluşmaktadır.

Tablo 17: Katılımcıların Cinsiyet Dağılımı

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde
Erkek	1248	55,8	57,6
Kadın	920	41,2	42,4
Toplam	2168	97,0	100,0
Toplam	2235	100,0	

2.1.4. Yaş Dağılımı

Katılımcıların yaşlarına ilişkin betimleyici bulgulara merkezi eğilim istatistikleri aracılığıyla ulaşılmıştır. Tablo 18'de yer alan bulgulara göre katılımcıların en düşük yaşı 18 olurken, en yüksek ise 80'dir. Katılımcıların yaşlarının aritmetik ortalaması ise 33 olarak gerçekleşmiştir.

Tablo 18: Katılımcıların Yaş Dağılımına İlişkin Merkezi Eğilim İstatistikleri

	N	En Düşük	En Yüksek	Ortalama	S.Sapma
Yaş	2083	18,00	80,00	33,0437	11,72579

2.1.5. Meslek

Bu başlık altında katılımcıların mesleki dağılımları, frekans analizi aracılığıyla ortaya konmaya çalışılmıştır. Tablo 19'da yer alan frekans analizi bulgularına göre katılımcıların % 96.7'si ilgili soruyu yanıtlamışlardır. Buna göre katılımcıların % 26,3'ü öğrenci olduğunu belirtirken, % 12.3'ü memur, % 12'si işçi, % 9.2'si ev hanımı, % 7.9'u esnaf, % 6.2'si de emekli olduklarını ifade etmişlerdir.

Tablo 19: Katılımcıların Meslek Dağılımı

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde
Çiftçi	22	1,0	1,0
Emekli	133	6,0	6,2
Esnaf	170	7,6	7,9
Ev Hanımı	198	8,9	9,2
İşçi	259	11,6	12,0
Memur	265	11,9	12,3
Öğrenci	569	25,5	26,3
Sağlık Çalışanı	68	3,0	3,1
Serbest Meslek	167	7,5	7,7
Çalışmıyor	104	4,7	4,8
Diğer	207	9,3	9,6
Toplam	2162	96,7	100,0
Cevapsız	73	3,3	
Genel Toplam	2235	100,0	

2.1.6. Gelir Düzeyi

Bu başlık altında son olarak katılımcıların gelir düzeyi dağılımları, merkezi eğilim istatistikleri ile incelenmiştir. Tablo 19'da yer alan bulgulara göre katılımcıların en düşük gelir düzeyi 200 TL olurken, en yüksek ise 30.000 TL'dir. Katılımcıların gelir düzeylerinin aritmetik ortalaması ise 3550 TL olarak gerçekleşmiştir.

Tablo 20: Katılımcıların Gelir Düzeyi Dağılımına İlişkin Merkezi Eğilim İstatistikleri

	N	En Düşük	En Yüksek	Ortalama	S.Sapma
Gelir	1717	200,00	30000,00	3550,0664	2612,69736

3. Siyasi Gündemin Takip Edildiği Araç ve Gündeme İlişkin Betimleyici Bulgular

Bu başlık altında katılımcıların siyasi gündemi takip ettikleri araç ve televizyon kanallarına ilişkin alınan yanıtların betimleyici istatistik (frekans, en düşük, en yüksek, aritmetik ortalama, ortanca, tepe değer) bulgularına yer verilecektir.

3.1. Siyasal Gündemle İlgili Haberlerin Takip Edildiği Araç

Katılımcıların siyasal gündemi hangi araçtan takip ettiklerine dair kullanım sıklığı bulgularına merkezi eğilim istatistikleri aracılığıyla ulaşılmıştır. Tablo 21'de yer alan bulgulara göre, katılımcıların siyasal gündemi en sık takip ettikleri araçlar, sosyal medya, internet haber siteleri ve televizyon olmuştur. Gazete ve radyo bu tabloda daha az sıklıkta kullanılan araçlardır.

Tablo 21: Katılımcıların Siyasal Gündemi Takip Etme Sıklığına İlişkin Merkezi Eğilim İstatistikleri

	N	En Düşük	En Yüksek	Ortalama	S.Sapma
Sosyal Medya	1874	1,00	5,00	3,5971	1,36598
İnternet Haber Siteleri	1895	1,00	5,00	3,5573	1,30904
Televizyon	2040	1,00	5,00	3,5255	1,34938
Gazete	1800	1,00	5,00	2,5978	1,31160
Radyo	1748	1,00	5,00	1,7712	1,11000

3.2. Siyasal Gündemle İlgili Haberlerin Takip Edildiği Televizyon Kanalı

Katılımcıların siyasal gündemle ilgili haberleri takip ettikleri televizyon kanalı da bu başlık altında ayrıca değerlendirilmiştir. Tablo 22'de yer alan frekans analizi sonuçlarına göre, katılımcıların % 18.9'u siyasal gündemi TRT 1'den takip ettiğini belirtirken, % 18.2'si ATV'den, % 17.6'sı Fox TV'den, % 15.3'ü Kanal D'den, % 10.4'ü Show TV'den, % 10.0'u da Star TV'den ve % 5.3'ü de Kanal 7'den takip ettiklerini ifade etmişlerdir.

Tablo 22: Katılımcıların Siyasal Gündem İle İlgili Haberleri Takip Ettikleri Televizyon Kanalları

	Yanıtlar		
	N	Yüzde	Vaka Yüzdesi
ATV	928	18,2%	43,6%
FOX TV	897	17,6%	42,2%
KANAL D	779	15,3%	36,6%
KANAL 7	271	5,3%	12,7%
SHOW TV	528	10,4%	24,8%
STAR TV	510	10,0%	24,0%
TRT 1	964	18,9%	45,3%
DİĞER	219	4,3%	10,3%
Toplam	5096	100,0%	239,6%

3.3. Siyasal Gündemle İlgili Haberlerin Takip Edildiği Televizyon Haber Kanalı

Bu başlık altında son olarak katılımcıların siyasal gündemle ilgili haberleri takip ettikleri haber kanalına dair inceleme gerçekleştirilmiştir. Tablo 23'te konu ile ilgili olarak yer alan dağılıma göre, siyasal gündemin takip edildiği haber kanalları arasında % 17.8'lik oran ile CNN Türk ilk sırayı almaktadır. Onu sırasıyla, A Haber, NTV, Habertürk, TRT Haber ve Halk TV takip etmektedir.

Tablo 23: Katılımcıların Siyasal Gündem İle İlgili Haberleri Takip Ettikleri Televizyon Haber Kanalları

	Yanıtlar		Vaka Yüzdesi
	N	Yüzde	
A Haber	877	15,7%	40,7%
Akit TV	120	2,1%	5,6%
Bengü Türk	121	2,2%	5,6%
CNN Türk	995	17,8%	46,2%
Haber Türk	726	13,0%	33,7%
Halk TV	268	4,8%	12,4%
Kanal 24	122	2,2%	5,7%
Kanal A	175	3,1%	8,1%
NTV	872	15,6%	40,5%
TGRT Haber	165	3,0%	7,7%
TRT Haber	727	13,0%	33,8%
TVNET	43	,8%	2,0%
Ulusal Kanal	127	2,3%	5,9%
Ülke TV	124	2,2%	5,8%
Diğer	125	2,2%	5,8%
Total	5587	100,0%	259,5%

4. Siyasi Tercihlerin Televizyon Kanalı ve Haber Seçimine Etkisine İlişkin Betimleyici Bulgular

Bu başlık altında katılımcıların siyasi tercihlerinin televizyon kanalı ve haber seçimine etkisine ilişkin alınan yanıtların betimleyici istatistik (frekans, en düşük, en yüksek, aritmetik ortalama, ortanca, tepe değer) bulguları ele alınmıştır.

Tablo 24'te yer alan analiz sonuçları incelendiğinde, katılımcıların genel olarak siyasi tercihlerin televizyon ve haber kanalı seçimini etkilediğine dair bir kanaate sahip oldukları anlaşılacaktır. Katılımcıların en yüksek düzeyde olumlu yanıt verdikleri üç madde şu şekilde sıralanmaktadır:

1. Türkiye'de medyayı haberler açısından taraflı buluyorum.

2. İnsanların siyasal görüşleri televizyon kanallarını izleme tercihlerinde etkilidir.

3. Televizyonda takip edeceğim haberleri seçmemde siyasal görüşüm ya da partimin etkisi vardır.

Tablo 24: Katılımcıların Siyasi Tercihlerinin Televizyon Kanalı ve Haber Seçimine Etkisine İlişkin Merkezi Eğilim İstatistikleri

	N	En Düşük	En Yüksek	Ortalama	S.Sapma
Türkiye'de medyayı haberler açısından taraflı buluyorum.	2062	1,00	5,00	3,7856	1,24162
İnsanların siyasal görüşleri televizyon kanallarını izleme tercihlerinde etkilidir.	2115	1,00	5,00	3,6411	1,24193
Televizyonda takip edeceğim haberleri seçmemde siyasal görüşüm ya da partimin etkisi vardır.	2081	1,00	5,00	3,2758	1,28633
Tartışma programlarında kendi görüşüme yakın konuşmacıların olması önemlidir.	2079	1,00	5,00	3,2607	1,23642
Türkiye'de Televizyon kanallarındaki siyasi tartışma programlarını sık sık izlerim.	2045	1,00	5,00	3,2372	1,25317
Türkiye'de medya, genel olarak, benim siyasi görüşüme karşıt olan tarafı desteklemektedir.	2045	1,00	5,00	3,0191	1,24146
Televizyonda takip edeceğim haberleri seçmemde kanalın sahibinin siyasi görüşü etkilidir.	2005	1,00	5,00	2,9621	1,31912
Karşıt siyasi partinin lider ya da sözcüsü televizyonda çıkınca kanal değiştiririm.	2082	1,00	5,00	2,5706	1,29616
Takip ettiğim haber bülteninde karşıt siyasi partinin lideri ya da sözcüsünün yer alması ya da eleştirileri beni rahatsız eder.	2098	1,00	5,00	2,5386	1,25890
Türkiye'de medyayı haberler açısından güvenilir buluyorum.	2080	1,00	5,00	2,5341	1,25636
Televizyonda takip ettiğim haber bülteninde karşıt siyasi görüşle ilgili haberlerin yayınlanması beni rahatsız eder.	2095	1,00	5,00	2,5232	1,25014
Tartışma programlarında karşıt görüş ya da partiden konuşmacıların olması beni rahatsız eder.	2103	1,00	5,00	2,3942	1,21836

Diğer yandan katılımcıların en düşük düzeyde olumlu yanıt verdikleri üç madde ise şunlardır:

1. Tartışma programlarında karşıt görüş ya da partiden konuşmacıların olması beni rahatsız eder.
2. Televizyonda takip ettiğim haber bülteninde karşıt siyasi görüşle ilgili haberlerin yayınlanması beni rahatsız eder.
3. Türkiye'de medyayı haberler açısından güvenilir buluyorum.

Katılımcıların siyasi tercihlerinin televizyon kanalı ve haber seçimine etkisine dair ikinci bir değerlendirme daha yapılmıştır. Bu kez konu ile ilgili daha net bir bulguya ulaşmak amaçlanmıştır. Bu çerçevede söz konusu madde *"compute variable"* komutu aracılığıyla ortalamaları alınmak suretiyle tek bir indekse dönüştürülmüştür. Son aşamada ise siyasi tercihlerin televizyon kanalı ve haber seçimine etki tutum indeksinin merkezi eğilim istatistikleri hesaplanmıştır.

Tablo 25: Siyasi Tercihlerin Televizyon Kanalı ve Haber Seçimine Etki Tutum İndeksine İlişkin Merkezi Eğilim İstatistikleri

	N	En Düşük	En Yüksek	Ortalama	S. Sapma
Siyasi Etki Medya	2169	1,00	5,00	2,9767	,71277

Tablo 25, söz konusu hesaplamaya dair bulguları içermektedir. Sonuçlara göre katılımcıların siyasi tercihlerin televizyon kanalı ve haber seçimine etki tutum genel indeks ortalaması 2.97 olarak gerçekleşmiştir. Bu sonuçlara göre katılımcıların siyasi tercihlerinin televizyon kanalı ve haber seçimine etki tutum düzeylerinin *"orta"* düzeyde olduğu söylenebilir (Söz konusu sınıflandırmada, kullanılan beşli likert ölçeğinden esinlenilmiştir. Katılım düzeyine en düşük 1, en yüksek de 5 puanı ifade eden yanıtlar verildiği ve toplam bir katılım indeksi indeksi oluşturulduğu için 4/5 = .80 puan aralığında 1'den başlamak üzere derecelendirme yapılmıştır. 1,00-1,80 = çok düşük; 1,81-2,60 = düşük; 2,61-3,40 = orta; 3,41-4,20 = yüksek; 4,21-5,00 = çok yüksek).

5. Kitle İletişim Araçlarının Taraflılık ve Güvenilirliğine İlişkin Betimleyici Bulgular

Bu başlık altında kitle iletişim araçlarının taraflılık ve güvenilirliğine dair katılımcı görüşlerinin betimleyici istatistik (frekans, en düşük, en yüksek, aritmetik ortalama, ortanca, tepe değer) bulguları ele alınmıştır.

5.1. Haberlerde Taraflılık

Bu başlık altında ilk olarak katılımcılardan kitle iletişim araçlarının haber içeriklerinde ne kadar taraflı olduklarını değerlendirdikleri bulgular ele alınmıştır. Tablo 26'da yer alan bulgulara göre katılımcıların haber içeriklerinde en taraflı buldukları araç gazetedir. Gazeteyi sırasıyla televizyon, internet haber siteleri, sosyal medya ve radyo takip etmektedir.

Tablo 26: Kitle İletişim Araçlarının Haberlerde Taraflılığına İlişkin Merkezi Eğilim İstatistikleri

	N	En Düşük	En Yüksek	Ortalama	S.Sapma
Gazete	2037	1,00	5,00	4,2631	,90267
Televizyon	2128	1,00	5,00	4,2552	,98423
İnternet Haber Siteleri	1984	1,00	5,00	3,8170	1,08271
Sosyal Medya	1995	1,00	5,00	3,6827	1,26645
Radyo	1974	1,00	5,00	3,5664	1,09619

5.2. Haberlerde Güvenilirlik

Bu başlık altında incelenen bir diğer konu da, katılımcıların hangi araçları haber konusunda daha güvenilir bulduklarıdır. Tablo 27 konu ile ilgili merkezi eğilim istatistiklerini içermektedir. İlgili analiz bulgularına göre katılımcıların haber yayınlarında en güvenilir buldukları araç, radyodur. Radyoyu sırasıyla, gazete, televizyon, internet siteleri ve sosyal medya takip etmektedir.

Tablo 27: Kitle İletişim Araçlarının Haberlerde Güvenilirliğine İlişkin Merkezi Eğilim İstatistikleri

	N	En Düşük	En Yüksek	Ortalama	S. Sapma
Radyo	1961	1,00	5,00	2,8230	1,16225
Gazete	1986	1,00	5,00	2,7659	1,23837
Televizyon	2083	1,00	5,00	2,7446	1,32190
İnternet Siteleri	1975	1,00	5,00	2,7347	1,24158
Sosyal Medya	1983	1,00	5,00	2,6283	1,35203

5.3. Televizyon Kanallarının Siyasi Taraflılık Düzeyleri

Katılımcıların televizyon kanallarının siyasi taraflılık düzeyleri ile ilgili görüşleri de ayrıca değerlendirilmiştir. Söz konusu değerlendirme, merkezi eğilim istatistikleri aracılığıyla gerçekleştirilmiştir. İlgili analiz bulguları Tablo 27'de yer almaktadır. Katılımcılara göre, en taraflı televizyon kanalları A Haber, ATV, Akit TV, Halk TV ve Kanal A görünmektedir. Diğer yandan an tarafsız televizyon kanalları ise NTV, Habertürk, CNN Türk, Show TV ve Star TV kanallarıdır.

Tablo 28: Kitle İletişim Araçlarının Siyasi Taraflılık Düzeylerine İlişkin Merkezi Eğilim İstatistikleri

	N	En Düşük	En Yüksek	Ortalama	S. Sapma
A Haber	2008	1,00	5,00	4,4238	1,03075
ATV	2076	1,00	5,00	4,3680	,97309
Akit TV	1966	1,00	5,00	4,3627	1,01601
Halk TV	1982	1,00	5,00	4,2523	1,11206
Kanal A	1953	1,00	5,00	4,2079	1,04597
Kanal 7	1999	1,00	5,00	4,1996	,99432
Ülke TV	1966	1,00	5,00	4,1470	1,07304
Ulusal Kanal	1933	1,00	5,00	4,1102	1,09996
Kanal 24	1936	1,00	5,00	4,1064	1,04969
Kanal D	2026	1,00	5,00	4,0943	,97853
Fox TV	2040	1,00	5,00	4,0681	1,20395
TRT 1	2033	1,00	5,00	4,0167	1,28426
TGRT Haber	1960	1,00	5,00	3,9939	1,09057
TRT Haber	1970	1,00	5,00	3,9782	1,24909
TV Net	1904	1,00	5,00	3,8771	1,05628
Star TV	1990	1,00	5,00	3,8744	1,05852
Show TV	2001	1,00	5,00	3,8406	1,03830
CNN Türk	1985	1,00	5,00	3,8111	1,16574
Haber Türk	1975	1,00	5,00	3,7970	1,11851
NTV	1956	1,00	5,00	3,4688	1,21354

5.4. Siyasi Partiler ve TV Kanallarına Yakınlık Düzeyleri

Bu başlık altında ise katılımcıların TV kanallarının hangi siyasi partiye yakın olduklarına dair değerlendirmenin bulguları ele alınmıştır. Tablo 29 söz konusu değerlendirmenin bulgularını içermektedir. Buna göre katılımcıların önemli bir bölümü, ATV, Kanal 7, Show TV, Star TV, TRT 1, A Haber, Akit TV, Habertürk, Kanal A, Kanal 24, TGRT Haber, NTV, TRT Haber, TV Net ve Ülke TV'yi AK Parti'ye yakın bulmaktadır. Katılımcıların diğer önemli bir bölümü ise, FOX TV, Kanal D, CNN TÜRK, Halk TV ve Ulusal Kanal'ı ise CHP'ye yakın bulmaktadır.

Tablo 29: Televizyon Kanallarının Siyasi Taraflılık Düzeyleri

Kanallar	AK PARTİ		CHP		HDP		MHP		DİĞER	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
ATV	1895	**94.2**	60	3.0	12	0.6	17	0.8	28	1.4
Fox TV	133	7.2	1384	**75.1**	170	9.2	19	1.0	138	7.5
Kanal D	537	29.6	1026	**56.6**	60	3.3	41	2.3	150	8.3
Kanal 7	1554	**84.9**	85	4.6	33	1.8	39	2.1	120	6.6
Show TV	907	**52.5**	469	27.2	23	1.3	87	5.0	241	14.0
Star TV	937	**53.6**	513	29.4	26	1.5	69	3.9	200	11.4
TRT 1	1674	**90.0**	37	2.0	21	1.1	11	0.6	44	2.3
A Haber	1776	**93.1**	59	3.1	17	0.9	11	0.6	44	2.3
Akit TV	1528	**85.2**	85	4.7	36	2.0	24	1.3	120	6.7
CNN Türk	419	24.2	952	**55.0**	83	4.8	27	1.6	247	14.3
Haber Türk	912	**54.2**	445	26.4	31	1.8	64	3.8	229	13.6
Halk TV	245	14.0	1228	**70.4**	107	6.1	55	3.2	109	6.3
Kanal A	1452	**82.5**	100	5.7	32	1.8	34	1.9	141	8.0
Kanal 24	1336	**78.4**	130	7.6	31	1.8	29	1.7	177	10.4
NTV	703	**42.5**	548	33.1	43	2.6	24	1.5	334	20.2
TGRT Haber	1458	**82.6**	91	5.2	23	1.3	31	1.8	161	9.1
TRT Haber	1549	**86.2**	62	3.4	19	1.1	13	0.7	154	8.6
TVNET	1032	**63.9**	199	12.3	28	1.7	54	3.3	300	18.6
Ulusal Kanal	347	20.4	851	**50.1**	84	4.9	100	5.9	316	18.6
Ülke TV	1152	**65.1**	218	12.3	46	2.6	150	8.5	203	11.5

6. Katılımcıların Siyasal Aidiyet Düzeyleri ve Kendilerini Yakın Hissettikleri Dünya Görüşüne İlişkin Betimleyici Bulgular

Bu başlık altında katılımcıların siyasal aidiyet düzeyleri ve dünya görüşlerine dair katılımcı yanıtlarının betimleyici istatistik (frekans, en düşük, en yüksek, aritmetik ortalama, ortanca, tepe değer) bulguları ele alınmıştır.

6.1. Katılımcıların Siyasal Aidiyet Düzeyleri

İlk aşamada, siyasal aidiyet düzeylerine ilişkin maddelerin merkezi eğilim istatistikleri incelenmiştir. Tablo 30, söz konusu istatistikleri içermektedir. Buna göre, katılımcıların en yüksek düzeyde olumlu yanıt verdikleri üç madde şu şekilde sıralanmaktadır:

1. Şartlar ne olursa olsun sevmediğim/beğenmediğim partiye kesinlikle oy vermem.
2. Partimle ilgili haberleri medyadan düzenli olarak takip ederim.
3. Oy verdiğim partiden memnun kalmazsam başka bir partiye oy verebilirim.

Tablo 30: Katılımcıların Siyasal Aidiyet Düzeylerine İlişkin Merkezi Eğilim İstatistikleri

	N	En Düşük	En Yüksek	Ortalama	S.Sapma
Şartlar ne olursa olsun sevmediğim/beğenmediğim partiye kesinlik oy vermem.	2037	1,00	5,00	3,6701	1,39010
Partimle ilgili haberleri medyadan düzenli olarak takip ederim.	2002	1,00	5,00	3,3831	1,31214
Oy verdiğim partiden memnun kalmazsam başka bir partiye oy verebilirim.	1998	1,00	5,00	3,3098	1,31804
Siyasi görüşüm kimliğimin önemli bir parçasıdır.	1994	1,00	5,00	3,2688	1,32518
Kendimi bir siyasal görüş ya da partiye ait hissettiğim için memnunum.	1985	1,00	5,00	3,1909	1,31612
Kendimi bir siyasal görüş ya da partiye bağlı hissediyorum.	2000	1,00	5,00	3,1375	1,34518
Siyasal görüşüm ya da partimdeki insanlarla ortak özelliklere sahibim.	2003	1,00	5,00	3,0924	1,24194
Kendimi ait hissettiğim partinin toplantı ve mitinglerine katılırım.	2009	1,00	5,00	2,9876	1,38588
Siyasal görüşüm ve partimle ilgili sosyal ortamlarda tartışmaya girerim.	2051	1,00	5,00	2,9639	1,39849
Partimle ilgili çalışmalara gönüllü olarak katılırım.	2000	1,00	5,00	2,8440	1,36110
Siyasal görüşümün sosyal ortamlarda tanıtımını ya da propagandasını yaparım.	2011	1,00	5,00	2,7563	1,35614
Partimin rozetini takabilirim.	2002	1,00	5,00	2,7243	1,38020
Siyasal görüşümden farklı bir partiye oy verebilirim.	1986	1,00	5,00	2,6037	1,34354

Katılımcıların en düşük düzeyde olumlu yanıt verdikleri üç madde ise şunlardır:

1. Siyasal görüşümden farklı bir partiye oy verebilirim.
2. Partimin rozetini takabilirim.
3. Siyasal görüşümün sosyal ortamlarda tanıtımını ya da propagandasını yaparım.

Katılımcıların siyasal aidiyet düzeylerine dair ikinci bir değerlendirme daha yapılmıştır. Bu kez konu ile ilgili daha net bir bulguya ulaşmak amaçlanmıştır. Bu çerçevede söz konusu madde *"compute variable"* komutu aracılığıyla ortalamaları

alınmak suretiyle tek bir indekse dönüştürülmüştür. Son aşamada ise siyasal aidiyet düzeyi tutum indeksinin merkezi eğilim istatistikleri hesaplanmıştır.

Tablo 31: Siyasal Aidiyet Düzeyi Tutum İndeksine İlişkin Merkezi Eğilim İstatistikleri

	N	En Düşük	En Yüksek	Ortalama	S. Sapma
Siyasal Aidiyet	2096	1,00	5,00	3,0810	,88111

Tablo 31 söz konusu hesaplamaya dair bulguları içermektedir. Sonuçlara göre katılımcıların siyasal aidiyet tutum genel indeks ortalaması 3.08 olarak gerçekleşmiştir. Bu sonuçlara göre katılımcıların siyasal aidiyet düzeylerinin "orta" düzeyde olduğu söylenebilir (Söz konusu sınıflandırmada, kullanılan beşli likert ölçeğinden esinlenilmiştir. Katılım düzeyine en düşük 1, en yüksek de 5 puanı ifade eden yanıtlar verildiği ve toplam bir katılım indeksi indeksi oluşturulduğu için 4/5 = .80 puan aralığında 1'den başlamak üzere derecelendirme yapılmıştır. 1,00-1,80 = çok düşük; 1,81-2,60 = düşük; 2,61-3,40 = orta; 3,41-4,20 = yüksek; 4,21-5,00 = çok yüksek).

6.2. Siyasal ve İdeolojik Kimlik

Bu başlık altında ayrıca, katılımcıların siyasal ve ideolojik kimliklerine ilişkin alınan yanıtların merkezi eğilim istatistikleri ele alınmıştır. Tablo 32'de yer alan bulgulara göre ise, en yüksek düzeyde ifade edilen siyasi kimlik milliyetçi olmuştur. Milliyetçiliği, İslamcı ve muhafazakâr kimlikler takip etmiştir. En düşük düzeyde ifade edilen kimlikler ise, sosyalist, sosyal demokrat ve ulusalcı olmuştur.

Tablo 32: Siyasal ve İdeolojik Kimliğe İlişkin Merkezi Eğilim İstatistikleri

	N	En Düşük	En Yüksek	Ortalama	S. Sapma
Milliyetçi	1873	1,00	5,00	3,9140	1,19766
İslamcı	1892	1,00	5,00	3,5375	1,34607
Muhafazakâr	1848	1,00	5,00	3,3355	1,40961
Laik/Atatürkçü	1861	1,00	5,00	3,2429	1,49843
Ulusalcı	1778	1,00	5,00	2,9027	1,48869
Sosyal Demokrat	1766	1,00	5,00	2,7174	1,42856
Sosyalist	1758	1,00	5,00	2,6513	1,40396

6.3. Oy Verilen Siyasi Parti

Bu bölümde son olarak katılımcıların oy verdikleri siyasi partiler incelenmiştir. Tablo 33, katılımcıların 7 Haziran 2015 tarihinde yapılan genel seçimde oy verdikleri siyasi partilerin dağılımını içermektedir. Buna göre katılımcıların % 40.1'i Ak Parti'ye oy verdiğini belirtirken, % 22,6'sı CHP'ye, % 15,2'si MHP'ye oy verdiğini belirtmiştir. Buna karşın katılımcıların % 13'ü oy kullanmadığını ifade etmiştir. Diğer yandan katılımcıların % 5.6'sı ise HDP'ye oy verdiğini ifade etmiştir.

Tablo 33: 7 Haziran 2015 Tarihinde Yapılan Seçimde Hangi Partiye Oy Verdiniz?

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde
Ak Parti	853	38,2	40,1
CHP	480	21,5	22,6
MHP	323	14,5	15,2
Oy Kullanmadım	276	12,3	13,0
HDP	120	5,4	5,6
SP	30	1,3	1,4
BBP	27	1,2	1,3
Diğer	19	,9	,9
Toplam	2128	95,2	100,0
Cevapsız	107	4,8	
Genel Toplam	2235	100,0	

Katılımcılara ayrıca, 1 Kasım 2015 seçimlerinde hangi partiye oy verdikleri de sorulmuştur. Söz konusu soruya alınan yanıtların dağılımı da Tablo 33'de yer almaktadır. Buna göre katılımcıların % 44.4'ü Ak Parti'ye oy verdiğini belirtirken, % 21,7'si CHP'ye, % 13,0'ü MHP'ye oy verdiğini belirtmiştir. Buna karşın katılımcıların % 12.8'i oy kullanmadığını ifade etmiştir. Diğer yandan katılımcıların % 5.0'i ise HDP'ye oy verdiğini ifade etmiştir.

Tablo 34: 1 Kasım 2015 Tarihinde Yapılan Seçimde Hangi Partiye Oy Verdiniz?

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde
Ak Parti	944	42,2	44,4
CHP	462	20,7	21,7
MHP	276	12,3	13,0
Oy Kullanmadım	273	12,2	12,8
HDP	106	4,7	5,0
BBP	29	1,3	1,4
SP	20	,9	,9
Diğer	17	,8	,8
Toplam	2127	95,2	100,0
Cevapsız	107	4,8	
Genel Toplam	2235	100,0	

7. Katılımcıların Siyasal Kutuplaşma/Ayrışma Tutumlarına İlişkin Betimleyici Bulgular

İlk aşamada, siyasal aidiyet düzeylerine ilişkin maddelerin merkezi eğilim istatistikleri incelenmiştir. Tablo 35, söz konusu istatistikleri içermektedir. Buna göre, katılımcıların en yüksek düzeyde olumlu yanıt verdikleri üç madde şu şekilde sıralanmaktadır:

1. Karşıt siyasi parti ya da görüşten biriyle komşu olurum
2. Karşıt siyasi parti ya da görüşten biriyle arkadaşlık yaparım.
3. Türkiye'de siyasi anlamda kutuplaşma/ayrışma vardır.

Katılımcıların en düşük düzeyde olumlu yanıt verdikleri üç madde ise şunlardır:

1. Karşıt siyasi görüş ya da partiden biriyle aynı ülkede yaşamayı sorun olarak görüyorum.
2. Başka bir siyasi parti ya da taraftarlarınca ötekileştiriliyorum.

3. Çocuğumun karşıt siyasi parti ya da görüşten birinin çocuğuyla evlenmesini isterim.

Tablo 35: Siyasal Kutuplaşma/Ayrışma Tutum Düzeyine İlişkin Merkezi Eğilim İstatistikleri

	N	En Düşük	En Yüksek	Ortalama
Karşıt siyasi parti ya da görüşten biriyle komşu olurum	1972	1,00	5,00	4,0472
Karşıt siyasi parti ya da görüşten biriyle arkadaşlık yaparım.	1986	1,00	5,00	4,0448
Türkiye'de siyasi anlamda kutuplaşma/ayrışma vardır.	2021	1,00	5,00	3,9644
Karşıt siyasi parti ya da görüşten biriyle birlikte iş yaparım.	1993	1,00	5,00	3,8128
Türkiye'de Laik-muhafazakar/İslamcı kutuplaşması vardır.	1978	1,00	5,00	3,8023
Türkiye'de sağcı-solcu kutuplaşması vardır.	1977	1,00	5,00	3,6100
Türkiye'de Türk-Kürt kutuplaşması vardır.	1979	1,00	5,00	3,4851
Karşıt siyasi partiden biriyle evlilik bağı kurarım	1988	1,00	5,00	3,2711
Çocuğumun karşıt siyasi parti ya da görüşten birinin çocuğuyla evlenmesini isterim.	1969	1,00	5,00	3,1458
Başka bir siyasi parti ya da taraftarlarınca ötekileştiriliyorum.	1993	1,00	5,00	2,8746
Karşıt siyasi görüş ya da partiden biriyle aynı ülkede yaşamayı sorun olarak görüyorum.	1978	1,00	5,00	2,2341

Katılımcıların siyasal kutuplaşma tutum düzeylerine dair ikinci bir değerlendirme daha yapılmıştır. Bu kez konu ile ilgili daha net bir bulguya ulaşmak amaçlanmıştır. Bu çerçevede söz konusu madde *"compute variable"* komutu aracılığıyla ortalamaları alınmak suretiyle tek bir indekse dönüştürülmüştür. Son aşamada ise siyasal aidiyet düzeyi tutum indeksinin merkezi eğilim istatistikleri hesaplanmıştır.

Tablo 36: Siyasal Kutuplaşma Düzeyi Tutum İndeksine İlişkin Merkezi Eğilim İstatistikleri

	N	En Düşük	En Yüksek	Ortalama	S. Sapma
Siyasal Kutuplaşma	2057	1,00	5,00	2,8818	,60414

Tablo 36 söz konusu hesaplamaya dair bulguları içermektedir. Sonuçlara göre katılımcıların siyasal kutuplaşma tutum genel indeks ortalaması 2.88 olarak gerçekleşmiştir. Bu sonuçlara göre katılımcıların siyasal kutuplaşma düzeylerinin *"orta"* düzeyde olduğu söylenebilir (Söz konusu sınıflandırmada, kullanılan beşli likert ölçeğinden esinlenilmiştir. Katılım düzeyine en düşük 1, en yüksek de 5 puanı ifade eden yanıtlar verildiği ve toplam bir katılım indeksi oluşturulduğu için 4/5 = .80 puan aralığında 1'den başlamak üzere derecelendirme yapılmıştır. 1,00-1,80 = çok düşük; 1,81-2,60 = düşük; 2,61-3,40 = orta; 3,41-4,20 = yüksek; 4,21-5,00 = çok yüksek).

8. Katılımcıların Siyasi Gündemi Takip Ettikleri Araçlar ve Siyasi Tercihleri

Bu başlık altında katılımcıların siyasi gündemi takip ettikleri araçlar ve TV kanallarının onların siyasi tercihlerine göre farklılaşacağını öngören hipotezlerin sınanmasına dair bulgular yer almıştır.

8.1. Katılımcıların Siyasi Gündem İle İlgili Haberleri Takip Ettikleri TV Kanalı ve Siyasi Tercihleri

Katılımcıların siyasi gündem ile ilgili haberleri takip ettikleri TV kanallarının onların siyasi tercihlerine göre farklılık göstereceğini öngören hipotezi sınamak amacıyla her ikisi de kategorik (isimsel) ölçüm düzeyindeki değişkenler arasında çapraz tablo analizi gerçekleştirilmiştir.

Analiz sonuçları, katılımcıların siyasi gündem ile ilgili haberleri takip ettikleri TV kanallarının onların siyasi tercihlerine göre önemli oranda farklılaştığını ortaya koymuştur (bkz. Ek-1 Tablo 4). Buna göre, siyasi gündem ile ilgili haberleri ATV'den takip eden katılımcıların % 70.7 gibi önemli bir oranı AK Partiliyken, % 4.9'u CHP'li, % 1.0'i HDP'li, % 10.6'sı ise MHP'li seçmenlerden oluşmaktadır. Diğer yandan, CHP'li seçmenlerin % 78.8'i siyasi gündemi FOX TV'den takip ederken, HDP'li seçmenin % 69.6'sı, MHP'li seçmenin % 49.9'u, AK Partili seçmenin ise sadece % 17.9'u FOX TV'yi izlemektedir. Analiz sonuçlarına göre 1 numaralı hipotez

(Katılımcıların siyasi gündemle ilgili haberleri takip ettikleri araç ve kanallar onların siyasi tercihlerine göre anlamlı biçimde farklılaşmaktadır) kabul edilmiştir.

8.2. Katılımcıların Siyasi Gündem İle İlgili Haberleri Takip Ettikleri TV Haber Kanalı ve Siyasi Tercihleri

Katılımcıların siyasi gündem ile ilgili haberleri takip ettikleri TV haber kanallarının onların siyasi tercihlerine göre farklılık göstereceğini öngören hipotezi sınamak amacıyla her ikisi de kategorik (isimsel) ölçüm düzeyindeki değişkenler arasında çapraz tablo analizi gerçekleştirilmiştir.

Analiz sonuçları, katılımcıların siyasi gündem ile ilgili haberleri takip ettikleri TV haber kanallarının onların siyasi tercihlerine göre önemli oranda farklılaştığını ortaya koymuştur (bkz. Ek-1 Tablo 5). Buna göre, siyasi gündem ile ilgili haberleri A Haber'den takip eden katılımcıların % 73.8 gibi önemli bir oranı AK Partiliyken, % 5.5'i CHP'li, % 0.8'i HDP'li, % 9.3'ü ise MHP'li seçmenlerden oluşmaktadır. Diğer yandan, siyasi gündem ile ilgili haberleri Halk TV'den takip eden katılımcıların % 58.6 gibi önemli bir oranı CHP seçmeniyken, % 11.9'u AK Partili, % 9.6'sı HDP'li, % 11.1'ü ise MHP'li seçmenlerden oluşmaktadır. Analiz sonuçlarına göre 2 numaralı hipotez (Katılımcıların siyasi gündemle ilgili haberleri takip ettikleri TV haber kanalları onların siyasi tercihlerine göre anlamlı biçimde farklılaşmaktadır) kabul edilmiştir.

9. Katılımcıların Siyasi Tercihlerinin Televizyon Kanalı Seçimine Etkisi

Bu başlık altında ise katılımcıların siyasi tercihlerinin televizyon kanalı seçimine etkisine dair tutumlarının onların siyasi tercihlerine göre farklılık göstereceğini öngören hipotezin sınanması söz konusudur. İlgili hipotezi sınamak için ikiden fazla bağımsız örneklem kategorisi olan siyasal tercih değişkenine bağlı olarak, aralıklı ölçüm düzeyindeki siyasi tercihlerin televizyon kanalına etki tutumu indeks ortalamalarının karşılaştırılması söz konusu olduğu için tek yönlü varyans analizi (ANOVA) uygulanmıştır.

Tablo 37: Siyasi Tercihlerin Kanal Seçimine Etki Tutum İndeksi ve Siyasal Tercih ANOVA Sonuçları

	Siyasal Tercih	N	Ortalama	F Testi	Sig.
Siyasi Tercihlerin Kanal Seçimine Etki Tutum İndeksi	AK Parti	927	3.02	10.293	**.000**
	BBP	29	2.95		
	CHP	455	3.12		
	HDP	101	3.02		
	MHP	265	2.89		
	SP	19	2.85		
	Diğer	17	3.00		
	Oy	266	2.69		

İlgili analiz bulgularına göre, siyasi tercihlerin kanal seçimine etki tutum indeksi katılımcıların siyasi tercihlerine göre anlamlı biçimde farklılık göstermektedir (F=.787, p <. 05; bkz. Ek-1 Tablo 6). Siyasi tercihlerin kanal seçimine etki tutumuna verilen önem düzeyinin hangi siyasi parti tercihleri arasında farklılık gösterdiğini ortaya koymak amacıyla Tamhane testi uygulanmıştır.

Elde edilen çoklu karşılaştırma tablosuna göre Ak Partili ($\overline{X}$ = 3.02) CHP'li ($\overline{X}$ = 3.12), HDP'li ($\overline{X}$ = 3.02) ve MHP'li ($\overline{X}$ = 2.89) katılımcıların söz konusu tutuma verdikleri önem düzeyi, oy kullanmayan katılımcılara göre ($\overline{X}$ = 2.69) anlamlı biçimde daha yüksektir (bkz. Ek-1 Tablo 7). Bunun yanı sıra, CHP'li ($\overline{X}$ = 3.12) seçmenler, MHP'li seçmenlere göre ($\overline{X}$ = 2.89) anlamlı biçimde siyasi tercihlerin kanal seçimine etki tutumuna daha fazla önem vermektedirler. İlgili analiz bulgularına göre 3 numaralı hipotez (Katılımcıların siyasi tercihlerinin televizyon kanalı ve haber seçiminde etkisine dair görüşleri onların siyasi parti tercihlerine göre anlamlı biçimde farklılaşmaktadır) kabul edilmiştir.

10. Kitle İletişim Araçlarının Taraflılık/Güvenilirliği ve Siyasal Tercihler

Bu başlık altında ise katılımcıların siyasi tercihlerinin onların kitle iletişim araçlarının taraflılık/güvenilirlik ile ilgili görüşleri üzerindeki etkisine dair hipotezlerin sınanması amaçlanmıştır.

10.1. Kitle İletişim Araçlarının Taraflılığı ve Siyasal Tercihler

Katılımcıların kitle iletişim araçlarının taraflılığı hakkındaki görüşlerinin onların siyasal tercihlerine göre farklılaşacağını öngören hipotezi sınamak amacıyla tek yönlü varyans analizi uygulanmıştır. İlgili hipotezi sınamak için ikiden fazla bağımsız örneklem kategorisi olan siyasal tercih değişkenine bağlı olarak, aralıklı ölçüm düzeyindeki kitle iletişim araçlarının taraflılığı tutumu indeks ortalamalarının karşılaştırılması söz konusu olduğu için tek yönlü varyans analizi (ANOVA) uygulanmıştır.

İlgili analiz bulgularına göre katılımcıların televizyon ($F= 11.340$, $p< .01$), gazete ($F= 4.69$, $p< .01$), sosyal medya ($F= 5.785$, $p< .01$) ve radyonun ($F= 6.263$, $p< .01$) taraflı yayın yaptıklarına dair görüşleri onların siyasal tercihlerine göre anlamlı biçimde farklılık göstermektedir (bkz. Ek-1 Tablo 8).

Tablo 38: KİA'nın Taraflılığı ve Siyasal Tercih ANOVA Sonuçları

Kitle İletişim Araçları	Siyasal Tercih	N	K.İ.A. Taraflılık İndeks Ortalaması	F Testi	Sig.
Televizyon	AK Parti	908	4.05	11.340	**.000**
	BBP	28	4.10		
	CHP	444	4.45		
	HDP	99	4.61		
	MHP	264	4.33		
	SP	17	4.64		
	Diğer	17	3.00		
	Oy	261	4.34		
Gazete	AK Parti	873	4.13	4.69	**.000**
	BBP	26	4.15		
	CHP	423	4.32		
	HDP	93	4.48		
	MHP	254	4.35		
	SP	16	4.06		
	Diğer	17	4.52		
	Oy	254	4.37		
İnternet Haber Siteleri	AK Parti	848	3.82	1.389	.205
	BBP	26	3.73		
	CHP	411	3.75		
	HDP	90	3.77		
	MHP	250	3.84		
	SP	16	3.31		
	Diğer	17	4.35		
	Oy	252	3.84		
Sosyal Medya	AK Parti	854	3.83	5.785	**.000**
	BBP	25	3.80		
	CHP	411	3.42		
	HDP	90	3.36		
	MHP	253	3.60		
	SP	15	3.93		
	Diğer	17	4.11		
	Oy	253	3.72		
Radyo	AK Parti	850	3.40	6.263	**.000**
	BBP	26	3.38		
	CHP	411	3.65		
	HDP	89	3.94		
	MHP	244	3.59		
	SP	15	3.40		
	Diğer	16	4.43		
	Oy	247	3.64		

Siyasi tercihlerin televizyonun taraflılığına ilişkin tutum düzeyinin hangi siyasi parti tercihleri arasında farklılık gösterdiğini ortaya koymak amacıyla Bonferroni testi uygulanmıştır. Elde edilen çoklu karşılaştırma tablosuna göre CHP'li ($\overline{X}$ = 4.45) HDP'li ($\overline{X}$ = 4.61), MHP'li ($\overline{X}$ = 4.33) seçmenler ve oy kullanmayan ($\overline{X}$ = 4.34) katılımcılar, AK Partili katılımcılara göre ($\overline{X}$ = 4.05) televizyonun taraflılığı ile ilgili anlamlı biçimde daha yüksek tutuma sahiptirler (bkz. Ek-1 Tablo 9).

Siyasi tercihlerin, gazetenin taraflılığına ilişkin tutum düzeyinin hangi siyasi parti tercihleri arasında farklılık gösterdiğini ortaya koymak amacıyla Bonferroni testi uygulanmıştır. Elde edilen çoklu karşılaştırma tablosuna göre CHP'li ($\overline{X}$ = 4.32) HDP'li ($\overline{X}$ = 4.48), MHP'li ($\overline{X}$ = 4.35) seçmenler ve oy kullanmayan ($\overline{X}$ = 4.37) katılımcılar, AK Partili katılımcılara göre ($\overline{X}$ = 4.13) gazetenin taraflılığı ile ilgili anlamlı biçimde daha yüksek tutuma sahiptirler (bkz. Ek-1 Tablo 10).

Siyasi tercihlerin, sosyal medyanın taraflılığına ilişkin tutum düzeyinin hangi siyasi parti tercihleri arasında farklılık gösterdiğini ortaya koymak amacıyla Tamhane testi uygulanmıştır. Elde edilen çoklu karşılaştırma tablosuna göre AK Partili katılımcılar ($\overline{X}$ = 3.83), CHP'li ($\overline{X}$ = 3.42) ve HDP'li ($\overline{X}$ = 3.36), katılımcılara göre, sosyal medyanın taraflılığı ile ilgili anlamlı biçimde daha yüksek tutuma sahiptirler (bkz. Ek-1 Tablo 11).

Son olarak, siyasi tercihlerin, radyonun taraflılığına ilişkin tutum düzeyinin hangi siyasi parti tercihleri arasında farklılık gösterdiğini ortaya koymak amacıyla Tamhane testi uygulanmıştır. Elde edilen çoklu karşılaştırma tablosuna göre CHP'li ($\overline{X}$ = 3.65) HDP'li ($\overline{X}$ = 3.94), seçmenler ve diğer partilere oy kullanan ($\overline{X}$ = 4.43) katılımcılar, AK Partili katılımcılara göre ($\overline{X}$ = 3.40) radyonun taraflılığı ile ilgili anlamlı biçimde daha yüksek tutuma sahiptirler (bkz. Ek-1 Tablo 12).

İlgili analiz bulgularına göre 4 numaralı hipotez (Katılımcıların kitle iletişim araçlarının taraflılık ile ilgili görüşleri onların siyasi tercihlerine göre anlamlı biçimde farklılaşmaktadır) kabul edilmiştir.

10.2. Kitle İletişim Araçlarının Güvenilirliği ve Siyasal Tercihler

Katılımcıların kitle iletişim araçlarının güvenilirliği hakkındaki görüşlerinin onların siyasal tercihlerine göre farklılaşacağını öngören hipotezi sınamak amacıyla tek yönlü varyans analizi uygulanmıştır. İlgili hipotezi sınamak için ikiden fazla bağımsız örneklem kategorisi olan siyasal tercih değişkenine bağlı olarak, aralıklı ölçüm düzeyindeki kitle iletişim araçlarının güvenilirliği indeks ortalamalarının karşılaştırılması söz konusu olduğu için tek yönlü varyans analizi (ANOVA) uygulanmıştır.

İlgili analiz bulgularına göre katılımcıların televizyon ($F= 18.338$, $p< .01$), gazete ($F= 6.375$, $p< .01$), sosyal medya ($F= 4.214$, $p< .01$) ve radyonun ($F= 9.801$, $p< .01$) güvenilirliğine dair görüşleri onların siyasal tercihlerine göre anlamlı biçimde farklılık göstermektedir (bkz. Ek-1 Tablo 13).

Siyasi tercihlerin televizyonun güvenilirliğine ilişkin tutum düzeyinin hangi siyasi parti tercihleri arasında farklılık gösterdiğini ortaya koymak amacıyla Bonferroni testi uygulanmıştır. Elde edilen çoklu karşılaştırma tablosuna göre AK Partili katılımcılar ($\overline{X} = 3.05$), HDP'li ($\overline{X} = 1.95$), CHP'li ($\overline{X} = 2.43$) seçmenler ve oy kullanmayan ($\overline{X} = 2.48$) katılımcılara göre, televizyonun anlamlı biçimde daha güvenilir olduğunu düşünmektedirler. Ayrıca, CHP'li ($\overline{X} = 2.43$), MHP'li ($\overline{X} = 2.87$) ve oy kullanmayan katılımcılar ($\overline{X} = 2.48$), HDP'li ($\overline{X} = 1.95$) katılımcılara göre de televizyonun anlamlı biçimde daha güvenilir olduğunu düşünmektedirler. Bunun yanı sıra MHP'li ($\overline{X} = 2.87$) katılımcılar, CHP'li ($\overline{X} = 2.43$) ve oy kullanmayan katılımcılara göre ($\overline{X} = 2.48$) televizyonu daha güvenilir bir araç olarak görmektedirler (bkz. Ek-1 Tablo 14).

Siyasi tercihlerin, gazetenin güvenilirliğine ilişkin tutum düzeyinin hangi siyasi parti tercihleri arasında farklılık gösterdiğini ortaya koymak amacıyla Tamhane testi uygulanmıştır. Elde edilen çoklu karşılaştırma tablosuna göre AK Partili katılımcılar ($\overline{X} = 2.94$), HDP'li ($\overline{X} = 2.81$), CHP'li ($\overline{X} = 2.57$) seçmenler ve oy kullanmayan ($\overline{X} = 2.59$) katılımcılara göre, gazetenin anlamlı biçimde daha güvenilir olduğunu düşünmektedirler. Bunun yanı sıra MHP'li ($\overline{X} = 2.88$) katılımcılar, CHP'li ($\overline{X} = 2.57$)

ve HDP'li ($\overline{X}$ = 2.81) katılımcılara göre gazeteyi daha güvenilir bir araç olarak görmektedirler (bkz. Ek-1 Tablo 15).

Siyasi tercihlerin, sosyal medyanın güvenilirliğine ilişkin tutum düzeyinin hangi siyasi parti tercihleri arasında farklılık gösterdiğini ortaya koymak amacıyla Bonferroni testi uygulanmıştır. Elde edilen çoklu karşılaştırma tablosuna göre, CHP'li ($\overline{X}$ = 2.82) ve HDP'li ($\overline{X}$ = 3.02) katılımcılar, AK Partili katılımcılara göre ($\overline{X}$ = 2.48) sosyal medyayı anlamlı biçimde daha güvenilir bulmaktadırlar (bkz. Ek-1 Tablo 16).

Tablo 39: KİA'nın Güvenilirliği ve Siyasal Tercih ANOVA Sonuçları

Kitle İletişim Araçları	Siyasal Tercih	N	K.İ.A. Güvenilirlik İndeks Ortalaması	F Testi	Sig.
Televizyon	AK Parti	900	3.05	18.338	**.000**
	BBP	29	2.79		
	CHP	435	2.43		
	HDP	90	1.95		
	MHP	263	2.87		
	SP	17	2.88		
	Diğer	17	2.41		
	Oy	254	2.48		
Gazete	AK Parti	855	2.94	6.375	**.000**
	BBP	26	2.69		
	CHP	412	2.57		
	HDP	92	2.81		
	MHP	247	2.88		
	SP	16	2.25		
	Diğer	17	2.70		
	Oy	249	2.59		
İnternet Haber Siteleri	AK Parti	844	2.72	1.988	.053
	BBP	25	2.28		
	CHP	412	2.79		
	HDP	92	2.81		
	MHP	247	2.88		
	SP	16	2.25		
	Diğer	17	2.70		
	Oy	249	2.59		
Sosyal Medya	AK Parti	842	2.48	4.214	**.000**
	BBP	27	2.66		
	CHP	411	2.82		
	HDP	92	3.02		
	MHP	254	2.70		
	SP	15	2.40		
	Diğer	16	2.87		
	Oy	248	2.53		
Radyo	AK Parti	850	2.98	9.801	**.000**
	BBP	26	2.76		
	CHP	402	2.66		
	HDP	88	2.27		
	MHP	242	3.06		
	SP	14	2.85		
	Diğer	16	2.75		
	Oy	246	2.58		

Son olarak, siyasi tercihlerin, radyonun güvenilirliğine ilişkin tutum düzeyinin hangi siyasi parti tercihleri arasında farklılık gösterdiğini ortaya koymak amacıyla Tamhane testi uygulanmıştır. Elde edilen çoklu karşılaştırma tablosuna göre, AK Partili katılımcılar ($\overline{X}$ = 2.98), HDP'li ($\overline{X}$ = 2.27), CHP'li ($\overline{X}$ = 2.66) seçmenler ve oy kullanmayan ($\overline{X}$ = 2.58) katılımcılara göre, radyonun anlamlı biçimde daha güvenilir bir araç olduğunu düşünmektedirler. Bunun yanı sıra MHP'li ($\overline{X}$ = 3.06) katılımcılar, CHP'li ($\overline{X}$ = 2.66), HDP'li ($\overline{X}$ = 2.27) ve oy kullanmayan katılımcılara göre ($\overline{X}$ = 2.58) radyoyu daha güvenilir bulmaktadırlar (bkz. Ek-1 Tablo 17).

İlgili analiz bulgularına göre 5 numaralı hipotez (Katılımcıların kitle iletişim araçlarının güvenilirliği ile ilgili görüşleri onların siyasi tercihlerine göre anlamlı biçimde farklılaşmaktadır) kabul edilmiştir.

10.3. Televizyon Kanallarının Taraflılığı ve Siyasal Tercihler

Katılımcıların televizyon kanallarının taraflılığı hakkındaki görüşlerinin onların siyasal tercihlerine göre farklılaşacağını öngören hipotezi sınamak amacıyla tek yönlü varyans analizi uygulanmıştır. İlgili hipotezi sınamak için ikiden fazla bağımsız örneklem kategorisi olan siyasal tercih değişkenine bağlı olarak, aralıklı ölçüm düzeyindeki televizyon kanallarının taraflılığı indeks ortalamalarının karşılaştırılması söz konusu olduğu için tek yönlü varyans analizi (ANOVA) uygulanmıştır.

İlgili analiz bulgularına göre katılımcıların ATV ($F= 22.662$, $p< .01$), Fox TV ($F= 49.946$, $p< .01$), A Haber ($F= 16.115$, $p< .01$) ve Halk TV ($F= 5.160$, $p< .01$) kanallarının taraflı yayın yaptıklarına dair görüşleri onların siyasal tercihlerine göre anlamlı biçimde farklılık göstermektedir (bkz. Ek-1 Tablo 18).

Siyasi tercihlerin, ATV kanalının siyasi taraflılığına ilişkin tutum düzeyinin hangi siyasi parti tercihleri arasında farklılık gösterdiğini ortaya koymak amacıyla Tamhane testi uygulanmıştır. Elde edilen çoklu karşılaştırma tablosuna göre CHP'li ($\overline{X}$ = 4.67) HDP'li ($\overline{X}$ = 4.74), MHP'li ($\overline{X}$ = 4.61) seçmenler ve oy kullanmayan ($\overline{X}$ = 4.44) katılımcılar, AK Partili katılımcılara göre ($\overline{X}$ = 4.09) ATV kanalının siyasi taraflılığının daha yüksek olduğunu düşünmektedirler (bkz. Ek-1 Tablo 19).

Tablo 40: Televizyon Kanallarının Taraflılığı ve Siyasal Tercih ANOVA Sonuçları

Televizyon Kanalları	Siyasal Tercih	N	TV Kanalları Taraflılık İndeks Ortalaması	F Testi	Sig.
ATV	AK Parti	890	4.09	22.662	**.000**
	BBP	29	4.27		
	CHP	435	4.67		
	HDP	100	4.74		
	MHP	259	4.61		
	SP	17	4.11		
	Diğer	17	4.52		
	Oy	258	4.44		
FOX TV	AK Parti	883	4.49	46.946	**.000**
	BBP	27	4.29		
	CHP	428	3.36		
	HDP	94	3.55		
	MHP	251	4.12		
	SP	16	3.93		
	Diğer	17	3.58		
	Oy	256	3.98		
A Haber	AK Parti	871	4.18	16.115	**.000**
	BBP	25	4.20		
	CHP	421	4.71		
	HDP	94	4.70		
	MHP	247	4.69		
	SP	17	4.23		
	Diğer	17	4.64		
	Oy	251	4.43		
Halk TV	AK Parti	854	4.31	5.160	**.000**
	BBP	27	4.44		
	CHP	413	4.02		
	HDP	94	4.12		
	MHP	251	4.49		
	SP	17	3.88		
	Diğer	17	4.11		
	Oy	247	4.25		

Siyasi tercihlerin, FOX TV kanalının siyasi taraflılığına ilişkin tutum düzeyinin hangi siyasi parti tercihleri arasında farklılık gösterdiğini ortaya koymak amacıyla Tamhane testi uygulanmıştır. Elde edilen çoklu karşılaştırma tablosuna göre AK Partili

katılımcılar ($\overline{X}$ = 4.49), CHP'li ($\overline{X}$ = 3.36) HDP'li ($\overline{X}$ = 3.55), MHP'li ($\overline{X}$ = 4.12) seçmenler ve oy kullanmayan ($\overline{X}$ = 3.98) katılımcılara göre FOX TV'nin daha taraflı yayın yaptığını düşünmektedirler (bkz. Ek-1 Tablo 20).

Siyasi tercihlerin, A Haber kanalının siyasi taraflılığına ilişkin tutum düzeyinin hangi siyasi parti tercihleri arasında farklılık gösterdiğini ortaya koymak amacıyla Tamhane testi uygulanmıştır. Elde edilen çoklu karşılaştırma tablosuna göre CHP'li ($\overline{X}$ = 4.71) HDP'li ($\overline{X}$ = 4.70), MHP'li ($\overline{X}$ = 4.69) seçmenler ve oy kullanmayan ($\overline{X}$ = 4.43) katılımcılar, AK Partili katılımcılara göre ($\overline{X}$ = 4.18) A Haber kanalının siyasi taraflılığının daha yüksek olduğunu düşünmektedirler (bkz. Ek-1 Tablo 21).

Son olarak, siyasi tercihlerin, Halk TV kanalının siyasi taraflılığına ilişkin tutum düzeyinin hangi siyasi parti tercihleri arasında farklılık gösterdiğini ortaya koymak amacıyla Tamhane testi uygulanmıştır. Elde edilen çoklu karşılaştırma tablosuna göre AK Partili ($\overline{X}$ = 4.31) ve MHP'li ($\overline{X}$ = 4.49) katılımcılar, CHP'li ($\overline{X}$ = 4.02) katılımcılara göre Halk TV'nin daha taraflı yayın yaptığını düşünmektedirler (bkz. Ek-1 Tablo 22).

İlgili analiz bulgularına göre 6 numaralı hipotez (Katılımcıların televizyon kanallarının taraflılık ile ilgili görüşleri onların siyasi tercihlerine göre anlamlı biçimde farklılaşmaktadır) kabul edilmiştir.

11. Siyasal Aidiyet Düzeyi ve Siyasal Tercihler

Bu başlık altında ise katılımcıların kendilerini hissettikleri siyasi aidiyet düzeylerinin onların siyasal tercihlerine göre farklılık göstereceğini içeren ilgili hipotezin sınanması amaçlanmıştır. Katılımcıların siyasi aidiyet düzeylerinin onların siyasal tercihlerine göre farklılaşacağını öngören hipotezi sınamak amacıyla tek yönlü varyans analizi uygulanmıştır. İlgili hipotezi sınamak için ikiden fazla bağımsız örneklem kategorisi olan siyasal tercih değişkenine bağlı olarak, aralıklı ölçüm düzeyindeki siyasal aidiyet tutumu indeks ortalamalarının karşılaştırılması söz konusu olduğu için tek yönlü varyans analizi (ANOVA) uygulanmıştır.

İlgili analiz bulgularına göre, katılımcıların siyasal aidiyet düzeyleri onların siyasal tercihlerine göre anlamlı biçimde farklılık göstermektedir (F= 23.088, p< .01; bkz. Ek-1 Tablo 23). Siyasal aidiyet düzeylerinin hangi siyasi parti tercihleri arasında farklılık gösterdiğini ortaya koymak amacıyla Bonferroni testi uygulanmıştır.

Tablo 41: Siyasal Aidiyet ve Siyasal Tercih ANOVA Sonuçları

	Siyasal Tercih	**N**	**Ortalama**	**F Testi**	**Sig.**
Siyasi Aidiyet İndeksi	AK Parti	910	3.27	23.088	**.000**
	BBP	29	2.98		
	CHP	440	3.09		
	HDP	96	3.23		
	MHP	267	2.98		
	SP	18	2.63		
	Diğer	16	3.01		
	Oy Kullanmadım	259	2.54		

Elde edilen çoklu karşılaştırma tablosuna göre Ak Partili ($\overline{X} = 3.27$) katılımcılar, CHP'li ($\overline{X} = 3.09$), MHP'li ($\overline{X} = 2.98$) ve oy kullanmayan ($\overline{X} = 2.54$) katılımcılara göre siyasal aidiyet düzeyleri anlamlı şekilde daha yüksektir. Ayrıca, CHP'li ($\overline{X} = 3.09$), MHP'li ($\overline{X} = 2.98$) ve HDP'li ($\overline{X} = 3.23$) katılımcıların oy kullanmayan ($\overline{X} = 2.54$) katılımcılara göre siyasal aidiyet düzeyleri anlamlı şekilde daha yüksektir (bkz. Ek-1 Tablo 24).

İlgili analiz bulgularına göre 7 numaralı hipotez (Katılımcıların siyasal aidiyet düzeyleri onların siyasi parti tercihlerine göre anlamlı biçimde farklılaşmaktadır) kabul edilmiştir.

12. Siyasal Kutuplaşma Düzeyi ve Siyasal Tercihler

Bu başlık altında ise katılımcıların siyasal kutuplaşma düzeylerinin onların siyasal tercihlerine göre farklılık göstereceğini içeren ilgili hipotezin sınanması amaçlanmıştır. Katılımcıların siyasal kutuplaşma düzeylerinin onların siyasal tercihlerine göre farklılaşacağını öngören hipotezi sınamak amacıyla tek yönlü varyans analizi uygulanmıştır. İlgili hipotezi sınamak için ikiden fazla bağımsız örneklem kategorisi olan siyasal tercih değişkenine bağlı olarak, aralıklı ölçüm düzeyindeki

siyasal kutuplaşma indeks ortalamalarının karşılaştırılması söz konusu olduğu için tek yönlü varyans analizi (ANOVA) uygulanmıştır.

İlgili analiz bulgularına göre, katılımcıların siyasal kutupsallaşma düzeyleri onların siyasal tercihlerine göre anlamlı biçimde farklılık göstermektedir (F= 11.878, p< .01; bkz. Ek-1 Tablo 25). Siyasal kutuplaşma düzeylerinin hangi siyasi parti tercihleri arasında farklılık gösterdiğini ortaya koymak amacıyla Tamhane testi uygulanmıştır.

Tablo 42: Siyasal Kutuplaşma ve Siyasal Tercih ANOVA Sonuçları

	Siyasal Tercih	**N**	**Ortalama**	**F Testi**	**Sig.**
Siyasal Kutuplaşma İndeksi	AK Parti	907	2.79	11.878	**.000**
	BBP	29	2.83		
	CHP	434	3.07		
	HDP	94	3.08		
	MHP	258	2.85		
	SP	19	2.95		
	Diğer	16	3.11		
	Oy	257	2.83		

Elde edilen çoklu karşılaştırma tablosuna göre CHP'li ($\overline{X}$ = 3.07) ve HDP'li ($\overline{X}$ = 3.08) katılımcıların, Ak Partili ($\overline{X}$ = 2.79), MHP'li ($\overline{X}$ = 2.85) ve oy kullanmayan ($\overline{X}$ = 2.83) katılımcılara göre siyasal kutuplaşma düzeyleri anlamlı şekilde daha yüksektir (bkz. Ek-1 Tablo 26).

İlgili analiz bulgularına göre 8 numaralı hipotez (Katılımcıların siyasal kutuplaşmaya dair tutumları onların siyasi parti tercihlerine göre anlamlı biçimde farklılaşmaktadır) kabul edilmiştir.

13. Siyasi Tercihlerin Televizyon Kanalı ve Haber Seçiminde Etki Tutumu, Siyasal Aidiyet ve Siyasal Kutuplaşma İlişkisi

Bu başlık altında ise son olarak, katılımcıların siyasi tercihlerin televizyon kanalı ve haber seçimine etki tutumu, siyasal aidiyet ve kutupsallaşma tutumları arasındaki ilişkiyi içeren hipotezin testi gerçekleştirilmiştir. Söz konusu test, değişkenlerin

tamamı sürekli ölçüm düzeyine sahip olduğu için Pearson Korelasyon aracılığı ile yapılmıştır.

Tablo 43: Siyasal Tercihlerin Televizyon Kanalı ve Haber Seçimine Etki Tutumu, Siyasal Aidiyet ve Siyasal Kutuplaşma İlişkisi Korelasyon Analizi Sonuçları

	Siyasal Aidiyet	Siyasal Etki Medya	Siyasal Kutuplaşma
Siyasal Aidiyet	1	.459**	.211**
Siyasal Etki Medya	459**	1	.282**
Siyasal Kutuplaşma	.211**	.282**	1

Not: ***p< .001, **p< .01, *p< .05. Tablo korelasyon katsayılarını ifade etmektedir.

Tablo 43'te yer alan korelasyon analizi sonuçlarına göre, katılımcıların siyasal aidiyet tutumu ile, siyasal tercihlerin kanal/haber seçimine etki tutumu arasında pozitif yönlü, orta kuvvette ve anlamlı bir ilişki vardır (r= .459, p< .01). Yine siyasal aidiyet tutumu ile siyasal kutuplaşma tutumu arasında da pozitif yönlü, zayıf kuvvette ve anlamlı bir ilişki vardır (r= .211, p< .01). Ayrıca, siyasal tercihlerin kanal/haber seçimine etki tutumu ile siyasal kutuplaşma tutumu arasında da pozitif yönlü, zayıf kuvvette ve anlamlı bir ilişki vardır (r= .282, p< .01; bkz. Ek-1 Tablo 27). Bu sonuçlara göre, 9 numaralı hipotez (Katılımcıların siyasi tercihlerinin televizyon kanalı ve haber seçiminde etkisine dair görüşleri**,** siyasal aidiyet ve kutuplaşma düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki vardır).

SONUÇ VE ÖNERİLER

Türkiye'de siyasi kamplaşma, seçmen eğilimleri ve parti taraftarlığının kitle iletişim araçları kullanıcıları ve televizyon izleyicisinin tarafsızlık algısına etkisini ortaya koymak amacıyla yapılan bu çalışmada; ilk olarak medya, siyaset ve izleyici araştırmaları alanlarında ortaya konmuş kuramlar incelenmiştir. Bu bağlamda izleyici/okuyucu merkezli, medya metinlerini bireyin etkin okuduğu üzerine kurulu yaklaşımlar detaylı olarak tanımlanmıştır. Amerika Birleşik Devletleri'nde ortaya çıkan, seçmenlerin ve kendisini belirli bir toplumsal gruba ait hisseden bireylerin taraftarlık düzeylerinin aynı mesajları ön yargılı ve karşıt okumaya neden olduğu üzerine kurulan *"Düşman Medya"* kavramı merkezinde, Türkiye'deki seçmenlerin televizyon izleme eğilimleri araştırılmıştır.

Çalışmanın literatür taraması bölümünde, Türkiye'de medya ve siyaset üzerinden kurulan ilişki tarzları, çok sesli yayıncılığın ortaya çıktığı Osmanlı Devleti'nin son döneminden itibaren ele alınmış, ideolojik yayıncılığın geçirdiği aşamalar ortaya konmuştur. Ayrıca Türkiye'de günümüzdeki siyasi hareketler ve ideolojilerin tarihsel serüvenleri araştırılmış, ana siyasi kampların özellikleri detaylı olarak belirtilmiştir.

Siyasi tarihe bakıldığında Türkiye'de, anayasal düzene geçilmesinden bu yana muhafazakârlık, milliyetçilik ve batıcılık ekseninde siyasi hareketlerin, ana hatlarıyla günümüzde halen toplum üzerinde etkisini sürdürdüğü görülmektedir. Siyasi rekabette muhafazakâr-İslamcı kesim ile Kemalist-sol kesim ana kampları oluşturmakta, Türk ve Kürt milliyetçileri bu iki kampla zaman zaman beraber zaman zaman da ayrı hareket etmektedir. Bu siyasi hareketlerin temsil edildiği partiler de çok partili yaşamdan bu yana birbirinin devamı niteliğinde olmuştur. Dolayısıyla ideolojiler ve siyasi hareketler geleneksel bir çizgiyi takip etmiştir.

Siyasi hareketlerin tabanlarını koruma amacıyla başvurdukları en önemli araçlardan biri, siyasi ve ideolojik sınırları sürekli belirgin halde tutma şeklinde ortaya çıkmıştır. Sınırların belirlenmesinde bilişsel davranışlar hedef alınmaktadır. Önceden

edinilmiş kanaatler, ön yargılar, karşıtlık ve düşmanlıklar, beslenmektedir. Siyaset kurumu birbiriyle çatışan sınıflar aracılığıyla ayakta tutulmaya çalışılmaktadır.

Karşıtların belirlenmesi, tanımlanması ve hep karşıt olarak kalmasının sağlanmasında medya önemli bir araçtır. Medyada din, namus, milliyet, vatan gibi kavramlar üzerinden üretilen mesajlar karşıtlıkların sürekliliğine hizmet etmektedir. İlk çağlardan beri başvurulan bu yöntem aslında bir savaş yöntemidir ve medya modern dönemlerde bu yöntemin en önemli aracı olmuştur. Çünkü şiddete başvurmadan öteki oluşturmanın sürekliliğini sağlamak ve rıza üretmek ancak medya aracılığıyla gerçekleştirilebilmektedir. Yorumlar hatta tarafsız olması gereken haberler bile, sınırları belli ideolojik izlerkitlelerin beklenti ve inançlarına uygun şekilde aktarılabilmektedir.

Böylece bir döngü oluşmakta, düşman taraflar oluşturan siyaset ve onun aracı olan medya, daha sonra bu taraflılık ve düşmanlıklarından beslenmekte, bu kısır dairenin dışına çıkmak giderek zorlaşmaktadır. Çünkü kendi kitlesini karşısına alamamakta, kendi yarattığı *"canavar"*ı rahatsız etmekten korkmaktadır.

Türkiye'de de iktidarların siyasal/ideolojik kimliğine ve ekonomi politik ilişkilere göre medyanın karşıt taraflarda yer aldığı her dönem görülmektedir. Günümüz adlandırmasıyla *"yandaş ve muhalif"* medya araçları, yine günümüz siyasi söyleminin popüler tanımlamasıyla *"kutuplaşma"*ya (polarization) destek olmaktadır. Özellikle iki kutbu oluşturan Kemalist-laik kesim ile Muhafazakar-İslamcı kesimin taraftarı olan siyasi parti ve medya kuruluşları uzun yıllardır karşıt saflarda yer almaktadırb

Çalışmanın teorik bölümünde ayrıntıları ve uygulama örnekleriyle ortaya konan *"Düşman Medya"* yaklaşımı, aynı ya da benzer medya içeriklerinin taraftarlığı güçlü kişi ya da gruplarca farklı ve aleyhte algılanmasıdır. Burada bilişsel etkenler ön plana çıkmakta, ön yargılar, geçmişte edinilmiş kanaatler, aidiyet, karşıtlık ve kutuplaşma düzeyleri etkili olmaktadır. Televizyonda yayınlanan bir habere, iki farklı görüşe sahip insanların farklı tepkiler vermesi, kendi görüşlerini ve duygularını beslediğini

düşündüğü kanalın tarafsız olduğunu, beğenmediği kanalın haberlerinin ise taraflı olduğu izlenimini oluşturması, Düşman Medya Algısının en belirgin özelliğidir.

Düşman Medya Kavramı çerçevesinde, Türkiye'de siyasi eğilimler ve kitle iletişim araçları kullanıcıları ve özelde televizyon izleyicisinin tarafsızlık algısına yönelik yapılan çalışmanın alan araştırması bölümünde, çalışma öncesi belirlenen hipotezler önemli ölçüde doğrulanmıştır. Türkiye genelinde farklı yaş, eğitim, cinsiyet ve gelir gruplarından 2235 kişi ile yüz yüze anket yöntemiyle yapılan araştırmanın sonuçlarına göre; katılımcılar siyasi gündemle ilgili haberleri, geleneksel kitle iletişim araçlarından daha çok. yeni medyadan (sosyal medya ve internet haber siteleri) takip etmektedir.

Siyasi gündemin hangi televizyon kanallarından takip edildiğine yönelik analizde, TRT 1, ATV, Fox TV ve Kanal D'nin ilk dört sırayı aldığı görülmektedir. Siyasal aidiyet düzeyleri ve parti tercihleri ile siyasi gündemin takip edildiği araçlar arasında kayda değer bir ilişki olduğu, bu nedenle bu kanalların siyasi yelpazedeki taraflar için görüşleri pekiştirmek amacıyla kaynak olarak görüldüğü sonucuna ulaşılmaktadır.

Haber kanalı tercihlerine bakıldığında da siyasi gündemin en çok CNN Türk, daha sonra sırasıyla A Haber, NTV ve Haber Türk'ten takip edildiği görülmektedir. Yine parti tercihleri göz önünde bulundurulduğunda, CNN Türk ve A Haber'in daha fazla izlenmesinin önemli bir nedeninin bu kanalların bir siyasi görüşün temsilcisi gibi görülmesi olduğu söylenebilecektir. Medyanın taraflılığı ve güvenilirliği ile ilgili sorulara verilen cevaplar, bu sonuçları desteklemektedir. Katılımcıların önemli bir bölümü medyayı taraflı bulmakta ve siyasi tercihlerin kanal ve haber bülteni seçimini etkilediğini düşünmektedir.

Bu anlamda katılımcıların, hem tarafına yakın kanalı seçtiğini hem de haber medyasını taraflı bulduğunu söylemesi, Düşman Medya Kavramı çerçevesinde bakıldığında birbiriyle örtüşmektedir. Çünkü katılımcıların önemli bir bölümü, kendi izledikleri kanallardan ziyade, siyasi görüşlerine karşıt olduğunu düşündükleri kanalların daha taraflı yayın yaptığını düşünmektedirler.

Katılımcılar Türkiye'de haber medyasını taraflı bulduğunu ve siyasi aidiyetlerine göre kanal tercihlerinde bulunduğunu belirtirken karşıt siyasi görüşün temsilcilerinin kendi takip ettiği kanalın haberleri ya da tartışma programlarında bulunmasından rahatsız olmadığını belirtmektedir. Bu veri, beğenilmese de karşıt siyasi görüşün mesajlarının takip edildiğini ortaya koymaktadır.

Taraflılık algısına bakıldığında katılımcılar en yüksek düzeyde gazete ve televizyonu taraflı bulmakta, burada sosyal medyanın daha az taraflı bulunması dikkat çekmektedir. Sosyal medyada bütün görüşlerin yer bulabildiğini ve geleneksel medyanın taraflı olduğunu düşünen CHP taraftarlarının, sosyal medyanın tarafsız olduğuna daha yüksek düzeyde olumlu yanıt vermesi göz önüne alındığında, bu sonuç anlamlı hale gelmektedir.

Güvenilirlik konusunda ise tersi bir durum söz konusudur. Sosyal medya en az güvenilir araç olarak görülürken televizyonun haber açısından gazete ile birlikte daha güvenilir bulunduğu görülmektedir. Bu organların kurumsal kimliği olmasının, bu verinin ortaya çıkmasında etken olduğu söylenebilir.

Televizyon kanallarının tek tek taraflılık düzeylerinin sorulduğu bölümde ise katılımcılar; hükümete yakın olarak görülen ATV, A Haber ve Akit TV ile muhalif olarak değerlendirilen Halk TV'nin en taraflı kanallar olduğunu belirtmiştir. Tarafsız kanalların başında ise NTV ve Haber Türk TV yer almaktadır.

Televizyon kanallarının hangi siyasi partiye yakın olduğu sorusuna, yine diğer sorularla tutarlı cevaplar alınmıştır. Ak Parti'ye yakın kanalların ilk sıralarında ATV, A Haber, Akit TV, Kanal 7, TRT 1 ve Kanal 24 yer alırken, katılımcılar, Kanal D, Fox TV, CNN Türk, Halk TV ve Ulusal Kanal'ı CHP'ye yakın gördüğünü belirtmiştir.

Siyasal aidiyet konusunda katılımcılar orta düzeyde bir tutum sergilemiştir. *"Oy verdiğim ya da beğendiğim partiyi kesinlikle değiştirmem"* diyenler ile *"partimden memnun kalmazsam başka bir partiye oy verebilirim"* diyen katılımcıların sayısı birbirine yakın olarak tespit edilmiştir. Seçmenlerin siyasi görüşünün kimliğinin önemli bir parçası olduğunu belirtmesine ve kolay kolay oyunu değiştirmeyeceğini

ifade etmesine rağmen rasyonel davranışa da açık kapı bıraktığı sonucuna ulaşılabilmektedir.

Diğer yandan Ak Partili katılımcıların siyasal aidiyet düzeylerinin diğer katılımcılara göre daha yüksek olduğu, kutuplaşma düzeyi konusunda ise CHP taraftarlarının belirgin şekilde önde olduğu görülmektedir.

Siyasal aidiyetini belirtme noktasında katılımcıların daha rahat olduğu nispeten söylenebilecekken, bu aidiyeti dışarıya yansıtma ya da siyasal katılım konusunda daha ketum oldukları görülmüştür. En düşük düzeyde olumlu yanıtlar *"Partimin rozetini takarım"* ve *"siyasal görüşümün propagandasını yaparım"* maddelerine verilmiştir.

Siyasi parti tercihiyle kanal seçimi arasındaki ilişkiye bakıldığında, farklı siyasi parti taraftarlarının izlediği kanalların önemli ölçüde farklılaştığı görülmektedir. Ak Parti taraftarlarının izlediği kanalları, CHP taraftarlarının oldukça düşük düzeyde izlediği, CHP'lilerin izlediği kanalları da Ak Partililer'in daha düşük düzeyde izlediği belirlenmiştir. Yine bu iki parti taraftarlarının, diğer partililere göre kanal seçimine daha çok önem verdiği analiz sonuçlarından anlaşılmaktadır. Burada dikkat çeken bir diğer sonuç, kutuplaşma düzeyiyle yapılan karşılaştırmada ortaya çıkmaktadır. Kutuplaşma düzeyi daha düşük olan Ak Partililer'in, CHP'lilerin ağırlıklı olarak izlediği ve CHP taraftarı olarak görülen kanalları, CHP'lilerin Ak Partililer'in izlediği kanalları izlediğinden daha fazla izlemesidir. Yani, Fox TV izleyicileri arasındaki Ak Parti taraftarları, ATV izleyicileri arasındaki CHP taraftarlarından daha fazladır.

Diğer yandan CHP, HDP ve MHP seçmenlerinin Ak Partililer'e göre televizyon ve gazete haberlerini daha taraflı buldukları görülmektedir. Sosyal medyada ise tersi sonuçlar elde edilmiştir. Ak Partililer, diğer parti taraftarlarına göre sosyal medyayı daha taraflı bulmaktadır.

Televizyon kanallarının taraflılığı konusunda da karşıt siyasi görüşe sahip katılımcılar anlamlı şekilde ayrışmaktadır. Ak Parti taraftarları, diğer parti seçmenlerine göre izledikleri kanalların daha tarafsız olduğunu belirtmektedir. CHP taraftarları da aynı şekilde kendi izledikleri kanalların daha tarafsız olduğunu düşünmektedir.

Siyasi kimlik konusundaki maddelerde en yüksek düzeyde olumlu yanıt milliyetçi, ardından da İslamcı ve muhafazakâr maddelerinde belirlenmiştir. Milliyetçiliğin yüksek oranda olumlu yanıt alması katılımcıların kendisini yalnızca bir kimlikle tanımlamaması ve her kesimden katılımcıların, aynı zamanda milliyetçiliği de kimliğinin bir parçası olarak ifade etmesiyle açıklanabilecektir. Sosyalist ve sosyal demokrat olarak kendisini tanımlayanlar ise en az düzeyde olumlu yanıt almıştır.

Katılımcıların oy verdiği siyasi parti sorulduğunda, 7 Haziran 2015 ile 1 Kasım 2015 tarihlerinde yapılan seçimlerin resmi sonuçlarıyla, katılımcıların verdiği yanıtlar arasında paralellik bulunmaktadır. Oyu düşen ve yükselen partiler, çalışmada da yaklaşık olarak aynı şekilde ortaya çıkmış, bu veriler çalışmanın güvenilirliği ve her kesimden katılımcıya ulaşıldığını göstermesi açısından önem taşımaktadır.

Son olarak ele alınan kutuplaşma konusunda ortaya çıkan sonuçlara bakıldığında, siyasal kutuplaşma düzeyinin orta düzeyde olduğu görülmüştür. Katılımcıların önemli bir bölümü siyasal kutuplaşmanın varlığını kabul ederken toplumsal anlamda birlikte yaşama konusunda sorun olmadığını destekler nitelikte cevaplar vermiştir. Fakat *"çocuğumun karşıt siyasi parti ya da görüşten birinin çocuğuyla evlenmesini isterim"* maddesine yüksek düzeyde olumsuz yanıt verilmesi dikkat çekmektedir. Bu veri, kutuplaşmanın bir sonucu olarak algılanabileceği gibi ailelerin çocuklarını koruma güdüsüyle hareket etmesiyle de açıklanabilecektir.

Düşman Medya Kavramı çerçevesinde Türkiye'de kitle iletişim araçları kullanıcıları ve televizyon izleyicisinin tarafsızlık algısını belirlemeye yönelik yapılan bu çalışma sonrası şu öneriler sunulmaktadır.

1. Türkiye'de medya ve siyaset ilişkisi alanında önemli sayıda ve nitelikte çalışma bulunmaktadır. Yine medya araştırmalarında izleyici merkezli çalışmalar da kayda değer nitelikte akademide ilgi görmektedir. Ancak siyaset, medya ve izleyici/okuyucu ilişkisinin bütünselliğine eğilen araştırmaların daha da artması gerekmektedir. Bu bağlamda özellikle Düşman Medya teorisiyle ilgili daha fazla çalışma yapılmalıdır.

2. Çalışma, siyasal tercihler konusunda olduğu için katılımcılardan özellikle oy verdiği parti ve aidiyet düzeyiyle ilgili sorulara cevap almakta zorluk yaşanmıştır. Yüz yüze yapılan alan araştırması, çalışmaya önemli katkılar sağlamıştır ancak katılımcı sayısının az olduğu ve düşünceleri derinlemesine öğrenmeye imkan sağlayan odak grup ve alımlama analizi gibi nitel araştırma yöntemleriyle, seçmen eğilimleri ve medya ilişkisinin farklı boyutlarının ortaya çıkabileceği düşünülmektedir.

3. Konu yelpazesi çok geniş olduğu için ölçekte çok sayıda soruya yer verilmek zorunda kalınmıştır. Deneklerin zorlanmasının önüne geçme ve yanıtlama oranını arttırma adına konunun ve soru sayısının sınırlandırılması (üniversite öğrencilerinin seçmen eğilimleri ve medya tercihleri ya da belirli sosyal grupların eğilimleri vb) uygun olacaktır.

4. Türkiye'de ideolojik yayıncılık yapan birçok yayın kuruluşunun karşıt görüşü tamamen ötekileştirdiği görülmektedir. Çalışmanın sonuçlarına bakıldığında insanların karşıtlıktan beslendiği, kendi görüşünü destekler nitelikte yayınlara öncelik verdiği ancak karşıt görüşü tamamen hayatından, medyasından, gazetesinden çıkarmak istemediği de görülmektedir. Bu veriden yola çıkılarak kutuplaşmanın ve medyanın kutuplaşmaya etkisinin azaltılmasına yönelik psiko-sosyal eksenli iletişim araştırmaları yapılmalıdır.

5. Henüz gelişmekte olan bir ülke statüsündeki Türkiye'de, halkın siyasetten beklentisi yüksektir. Bu nedenle özellikle Batı Avrupa ve diğer gelişmiş ülkelerdeki seçim katılım oranlarından çok daha yüksek düzeyde seçimlere ilgi olmaktadır. İnsanlar siyasete yön vererek ülkenin refah düzeyinin yükselmesine katkı sağlamak istemektedir. Siyasete gösterilen bu ilgi, siyasi haberlerin takibi, yorumlanması ve eyleme geçilmesi anlamında haber medyasına ve ideolojik medyaya ilgiyi arttırmaktadır. Siyaset yapıcıların bu alanı sadece tabanlarını mobilize etme aracı olarak değil daha geniş kesimlere ulaşma konusunda bir araç olarak görmelerine yönelik bir bakış açısına sahip olmaları gerekmektedir.

6. Türkiye'de seçim sonuçlarına yönelik yapılan analizlere bakıldığında siyasi partilerin ve hareketlerin belli oranda tabanları olduğu ancak seçim sonuçlarını kararsız olarak nitelendirilen ve önemli ölçüde rasyonel hareket eden kitlenin belirlediği görülmektedir. Seçmenlerin ülke sorunlarına yönelik bilgilendirilmesi ve

partilerin ideolojik kimliklerinden öte programları ve icraatlarına bakarak karar vermesini sağlamaya yönelik araştırmalar yapılmalıdır.

KAYNAKLAR

Adaklı, G. (2006). Türkiye'de Medya Endüstrisi: Neoliberalizm Çağında Mülkiyet ve Kontrol İlişkileri, Ankara: Ütopya.

Akarçay, E. (2008). Bir Muhafazakârlaştırma Projesi Olarak Türk-İslam Sentezi, Anadolu Üniversitesi SBE Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Eskişehir.

Akçam, T. (2009). Türk Ulusal Kimliği Üzerine Bazı Tezler, (Editör: Tanıl Bora), Modern Türkiye'de Siyasi Düşünce: Milliyetçilik, Cilt: 4, İstanbul: İletişim, 53-62.

Akdoğan, Y. (1995). Görsel İktidar. İstanbul: İnsan.

Akdoğan, Y. (1996). Siyaset ve Kutsallık, İstanbul: İnsan.

Akdoğan, Yalçın (2004). Ak Parti ve Muhafazakâr Demokrasi, İstanbul: Alfa.

Akgün, B. (2006). Türkiye'de Merkez Sağ Siyaset Geleneği ve Ak Parti, Muhafazakâr Düşünce Dergisi, Sayı: 9-10, Ankara: Kadim, 23-38.

Akgün, B. ve Çalış, Ş.H. (2009). Tanrı Dağı Kadar Türk, Hira Dağı Kadar Müslüman: Türk Milliyetçiliğinin Terkibinde İslamcı Doz, (Editör: Tanıl Bora), Modern Türkiye'de Siyasi Düşünce: Milliyetçilik, İstanbul: İletişim, 584-600.

Aksoy, M. (2009a). Basından Medyaya: Küreselleşmenin Bedeli, (Editör: Korkmaz Alemdar), Kitle İletişimi: Dün, Bugün, Yarın, Ankara: Gazeteciler Cemiyeti Yayınları, 588-602.

Aksoy, M. (2009b). Medya Savaşları, (Editör: Korkmaz Alemdar), Kitle İletişimi: Dün, Bugün, Yarın, Ankara: Gazeteciler Cemiyeti Yayınları, 610-617.

Aktan, C. C. (2007). Muhafazakârlık ve Liberal Düşünce, Köprü Dergisi, Sayı: 97, http://www.koprudergisi.com/index.asp?Bolum=EskiSayilar&Goster=Yazi&YaziNo=825 Erişim zamanı: 10.5.2013/12.50

Akyürek, S. ve Koydemir F. S. (2014). BİLGESAM Türkiye'de Etnik, Dini ve Siyasi Kutuplaşma Araştırması, 30.6.2014, http://www.bilgesam.org/Images/Dokumanlar/0-262-20140707 13kutup.pdf Erişim Tarihi: 5.1.2017/12.45.

Akyüz, S. S. (2016). The News of The Local Television in Turkey: For Example Konya, 2nd International Conference On The Changing World and Social

Research (ICWSR/2016 - Barcelona), Proceedings Book, Konya, Palet, (1065-1078).

Akyüz, S. S. ve Kazaz, M. (2014). Democrat Support to Antiterrorism of USA from Hollywood: Homeland Series, International Science Conference-2014, Vol: 8, No: 4, Italy, 462-469.

Akyüz. S. S. ve Kazaz, M. (2015). Siyasal Reklamcılıkta Göstergelerin Kullanımı ve Kültürel Kodlar: 2014 Cumhurbaşkanlığı Seçimlerinde Recep Tayyip Erdoğan'ın Fors Reklam Filmi Üzerine Bir İnceleme, Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, 3/2, 206-226.

Alemdar, K. (2009a). Cumhuriyet'in Devraldığı Kitle İletişimi Yapısı, (Editör: Korkmaz Alemdar), Kitle İletişimi: Dün, Bugün, Yarın, Ankara: Gazeteciler Cemiyeti Yayınları, 1-4.

Alemdar, K. (2009b). Türkiye'de Tek Parti Yıllarının İletişim Politikaları: 1920-1950, (Editör: Korkmaz Alemdar), Kitle İletişimi: Dün, Bugün, Yarın, Ankara: Gazeteciler Cemiyeti Yayınları, 10-17.

Alpkaya F. (2009). Rıza Nur, (Editör: Tanıl Bora), Modern Türkiye'de Siyasi Düşünce: Milliyetçilik, Cilt: 4, İstanbul: İletişim, 374-388.

Alpkaya F. (2011). Bir 20. Yüzyıl Akımı: Sol Kemalizm, (Editör: Ahmet İnsel), Modern Türkiye'de Siyasi Düşünce: Kemalizm, Cilt: 2, İstanbul: İletişim, 477-501.

Altay, D. (2005). Küresel Köyün Medyatik Mimarı: Marshall McLuhan, (Editör: Nurdoğan Rigel), Kadife Karanlık: 21. Yüzyıl İletişim Çağını Aydınlatan Kuramcılar, İstanbul: Su, 9-74.

Anık, C. (2000). Siyasal İkna, Ankara: Vadi.

Arabacı, C. (2008). Basın Birliği, (Editör: Zülfikar Damlapınar) Medya ve Siyaset, Konya: Eğitim, 79-139.

Asker, A. (2009). Siyasetin Basını Denetimine Örnek: Öncü ve BTV, (Editör: Korkmaz Alemdar), Kitle İletişimi: Dün, Bugün, Yarın, Ankara: Gazeteciler Cemiyeti Yayınları, 555-583.

Atabay, M. (2009). Anadoluculuk, (Editör: Tanıl Bora), Modern Türkiye'de Siyasi Düşünce: Milliyetçilik, Cilt: 4, İstanbul: İletişim, 515 – 532.

Atay, T. (2013). Gelenekçilikle Karşı Gelenekçiliğin Gelgitinde Türk Gelenekçi Muhafazakârlığı, (Editör: Ahmet Çiğdem), Modern Türkiye'de Siyasi Düşünce: Muhafazakârlık, Cilt 5, İstanbul: İletişim, 154-178.

Ateş, T. (2011). Kemalizm ve Özgünlüğü, (Editör: Ahmet İnsel), Modern Türkiye'de Siyasi Düşünce: Kemalizm, Cilt: 2, İstanbul: İletişim, 317-323.

Aziz, A. (2006). Radyo ve Televizyon Yayıncılığı, Ankara: Turhan.

Baker, U. (2013). Muhafazakâr Kisve, (Editör: Ahmet Çiğdem), Modern Türkiye'de Siyasi Düşünce: Muhafazakârlık, Cilt 5, İstanbul: İletişim, 101-104.

Bakırezer, G. (2009). Nihal Atsız, (Editör: Tanıl Bora), Modern Türkiye'de Siyasi Düşünce: Milliyetçilik, Cilt: 4, İstanbul: İletişim, 352-361.

Baudrillard, J. (2010). Sessiz Yığınların Gölgesinde, (Çevrien: Oğuz Adanır), İstanbul: Ayrıntı.

Bayhan, V. (2014). Yeni Toplumsal Hareketler ve Gezi Parkı Direnişi, Birey ve Toplum Sosyal Bilimler Dergisi, 4/1. Malatya: Bilsam, 23-58.

Belge, M. (2009). Türkiye'de Zenofobi ve Milliyetçilik, (Editör: Tanıl Bora), Modern Türkiye'de Siyasi Düşünce: Milliyetçilik, Cilt: 4, İstanbul: İletişim, 179-192.

Belge, M. (2011). Mustafa Kemal ve Kemalizm, (Editör: Ahmet İnsel), Modern Türkiye'de Siyasi Düşünce: Kemalizm, Cilt: 2, İstanbul: İletişim, 29-43.

Belge, M. (2013). Muhafazakârlık Üzerine, (Editör: Ahmet Çiğdem), Modern Türkiye'de Siyasi Düşünce: Muhafazakarlık, Cilt 5, İstanbul: İletişim, 92-100.

Belsey, A. ve Chadwick, R. (1998). Medyada Etik ve Siyaset: Kalite Arayışı, (Editörler: Belsey, A. ve Chadwick, R.), Medya ve Gazetecilikte Etik Sorunlar, (Çeviren: Nurçay Türkoğlu), İstanbul: Ayrıntı, 13-29.

Benli, F. (2011). Türkiye'de ve Dünyada Başörtüsü Yasağı Kronolojisi: 1964-2011, Ankara: Mazlumder Yayınları.

Bennet, L. (2000). Politik İllüzyon ve Medya, (Çeviren: Seyfi Say), İstanbul: Nehir Yayınları.

Beriş, H. E. (2011). Ak Parti'nin İdeoloji Arayışı, Demokrasi Platformu, Sayı: 27, Ankara: Orion, 75-92.

Bilgili, C. (2009). Medya Rızayı Neden Üretir? (Editör: Zeynep Karahan Uslu ve Can Bilgili), Bilinç Endüstrisinin İktidar ve Siyaset Pratikleri, İstanbul: Beta, 53-78.

Bora, T. (2013). Milliyetçiliğin Kara Baharı, İstanbul: Birikim.

Bora, T. ve Onaran, B. (2013). Nostalji ve Muhafazakârlık: Mazi Cenneti, (Editör: Ahmet Çiğdem), Modern Türkiye'de Siyasi Düşünce: Muhafazakarlık, Cilt 5, İstanbul: İletişim, 234-260.

Bostancı, N. (1998). Siyaset, Medya ve Ötesi, İstanbul: Vadi.

Bostancı, N. (2011), Siyaset ve Medya: Alacakaranlığın İki Atlısı, İstanbul: Özgür.

Bozarslan, H. (2009). Kürt Milliyetçiliği ve Kürt Hareketi: 1898-2000, (Editör: Tanıl Bora), Modern Türkiye'de Siyasi Düşünce: Milliyetçilik, Cilt: 4, İstanbul: İletişim, 841- 867.

Bryman A, Cramer D. (2001). Quantitative Data Analysis with SPSS Release for Windows, London: Routledge.

Bulut, S. (2009). Sermayenin Medyası, Medyanın Sermayesi, Ekonomi Politik Yaklaşımlar, Ankara: Ütopya.

Canetti, E. (2012). Kitle ve İktidar, (Çeviren: Gülşat Aygen), İstanbul: Ayrıntı.

Cankaya, Ö. (1997). Radyo ve Televizyon Haberciliği, Marmara Üniversitesi Basın Yayın Yüksekokulu Ders Notları, İstanbul.

Cengiz, O. (2015). Alparslan Türkeş ve Dokuz Işık, İstanbul: Bilgeoğuz.

Chaffe, S ve Berger, C. R. (2010). İletişim Bilimci Ne Yapar? (Editör: Erol Mutlu) Kitle İletişim Kuramları, Ankara: Ütopya: 42-74.

Chia, Stella and Cenite M. (2012). Biased News or Biased Public: An Examination of Audiences' Perceived News Bias in An Authoritarian Press System, Journalism Studies, 13/1, 124-140.

Chomsky, N. (2005). Medya Denetimi, (Çeviren: Elif Baki), İstanbul: Everest.

Chomsky, N. (2012). Medya Gerçeği, (Çeviren: Osman Akınhay), İstanbul: Everest.

Copeaux, E. (2009). Türk Milliyetçiliği: Sözcükler, Tarih, İşaretler, (Editör: Tanıl Bora), Modern Türkiye'de Siyasi Düşünce: Milliyetçilik, Cilt: 4, İstanbul: İletişim, 44-52.

Curran, J. (2014). Medya ve Demokrasi: Yeniden Değer Biçme, (Editör: Süleyman İrvan), Medya, Kültür, Siyaset, Ankara: Pharmakon, 133-192.

Cündioğlu, D. (2005). Meşrutiyetten Cumhuriyet'e Din ve Siyaset, İstanbul: Kaknüs.

Çaha, Ö. (2006). Merkez Sağın Diğer Aktörleri ve AKP, Muhafazakâr Düşünce Dergisi, Sayı: 9-10, Ankara: Kadim. 9-21.

Çakır, H. (2008). Osmanlı Dönemi Basın Siyaset İlişkilerinde Şantaj, Rüşvet ve Ödenekler, (Editör: Zülfikar Damlapınar) Medya ve Siyaset, Konya: Eğitim, 57-77.

Çakır, V. ve Çakır, V. (2010). Televizyon Bağımlılığı, Konya: Literatürk.

Çarkoğlu A. ve Toprak, B. (2006). Değişen Türkiye'de Din, Toplum, Siyaset, İstanbul: TESEV, http://research.sabanciuniv.edu/5851/1/DegisenTRdeDin-Toplum-Siyaset.pdf Erişim zamanı: 22.5.2013/11.20

Çatalbaş, D. (2009). Yeni Bir Radyo Televizyon Düzenine Doğru: 1980-2000, (Editör: Korkmaz Alemdar), Kitle İletişimi: Dün, Bugün, Yarın, Ankara: Gazeteciler Cemiyeti Yayınları, 361-392.

Çelenk, S. (2005). Televizyon, Temsil, Kültür: 90'lı Yıllarda Sosyokültürel İklim ve Televizyon İçerikleri, Ankara: Ütopya.

Çelik, N. B. (2011). Kemalizm: Hegemonik Bir Söylem, (Editör: Ahmet İnsel), Modern Türkiye'de Siyasi Düşünce: Kemalizm, Cilt: 2, İstanbul: İletişim, 75-91.

Çiğdem, A. (2013). Sunuş Yazısı, (Editör: Ahmet Çiğdem), Modern Türkiye'de Siyasi Düşünce: Muhafazakârlık, Cilt 5, İstanbul: İletişim, 13-20.

Çoban, S. (2013). Hegemonya Aracı ve İdeolojik Aygıt Olarak Medya, İstanbul: Parşömen.

Çöl, G. (2008). Algılanan Güçlendirmenin İşgören Performansı Üzerine Etkileri, Doğuş Üniversitesi Dergisi, 9 (1), 35-46

Damlapınar, Z. (2008), Medya ve Siyaset, Konya: Eğitim.

Davutoğlu, A. (2010). Stratejik Derinlik: Türkiye'nin Uluslararası Konumu, İstanbul: Küre.

Demir, V. (2007). Türkiye'de Medya Siyaset İlişkisi, İstanbul: Beta.

Devran, Y. (2004). Siyasal Kampanya Yönetimi: Mesaj, Strateji ve Taktikler, İstanbul: Odak.

Dönmez, Y. ve Bico, C. (2009). Bülent Ecevit, (Editör: Tanıl Bora), Modern Türkiye'de Siyasi Düşünce: Milliyetçilik, Cilt: 4, İstanbul: İletişim, 448-462.

Duman, F. (2011). Sol Milliyetçi Bir Akım/Dergi: Kadro, Demokrasi Platformu, Sayı: 27, Ankara: Orion, 121-162.

Eco, U. (1991a). Göstergebilimsel Bir Gerilla Savaşına Doğru, (Editör: Yusuf Kaplan), Enformasyon Devrimi Efsanesi: Modernleşme Kuram ve Uygulamalarının Eleştirisi, İstanbul: Rey, 93-105.

Edgar, A. (1998). Nesnellik, Yanlılık, Hakikat, (Editörler: Belsey, A. ve Chadwick, R.), Medya ve Gazetecilikte Etik Sorunlar, İstanbul: Ayrıntı, 141-160.

Ekzen, N. (2009). Medya Ekonomisin Yapılanması ve Maddi Temelleri: 1980-2000, (Editör: Korkmaz Alemdar), Kitle İletişimi: Dün, Bugün, Yarın, Ankara: Gazeteciler Cemiyeti Yayınları, 296-322.

Emre, E. (2009). Demokrasi Zafer'in, (Editör: Korkmaz Alemdar), Kitle İletişimi: Dün, Bugün, Yarın, Ankara: Gazeteciler Cemiyeti Yayınları, 178-183.

Encabo, M. N. (2014). Gazetecilik Etiği ve Demokrasi, (Editör: Süleyman İrvan), Medya, Kültür, Siyaset, Ankara: Pharmakon, 347-362.

Eraslan, H. (2009). Osmanlı'da Yabancı Bir Gazeteci Örneği, (Editör: Korkmaz Alemdar), Kitle İletişimi: Dün, Bugün, Yarın, Ankara: Gazeteciler Cemiyeti Yayınları, 8-9.

Erdoğan İ. (2003). Pozitivist Metodoloji: Bilimsel Araştırma Tasarımı, İstatistiksel Yöntemler, Analiz ve Yorum, Ankara: Erk.

Erdoğan, İ. (2014). Medya Teori ve Araştırmaları, Ankara: Alter.

Erdoğan, N. (2011). Neo-Kemalizm, Organik Bunalım ve Hegemonya, (Editör: Ahmet İnsel), Modern Türkiye'de Siyasi Düşünce: Kemalizm, Cilt: 2. İstanbul: İletişim, 584-591.

Esslin, M. (2001). Televizyon Çağı, TV: Beyaz Camın Arkası, (Çeviren: Murat Çiftkaya), İstanbul: Pınar.

Fejes, F. (2005). Eleştirel Kitle İletişimi Araştırması ve Medya Etkileri: Yok Olan İzleyici Sorunu, (Editör: Mehmet Küçük), Medya, İktidar, İdeoloji, Ankara: Bilim ve Sanat, 295-314.

Fiske, J. (2014a). Postmodernizm ve Televizyon, (Editör: Süleyman İrvan), Medya, Kültür, Siyaset, Ankara: Pharmakon, 29-48.

Fiske, J. (2014b). İletişim Çalışmalarına Giriş, (Çeviren: Süleyman İrvan), Ankara: Pharmakon.

Foucault, M. (2012). İktidarın Gözü, (Çeviren: Işık Ergüden), İstanbul: Ayrıntı.

Fromm, E. (2001). İtaatsizlik Üzerine, (Çeviren: Ayşe Sayın), İstanbul: Kariyer.

Gasset, J. O. (2013). Kitlelerin Ayaklanması, (Çeviren: Neyyire Gül Işık), İstanbul: İş Bankası Kültür.

Girgin, A. (1997), Türkiye'deki Yerel Basının Gelişmesi, İstanbul: Türkiye Gazeteciler Cemiyeti.

Golding, P. ve Murdock, G. (2014). Kültür, İletişim ve Ekonomipolitik, (Editör: Süleyman İrvan), Medya, Kültür, Siyaset, Ankara: Pharmakon, 49-76.

Göka, Ş. (2011). Medya, Siyaset ve Zihnime Yansımalar, Ankara: Birleşik.

Gökmen, Ö. (2013). Tek Parti Dönemi Cumhuriyet Halk Partisinde Muhafazakar Yönelimler, (Editör: Ahmet Çiğdem), Modern Türkiye'de Siyasi Düşünce: Muhafazakarlık, Cilt 5, İstanbul: İletişim, 132-153.

Göçek, F. M. (2009). Osmanlı Devleti'nde Türk Milliyetçiliğinin Oluşumu: Sosyolojik Bir Yaklaşım, (Editör: Tanıl Bora), Modern Türkiye'de Siyasi Düşünce: Milliyetçilik, Cilt: 4, İstanbul: İletişim, 63-77

Göçer, G. (2017). Mehmet Akif Ersoy'un Siyasal Kimliği ve İttihat ve Terakki Cemiyeti ile Olan İlişkisi, Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 9/19, Burdur, 354-367.

Gökalp, Ziya (2012). Türkçülüğün Esasları, Konya: Gençlik.

Gölcü, A. (2015). Türkiye'de Demokrasi Kültürü ve Medya: Köşe Yazılarında Demokrasi Söylemi, Konya: Literatürk.

Gunther, A.C., Miller, N. and Liebhart J.L. (2009). Assimilation and Contrast in a Test of the Hostile Media Effect, Communication Research, 36 (6) 747–764.

Gurevitch, M. ve Blumler, J. (2014). Siyasal İletişim Sistemleri ve Demokratik Değerler, (Editör: Süleyman İrvan), Medya, Kültür, Siyaset, Ankara: Pharmakon, 193-212.

Gümüşoğlu, F. (2009). Türk Yurdu, , (Editör: Tanıl Bora), Modern Türkiye'de Siyasi Düşünce: Milliyetçilik, İstanbul: İletişim, 269-274.

Güneş, S. (1995). Medya ve Kültür: Sessiz Yığınların Kültürel İntiharı, Ankara: Vadi.

Güngör, E. (1997). Türk Kültürü ve Milliyetçilik, İstanbul: Ötüken.

Gürcan, H. İ. ve Yüksel E. (2005), Haber Toplama ve Yazma, Konya: Tablet.

Hall, S. (2005a). İdeolojinin Yeniden Keşfi: Medya Çalışmalarında Baskı Altında Tutulanın Geri Dönüşü, (Editör: Mehmet Küçük), Medya, İktidar, İdeoloji, Ankara: Bilim ve Sanat, 73-122.

Hall, S. (2005b). Kültür, Medya ve İdeolojik Etki, (Editör: Mehmet Küçük), Medya, İktidar, İdeoloji, Ankara: Bilim ve Sanat, 191-234.

Hall, S. (2014). İdeoloji ve İletişim Kuramı, (Editör: Süleyman İrvan), Medya, Kültür, Siyaset, Ankara: Pharmakon, 79-96.

Hamelink, C. J. (1992). Enformasyon Devriminden Sonra Yaşam Sürecek mi?, (Editör: Yusuf Kaplan), Enformasyon Devrimi Efsanesi: Modernleşme Kuram ve Uygulamalarının Eleştirisi, İstanbul: Rey, 11-32.

Hardt, H. (2005). Eleştirelin Geri Dönüşü ve Radikal Muhalefetin Meydan Okuyuşu: Eleştirel Teori, Kültürel Çalışmalar ve Amerikan Kitle İletişimi Araştırması, (Editör: Mehmet Küçük), Medya, İktidar, İdeoloji, Ankara: Bilim ve Sanat, 15 - 72.

Hartmann, T. and Tanis M. (2013). Examining the Hostile Media Effect as an Intergroup Phenomenon: The Role of Ingroup Identification and Status, Journal of Communication 63, 535–555.

Hoijer, B. (2005). İzleyicilerin Televizyon Programlarına Alımlayışı: Kuramsal ve Metodolojik Değerlendirmeler, (Editör: Şahinde Yavuz), Medya ve İzleyici, Ankara: Vadi, 105-130.

Huntington, S. (2006). Medeniyetler Çatışması ve Diğerleri, (Editör: Murat Yılmaz), Ankara: Vadi.

Işık, M. (2008). Türkiye'deki İletişim Sisteminin Medya Siyaset İlişkilerine Yansımaları, (Editör: Zülfikar Damlapınar) Medya ve Siyaset, Konya: Eğitim, 147-185.

Iyengar, S. (2014). Siyasette Erişim Yanlılığı: Televizyon Haberleri ve Kamuoyu, (Editör: Süleyman İrvan), Medya, Kültür, Siyaset, Ankara: Pharmakon, 283-302.

İnsel, A. (2011). Giriş Yazısı, (Editör: Ahmet İnsel), Modern Türkiye'de Siyasi Düşünce: Kemalizm, Cilt: 2, İstanbul: İletişim, 17-28.

İrem, N. (2013). Bir Değişim Siyaseti Olarak Türkiye'de Cumhuriyetçi Muhafazakârlık: Temel Kavramlar Üzerine Değerlendirmeler, (Editör: Ahmet Çiğdem), Modern Türkiye'de Siyasi Düşünce: Muhafazakârlık, Cilt 5, İstanbul: İletişim, 105-117.

İrvan S. (2014). Medya, Kültür, Siyaset, Ankara: Pharmakon

Jeanneney, J. N. (2006). Başlangıcından Günümüze Medya Tarihi, (Çeviren: Esra Atuk), İstanbul: Yapı Kredi.

Jenkins, H. (2014). Fiske Neden Hala Önemli, (John Fiske) İletişim Çalışmalarına Giriş, Ankara: Pharmakon, 13-54.

Kalkan, B. (2011). Türkiye'de Liberalizmin Kökleri: Cavid Bey ve Prens Sabahaddin'den Alınacak Bazı Dersler, Demokrasi Platformu, Sayı: 27, Ankara: Orion, 61-74.

Kaplan, Y. (1991). Enformasyon Devrimi Efsanesi: Modernleşme Kuram ve Uygulamalarının Eleştirisi, İstanbul: Rey.

Karaömerlioğlu, M. A. (2011a). Tek Parti Döneminde Halkçılık, (Editör: Ahmet İnsel), Modern Türkiye'de Siyasi Düşünce: Kemalizm, Cilt: 2, İstanbul: İletişim, 272-283.

Karpat, K. (2011). Ortadoğu'da Osmanlı Mirası ve Ulusçuluk, İstanbul: İmge.

Kazaz, M. (2007). Televizyon Spor Haberleri, Konya: Nüve Kültür Merkezi.

Kazaz, M. ve Gülnar, B. (2014). Ideological Framing in Television News: The Case of "Settlement Process", International Science Conference-2014, Vol: 8, No: 4, Italy, 442-449.

Keane, J. (2010). Medya ve Demokrasi, (Çeviren: Haluk Şahin), İstanbul: Ayrıntı.

Kejanlıoğlu, B. (2004). Türkiye'de Medyanın Dönüşümü, Ankara: İmge.

Kılıçatan, E. P. (2011). Türk Medyasında Dönüşüm ve Değişen Sahiplik Yapısı: Sabah Grubu Örneğinde Tarihsel Bir İnceleme, Konya: Literatürk.

Kısakürek, N. F. (1950). "Allahsız" (Dedektif X1 Mahlasıyla), Büyük Doğu, Sayı: 40, 3.

Kiriş, H. M. (2011). Parti Sisteminde Kutuplaşma ve Türk Parti Sistemi Örneği, Amme İdaresi Dergisi, 44/4, 33-67.

Koçak, C. (2009). Kemalist Milliyetçiliğin Bulanık Suları, (Editör: Tanıl Bora), Modern Türkiye'de Siyasi Düşünce: Milliyetçilik, Cilt: 4, İstanbul: İletişim, 37-44.

Koçak, C. (2011). Kemalizm ve Şeflik Sistemi: Ebedî Şef / Millî Şef, (Editör: Ahmet İnsel), Modern Türkiye'de Siyasi Düşünce: Kemalizm, Cilt: 2, İstanbul: İletişim, 119-137.

Koloğlu, O. (2013). Osmanlı'dan 21. Yüzyıla Basın Tarihi, İstanbul: Pozitif.

Köker, E. (1998). Politikanın İletişimi, İletişimin Politikası, Ankara: Vadi.

Köker, L. (2011). Kemalizm/Atatürkçülük: Modernleşme, Devlet ve Demokrasi, (Editör: Ahmet İnsel), Modern Türkiye'de Siyasi Düşünce: Kemalizm, Cilt: 2, İstanbul: İletişim, 97-102.

Kurubaş, E. (2004). Kürt Sorununun Uluslar Arası Boyutu ve Türkiye, Ankara: Nobel.

Leffingwell, R. J. (2001). Partisans View Media Coverage as "Biased" Even When Neutral Public Relations Quarterly, 1-30.

Lewis, J. (2010). İzlerkitle, (Editör: Erol Mutlu) Kitle İletişim Kuramları, Ankara: Ütopya: 344-358.

Luizard, J. P. (2013). İslam Topraklarında Otoriter Rejimler, (Çeviren: Egemen Demircioğlu) İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.

Lundby K. ve Ronning H. (2014). Medya, Kültür, İletişim: Medya Kültürü Aracılığıyla Modernliğin Yorumlanışı, (Editör: Süleyman İrvan), Medya, Kültür, Siyaset, Ankara: Pharmakon, 13-28.

Madden, K. (2012). Lewinian Theory: A Guiding Force for Hostile Media Effects, Annual Meeting of the International Communication Association, from http://citation.allacademic.com/meta/p553706_index.html

Mardin, Ş. (2013). Türkiye'de Din ve Siyaset, İstanbul: İletişim.

Marks, K. ve Engels, F. (2013). Alman İdeolojisi (Feuerbach), (Çeviren: Sevim Belli), Ankara: Sol.

Marks, K. (2013). Kapital, Cilt: 1, (Çevirenler Mehmet Selik ve Nail Satlıgan), İstanbul: Yordam.

Mazıcı, N. (2011). 27 Mayıs Kemalizmin Restorasyonu mu? (Editör: Ahmet İnsel), Modern Türkiye'de Siyasi Düşünce: Kemalizm, Cilt: 2, İstanbul: İletişim, 555-569.

Meyer, T. (2014). Medya Demokrasisi, (Çeviren: Ahmet Fethi), İstanbul: Köprü.

Mills, W. (1974). İktidar Seçkinleri, (Çeviren: Ünsal Oskay), Ankara: Bilgi.

Mutlu, M. (2003). Savaşlarda Kamuoyu Oluşumu, İstanbul: Okumuş Adam.

Mutlu, E. (2010). Kitle İletişim Kuramları, Ankara: Ütopya.

Mutlu, A. (2011). "Demokratik Özerklik"in İdeolojisi Üzerine, Demokrasi Platformu, Sayı: 27, Ankara: Orion, 93-120.

Nalçaoğlu, H. (2009). Vatan: Toprakların Altı, Üstü ve Ötesi, (Editör: Tanıl Bora), Modern Türkiye'de Siyasi Düşünce: Milliyetçilik, Cilt: 4, İstanbul: İletişim, 293 - 308.

Neumann, E. N. (2014). Suskunluk Sarmalı Kuramının Medyayı Anlamaya Katkısı, (Editör: Süleyman İrvan), Medya, Kültür, Siyaset, Ankara: Pharmakon, 273-282.

Norusis M. J. (2002). SPSS 11.0 Guıde To Data Analysis, New Jersey: Prentice Hall.

Oktay, A. S. (2011). Kınalızâde Ali Efendi ve Ahlâk-ı Alâî, İstanbul: İz.

O'Neil, J. (1998). Gazete Sahipleri, Editörler ve Gazeteciler, (Editörler: Belsey, A. ve Chadwick, R.), Medya ve Gazetecilikte Etik Sorunlar, İstanbul: Ayrıntı, 51-69.

Oran, B. (2009). Kürt Milliyetçiliğinin Diyalektiği, (Editör: Tanıl Bora), Modern Türkiye'de Siyasi Düşünce: Milliyetçilik, Cilt: 4, İstanbul: İletişim, 871-879.

Öğün, S. S. (2000). Mukayeseli Sosyal Teori ve Tarih Bağlamında Milliyetçilik, İstanbul: Alfa.

Önen, N. (2009a). Reha Oğuz Türkkan, (Editör: Tanıl Bora), Modern Türkiye'de Siyasi Düşünce: Milliyetçilik, Cilt: 4, İstanbul: İletişim, 362-373.

Önen, N. (2009b). Hüseyin Namık Orkun, (Editör: Tanıl Bora), Modern Türkiye'de Siyasi Düşünce: Milliyetçilik, Cilt: 4, İstanbul: İletişim, 396-405.

Özcan, A. (2013). Yavuz Sultan Selim'in Kürt Politikası, Derin Tarih Dergisi, Sayı: 16, İstanbul: Turkuaz, 52-59. Özdağ, Ü. (2016). Yeniden Türk Milliyetçilği, İstanbul: Divit.

Özdemir, G. Y. (2009). Küresel İletişim Çağı: Egemen Yaklaşım Versus Ekonomi Politik Yaklaşım, (Editör: Selda Bulut), Sermayenin Medyası, Medyanın Sermayesi, Ekonomi Politik Yaklaşımlar, Ankara: Ütopya, 15-45.

Özdoğan, G. G. (2009). Dünyada ve Türkiye'de Turancılık, (Editör: Tanıl Bora),Modern Türkiye'de Siyasi Düşünce: Milliyetçilik, Cilt: 4, İstanbul: İletişim, 388-395.

Özer Ö. (2011). Haber, Söylem, İdeoloji, Konya: Literatürk.

Özer, Ö. ve Üçer, N. S. (2012). Objektif Habercilik mi, Yandaş Basın mı? Türkiye'de Yandaş Basın Örneği Olarak Sabah, Star, Yeni Şafak ve Zaman Gazetelerinin 29 Mart 2009 Genel Seçimleri'nde Siyasal Partilere Yönelik Tutumu, (Editör: Ömer Özer), Haberin Doğası, Gazetecilikte İdealler ve Sorunlar, Konya: Literatürk, 119-146.

Özer, Ö. (2012). Haberin Doğası, Gazetecilikte İdealler ve Sorunlar, Konya: Literatürk.

Özkırımlı, U. (2009). Milliyetçilik Kuramları: Eleştirel Bir Bakış, Ankara: Doğu Batı.

Özipek B. B. (2011). Muhafazakârlık, Akıl, Toplum, Siyaset, İstanbul: Timaş.

Özipek B. B. (2013). Muhafazakârlık, Devrim ve Türkiye, (Editör: Ahmet Çiğdem), Modern Türkiye'de Siyasi Düşünce: Muhafazakarlık, Cilt 5, İstanbul: İletişim, 66-85.

Özsoy, A. (2011). Televizyon ve İzleyici: Türkiye'de Dönüşen Televizyon Kültürü ve İzleyici, Ankara: Ütopya.

Parlak, İ. ve Yıldırım, Y. (2014). Medya Aracılığıyla Siyasal Sınırlar Üretmek: Köşe Yazılarında CHP-AKP Karşıtlığı, Bursa: Dora.

Postman, N. (2012). Televizyon, Öldüren Eğlence: Gösteri Çağında Kamusal Söylem, (Çeviren: Osman Akınhay), İstanbul: Ayrıntı.

Rigel, N. (2005). Kadife Karanlık: 21. Yüzyıl İletişim Çağını Aydınlatan Kuramcılar, İstanbul: Su.

Reid, S. A. (2012). A Self-Categorization Explanation for the Hostile Media Effect, Journal of Communication 62, 381–399.

Rigel, N. (2005), Zizek, (Editör: Nurdoğan Rigel), Kadife Karanlık: 21. Yüzyıl İletişim Çağını Aydınlatan Kuramcılar, İstanbul: Su, 295-330.

Roscoe, J., Marshall, H. ve Kate Gleeson (2005), Televizyon İzleyicisi: Kabul Edilmiş "Etkin", "Sosyal" ve "Eleştirel" Terimlerinin Yeniden Ele Alınması, (Editör: Şahinde Yavuz), Medya ve İzleyici, Ankara: Vadi, 223-244.

Rousseau, J. J. (2014) Toplum Sözleşmesi, (Çeviren: Vedat Günyol), İstanbul: İş Bankası Kültür.

Said, E. (2010). Kültür ve Emperyalizm, (Çeviren: Necmiye Alpay), İstanbul: Hil.

Sarıbay, A.Y. (2014). Global Bir Bakışla Politik Sosyoloji, Bursa: Sentez.

Schiller, H. (1993). Zihin Yönlendirenler, (Çeviren: Cevdet Cerit), İstanbul: Pınar.

Seaman, W. R. (2006). Etkin İzleyici Kuramı: Anlamsız Popülizm, (Editör: Şahinde Yavuz), Medya ve İzleyici, Ankara: Vadi, 245- 259.

Sholle, D. (2005). Eleştirel Çalışmalar: İdeoloji Teorisinden İktidar/Bilgiye, (Editör: Mehmet Küçük), Medya, İktidar, İdeoloji, Ankara: Bilim ve Sanat, 255-315.

Shoemaker, P ve Reese, S. D. (2014). İdeolojinin Medya İçeriği Üzerindeki Etkisi, (Editör: Süleyman İrvan), Medya, Kültür, Siyaset, Ankara: Pharmakon, 97-132.

Sönmez, M. (2010). Medya, Kültür, Para ve İstanbul İktidarı, İstanbul: Yordam.

Strangankova, E. (2012). Sovyetler Sonrası Dönemde Kitlesel Medyanın Siyasal İletişim Zorlukları, (Editör: Ömer Özer), Haberin Doğası, Gazetecilikte İdealler ve Sorunlar, Konya: Literatürk, 221-230.

Şahin, H. (2010). Önsöz, Medya ve Demokrasi, İstanbul: Ayrıntı.

Şeker, M. (2007), Film Tadında Haber, (Editör: Bilal Arık ve Mustafa Şeker), İletişim ve Ötesi, Konya: Tablet.

Şevkli, S. (2011). Bir Ulusalcı Nasıl Düşünür?, İstanbul: Ufuk.

Şeyhanlıoğlu, H. (2009). Demokrat Parti ve Siyasal Muhafazakârlık, Süleyman Demirel Üniversitesi SBE Yayınlanmamış Doktora Tezi, Isparta.

Şimşek, E. (2012). Kamuoyu Oluşturma Kuramı Çerçevesinde Medyadaki Polis Şiddetine İlişkin Vatandaş Tepkilerinin Değerlendirilmesi, (Editör: Ömer Özer), Haberin Doğası, Gazetecilikte İdealler ve Sorunlar, Konya: Literatürk, 147-220.

Şimşek, E., Özer, Ö., Şimşek, A. (2012). Haber Kuramı Bağlamında Düşman Medya Etkisi: Basında Yer alan Futbolda Şike Haberlerinin Farklı Takım Taraftarlarınca Algılanışı, (Editör: Ömer Özer), Haberin Doğası, Gazetecilikte İdealler ve Sorunlar, Konya: Literatürk, 43-118.

Taşkın, Y. (2013). Muhafazakârlığın Uslanmaz Çocuğu: Reaksiyonerlik, (Editör: Ahmet Çiğdem), Modern Türkiye'de Siyasi Düşünce: Muhafazakârlık, Cilt 5, İstanbul: İletişim, 187-216.

Temizkan, A. C. (2012). Televizyon Haberciliğine Bir Bakış, (Editör: Ömer Özer), Haberin Doğası, Gazetecilikte İdealler ve Sorunlar, Konya: Literatürk, 331-356.

Tellan, T. (2009). Türk Basınında Tekelleşme, (Editör: Korkmaz Alemdar), Kitle İletişimi: Dün, Bugün, Yarın, Ankara: Gazeteciler Cemiyeti Yayınları, 330-346

Tezel, Y. S. (2013). Tanzimat Sonrası İmparatorluk ve Cumhuriyet Türkiye'sinde Muhafazakarlık Sorunsalı, (Editör: Ahmet Çiğdem), Modern Türkiye'de Siyasi Düşünce: Muhafazakarlık, Cilt 5, İstanbul: İletişim: 21-40.

Therborn, G. (2008). İktidarın İdeolojisi, İdeolojinin İktidarı, (Çeviren: İrfan Cüre), Ankara: Dipnot.

Tokgöz, O. (2010). Siyasal Reklamlar ve Siyasal İletişim, İstanbul: İmge.

Tunçay, M. (2011). İkna (İnandırma) Yerine, Tecebbür (Zorlama), (Editör: Ahmet İnsel), Modern Türkiye'de Siyasi Düşünce: Kemalizm, Cilt: 2, İstanbul: İletişim, 92-97.

Turner, G. (2016). İngiliz Kültürel Çalışmaları, (Çevirenler: Deniz Özçetin ve Burak Özçetin), Ankara: Heretik.

Uğur, A (1991). Zihinlerin Yeni Efendileri: Medyalar, (Editör: Yusuf Kaplan), Enformasyon Devrimi Efsanesi: Modernleşme Kuram ve Uygulamalarının Eleştirisi, İstanbul: Rey, 233-256.

Ural, A. (2010). Medya, Sermaye, Siyaset Üçgeni: Satılık Medya, İstanbul: Siyah Beyaz.

Uslu, Z. K. (2009). Siyasal İletişim Yöntemlerinin Seçmen Davranışına Etkisi Ve 22 Temmuz 2007 Seçimleri, (Editör: Zeynep Karahan Uslu ve Can Bilgili), Bilinç Endüstrisinin İktidar ve Siyaset Pratikleri, İstanbul: Beta, 13-52.

Uyar, H. (2011). Mahmut Esat Bozkurt, (Editör: Ahmet İnsel), Modern Türkiye'de Siyasi Düşünce: Kemalizm, Cilt: 2, İstanbul: İletişim, 214-219.

Uyguç, Ü. ve Genç, A. (1998), Radyo Televizyon Haberciliği, İstanbul: İstanbul Üniversitesi SBE Yayınları.

Ünder, H. (2011). Atatürk İmgesinin Siyasal Yaşamdaki Rolü, (Editör: Ahmet İnsel), Modern Türkiye'de Siyasi Düşünce: Kemalizm, Cilt: 2, İstanbul: İletişim, 138-155.

Ünüvar, K. (2009). Ziya Gökalp, Modern Türkiye'de Siyasi Düşünce: Milliyetçilik, Cilt: 4, (Editör: Tanıl Bora), İstanbul: İletişim, 28-36.

Üstel, F. (2009). Türk Ocakları, (Editör: Tanıl Bora), Modern Türkiye'de Siyasi Düşünce: Milliyetçilik, Cilt: 4, İstanbul: İletişim, 263-268.

Vallone, R. P., Ross, L., and Lepper M.R. (1985). The Hostile Media Phenomenon: Biased Perception and Perceptions of Media Bias in Coverage of the Beirut Massacre, Stanford University Journal of Personality and Social Psychology, 49/3, 577-585.

VanDijk, T. (2005). Söylemin Yapıları ve İktidarın Yapıları, (Editör: Mehmet Küçük), Medya, İktidar, İdeoloji, Ankara: Bilim ve Sanat, 315-376.

Williams, K. (1998). Gerçeklerden Daha Önemli Bir Şeyler: Savaş Haberciliğinde Etik Sorunlar, (Editörler: Belsey, A. ve Chadwick, R.), Medya ve Gazetecilikte Etik Sorunlar, İstanbul: Ayrıntı, 188-207.

Yavuz, Ş. (2005). Medya ve İzleyici, Ankara: Vadi.

Yayla, A. (2007). Atilla Yayla ile Muhafazakârlık Üzerine, Köprü Dergisi, Sayı: 97. http://www.koprudergisi.com/index.asp?Bolum=EskiSayilar&Goster=Yazi&YaziNo=826 Erişim zamanı: 10.5.2013/12:38

Yaylagül, L. (2010). Kitle İletişim Kuramları, Egemen ve Eleştirel Yaklaşımlar, Ankara: Dipnot.

Yeğen, M. (2011). Kemalizm ve Hegemonya, (Editör: Ahmet İnsel), Modern Türkiye'de Siyasi Düşünce: Kemalizm, Cilt: 2, İstanbul: İletişim, 56-74.

Yeşilkaya, N. C. (2011). Halkevleri, (Editör: Ahmet İnsel), Modern Türkiye'de Siyasi Düşünce: Kemalizm, Cilt: 2, İstanbul: İletişim, 113-118.

Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2011). Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri, Ankara: Seçkin.

Yıldız, A. (2011). Kemalist Milliyetçilik, (Editör: Ahmet İnsel), Modern Türkiye'de Siyasi Düşünce: Kemalizm, Cilt: 2,İstanbul: İletişim, 210-234.

Yıldız, S. (2013). Medya ve Hukuk, Ankara: Nobel.

Yılmaz, S. H. (2013). Siyasal Nefret Söylemi ve Medya: Haberden Söyleme Kısa Bir Yolculuk, Konya: Literatürk.

Yörük, Z. (2009). Politik Psişe Olarak Türk Kimliği, (Editör: Tanıl Bora), Modern Türkiye'de Siyasi Düşünce: Milliyetçilik, Cilt: 4, İstanbul: İletişim, 309-324.

Zürcher, E. J. (2011). Kemalist Düşüncenin Osmanlı Kaynakları, (Editör: Ahmet İnsel), Modern Türkiye'de Siyasi Düşünce: Kemalizm, Cilt: 2, İstanbul: İletişim, 44-55.

Zürcher, Erik J. (2013). Terakkiperver Cumhuriyet Fırkası ve Siyasal Muhafazakârlık, (Editör: Ahmet Çiğdem), Modern Türkiye'de Siyasi Düşünce: Muhafazakârlık, Cilt 5, İstanbul: İletişim, 40-54.

İnternet:

Anavatan Partisi Parti Programı (1983). http://www.tbmm.gov.tr/eyayin.pdf Erişim zamanı: 12.06.2013/14:54

Erdoğdu A. (2017). *"Bugün AKP Grubu üzerimize saldırırken aralarından bazıları tekbir getiriyordu. O sırada IŞİD'in kinini, nefretini bazı gözlerde gördüm".* https://twitter.com/aykuterdogdu/status/819378837578514432 Erişim Tarihi: 12.11.2017/9.30

Esayan, M. (2017). *"Anayasa değişikliğini desteklemek için en güçlü argüman içeriğinden bağımsız: CHDP bu değişikliğe karşı",* https://twitter.com/markaresayan/status/819229050107478016 Erişim Tarihi: 12.1.2017/14.10

Hürriyet Gazetesi, 12.6.1997 Tarihli Nüshası

Hürriyet Gazetesi, 10.1.2008 Tarihli Nüshası

Kanal D Ana Haber Bülteni, 20.02.2015, www.kanald.com.tr

"Kutuplaşma Vahim Boyutta", Kurumsal Sosyal Sorumluluk Derneği Türkiye'de Kutuplaşma Araştırması-2016, http://www.hurriyet.com.tr/kutuplasma-vahim-boyutta-40048144

Radikal Gazetesi, YÖK'ün "türban genelgesi" AKP'yi Memnun Etti, CHP ise Endişeli, 05/10/2010, http://www.radikal.com.tr/politika/yokun-turban-genelgesi-akpyi-memnun-etti-chp-ise-endiseli-1022186/ Erişim Tarihi: 16.8.2017 / 16.05

Recep Tayyip Erdoğan ile Aydın Doğan Arasındaki Hilton Arazisi Tartışması: http://www.hurriyet.com.tr/acikcasi-cok-yadirgiyorum-40004825 Erişim Tarihi: 5.9.2017 12.10

Resmi Gazete, İlköğretim ve Eğitim Kanunu ile Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun (12 Yıllık Eğitim Kanunu), Kanun No. 6287

Kabul Tarihi: 30/3/2012
http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2012/04/20120411-8.htm

TRT Hakkında Bilgi, www.trt.net.tr

Türkiye Büyük Millet Meclisi, Türkiye'de Siyasi Partiler, http://www.tbmm.gov.tr/kutuphane/siyasi_partiler.html Erişim Zamanı: 12.06.2013/16:10

Ulus Gazetesi, "Gayrimüslim bir vatandaş iktidar tarafından öldürülerek kıyma makinesinde çekilmiştir". http://arsiv.sabah.com.tr/2000/01/17/g12.html, Erişim Tarihi: 15.2.2017 / 14.43.

Araştırma ve Raporlar

Kadir Has Üniversitesi Türkiye Araştırmaları Merkezi, (2013). Türkiye Sosyal-Siyasal Eğilimler Araştırması/-V http://www.khas.edu.tr/uploads/pdf-doc-vb/Sosyal-Siyasal-Egilimler-Aras-12.pptx Erişim zamanı: 7.6.2013/14.00

Milletvekili Genel Seçim Sonuçları, 7 Haziran 2015 ve 1 Kasım 2015 http://www.ysk.gov.tr/tr/milletvekili-genel-secim-arsivi/2644

Reyting Raporları, 27 Şubat – 5 Mart 2017 arası en çok izlenen ana haber bültenleri, www.tiak.com.tr

Televizyon Yayınlan kamuoyu Araştırması, TRT 2000. www.trt.net.tr

EKLER

EK 1: İSTATİSTİKSEL ANALİZLER SONUCU ELDE EDİLEN TABLOLAR

Tablo 1: Siyasi Tercihlerin Kanal ve Haber Seçimine Etkisine Dair Güvenilirlik Analizi Sonuçları

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	1739	77,8
	Excluded[a]	496	22,2
	Total	2235	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,714	12

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
S8	32,3059	70,222	,304	,701
S9	32,7211	65,877	,519	,675
S10	33,0420	65,495	,520	,674
S11	33,4618	63,595	,479	,675
S12	33,4457	63,810	,469	,677
S13	33,4313	65,263	,548	,671
S14	33,4503	71,747	,164	,720
S15	32,1794	74,261	,122	,721
S16	32,9074	64,967	,151	,759
S17	32,7608	71,515	,249	,707
S18	32,7286	66,938	,490	,680
S19	33,6038	66,603	,511	,677

Tablo 2: Siyasal Aidiyet Ölçeğine Dair Güvenilirlik Analizi Sonuçları

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	1767	79,1
	Excluded[a]	468	20,9
	Total	2235	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,806	13

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
S70	37,3130	108,869	,623	,779
S71	37,5597	107,944	,686	,775
S72	37,5546	106,185	,576	,780
S73	37,2496	104,358	,481	,790
S74	36,9078	110,194	,587	,782
S75	37,4618	108,049	,678	,775
S76	37,6865	127,062	-,006	,827
S77	36,9638	126,563	-,003	,829
S78	36,9751	108,502	,390	,800
S79	37,1205	108,206	,581	,781
S80	37,0600	108,310	,523	,785
S81	37,2201	111,762	,603	,783
S82	36,5948	118,067	,258	,807

Tablo 3: Siyasal Kutuplaşma Boyutuna Dair Güvenilirlik Analizi Sonuçları

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	1810	81,0
	Excluded[a]	425	19,0
	Total	2235	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,695	11

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
S93	34,5403	48,597	,454	,660
S99	34,6994	46,268	,342	,676
S100	34,9387	47,621	,431	,660
S101	35,0652	47,335	,453	,657
S102	36,3298	54,157	-,009	,747
S103	35,7116	51,687	,189	,698
S94	34,4807	46,791	,373	,669
S95	34,7519	48,998	,447	,661
S96	34,5088	49,215	,508	,657
S97	35,3011	47,773	,423	,661
S98	35,4348	48,104	,434	,661

Tablo 4: Siyasi Gündeme Dair Haberlerin Takip edildiği TV Kanalları ve Katılımcıların Siyasi Tercihlerine İlişkin Çapraz Tablo Analizi Sonuçları

Case Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
S91*$TVChannels	2036	91,1%	199	8,9%	2235	100,0%

S91*$TVChannels Crosstabulation

			$TVChannels[a]							
			ATV	FOX TV	KANAL D	KANAL 7	SHOW TV	STAR TV	TRT 1	DİĞER	Total
S91	Ak Parti	Count	635	164	245	169	216	203	603	70	914
		% within S91	69,5%	17,9%	26,8%	18,5%	23,6%	22,2%	66,0%	7,7%	
		% within $TVChannels	70,7%	19,4%	32,9%	65,5%	42,9%	41,5%	64,2%	33,5%	
		% of Total	31,2%	8,1%	12,0%	8,3%	10,6%	10,0%	29,6%	3,4%	44,9%
	BBP	Count	8	14	10	7	15	10	13	2	28
		% within S91	28,6%	50,0%	35,7%	25,0%	53,6%	35,7%	46,4%	7,1%	
		% within $TVChannels	,9%	1,7%	1,3%	2,7%	3,0%	2,0%	1,4%	1,0%	
		% of Total	,4%	,7%	,5%	,3%	,7%	,5%	,6%	,1%	1,4%
	CHP	Count	44	346	207	27	116	111	72	45	439
		% within S91	10,0%	78,8%	47,2%	6,2%	26,4%	25,3%	16,4%	10,3%	
		% within $TVChannels	4,9%	40,9%	27,8%	10,5%	23,1%	22,7%	7,7%	21,5%	
		% of Total	2,2%	17,0%	10,2%	1,3%	5,7%	5,5%	3,5%	2,2%	21,6%
	HDP	Count	9	64	36	6	22	17	11	27	92
		% within S91	9,8%	69,6%	39,1%	6,5%	23,9%	18,5%	12,0%	29,3%	
		% within $TVChannels	1,0%	7,6%	4,8%	2,3%	4,4%	3,5%	1,2%	12,9%	
		% of Total	,4%	3,1%	1,8%	,3%	1,1%	,8%	,5%	1,3%	4,5%
	MHP	Count	95	132	124	20	71	79	112	24	270
		% within S91	35,2%	48,9%	45,9%	7,4%	26,3%	29,3%	41,5%	8,9%	
		% within $TVChannels	10,6%	15,6%	16,6%	7,8%	14,1%	16,2%	11,9%	11,5%	
		% of Total	4,7%	6,5%	6,1%	1,0%	3,5%	3,9%	5,5%	1,2%	13,3%
	SP	Count	10	6	5	3	1	3	11	8	19
		% within S91	52,6%	31,6%	26,3%	15,8%	5,3%	15,8%	57,9%	42,1%	
		% within $TVChannels	1,1%	,7%	,7%	1,2%	,2%	,6%	1,2%	3,8%	
		% of Total	,5%	,3%	,2%	,1%	,0%	,1%	,5%	,4%	,9%
	Diğer	Count	3	7	9	0	2	1	4	3	15
		% within S91	20,0%	46,7%	60,0%	,0%	13,3%	6,7%	26,7%	20,0%	
		% within $TVChannels	,3%	,8%	1,2%	,0%	,4%	,2%	,4%	1,4%	
		% of Total	,1%	,3%	,4%	,0%	,1%	,0%	,2%	,1%	,7%
	Oy Kullanmadım	Count	94	114	109	26	60	65	113	30	259
		% within S91	36,3%	44,0%	42,1%	10,0%	23,2%	25,1%	43,6%	11,6%	
		% within $TVChannels	10,5%	13,5%	14,6%	10,1%	11,9%	13,3%	12,0%	14,4%	
		% of Total	4,6%	5,6%	5,4%	1,3%	2,9%	3,2%	5,6%	1,5%	12,7%
Total		Count	898	847	745	258	503	489	939	209	2036
		% of Total	44,1%	41,6%	36,6%	12,7%	24,7%	24,0%	46,1%	10,3%	100,0%

Percentages and totals are based on respondents.

a. Group

Tablo 5: Siyasi Gündeme Dair Haberlerin Takip edildiği TV Haber Kanalları ve Katılımcıların Siyasi Tercihlerine İlişkin Çapraz Tablo Analizi Sonuçları

Case Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
S91*$NewsChannels	2064	92,3%	171	7,7%	2235	100,0%

S91*$NewsChannels Crosstabulation

			$NewsChannels[a]															
			A HABER	AKİT TV	BENGÜTÜRK	CNN TÜRK	HABERTÜRK	HALK TV	KANAL 24	KANAL A	NTV	TGRT HABER	TRT HABER	TVNET	ULUSAL KANAL	ÜLKE TV	DİĞER	Total
S91	Ak Parti	Count	632	86	29	268	286	31	82	108	293	105	454	26	10	80	21	928
		% within S91	68,1%	9,3%	3,1%	28,9%	30,8%	3,3%	8,8%	11,6%	31,6%	11,3%	48,9%	2,8%	1,1%	8,6%	2,3%	
		% within SNewsChannels	73,8%	72,3%	25,4%	28,5%	41,1%	11,9%	70,1%	63,2%	35,3%	65,6%	63,9%	60,5%	8,1%	66,7%	17,8%	
		% of Total	30,6%	4,2%	1,4%	13,0%	13,9%	1,5%	4,0%	5,2%	14,2%	5,1%	22,0%	1,3%	,5%	3,9%	1,0%	45,0%
	BBP	Count	10	4	4	13	6	2	1	5	11	5	6	3	3	5	3	29
		% within S91	34,5%	13,8%	13,8%	44,8%	20,7%	6,9%	3,4%	17,2%	37,9%	17,2%	20,7%	10,3%	10,3%	17,2%	10,3%	
		% within SNewsChannels	1,2%	3,4%	3,5%	1,4%	,9%	,8%	,9%	2,9%	1,3%	3,1%	,8%	7,0%	2,4%	4,2%	2,5%	
		% of Total	,5%	,2%	,2%	,6%	,3%	,1%	,0%	,2%	,5%	,2%	,3%	,1%	,1%	,2%	,1%	1,4%
	CHP	Count	47	13	23	306	140	153	9	19	218	16	50	5	69	15	30	451
		% within S91	10,4%	2,9%	5,1%	67,8%	31,0%	33,9%	2,0%	4,2%	48,3%	3,5%	11,1%	1,1%	15,3%	3,3%	6,7%	
		% within SNewsChannels	5,5%	10,9%	20,2%	32,6%	20,1%	58,6%	7,7%	11,1%	26,3%	10,0%	7,0%	11,6%	56,1%	12,5%	25,4%	
		% of Total	2,3%	,6%	1,1%	14,8%	6,8%	7,4%	,4%	,9%	10,6%	,8%	2,4%	,2%	3,3%	,7%	1,5%	21,9%
	HDP	Count	7	6	3	62	29	25	3	5	36	2	5	1	9	2	26	97
		% within S91	7,2%	6,2%	3,1%	63,9%	29,9%	25,8%	3,1%	5,2%	37,1%	2,1%	5,2%	1,0%	9,3%	2,1%	26,8%	
		% within SNewsChannels	,8%	5,0%	2,6%	6,6%	4,2%	9,6%	2,6%	2,9%	4,3%	1,3%	,7%	2,3%	7,3%	1,7%	22,0%	
		% of Total	,3%	,3%	,1%	3,0%	1,4%	1,2%	,1%	,2%	1,7%	,1%	,2%	,0%	,4%	,1%	1,3%	4,7%
	MHP	Count	80	5	42	134	122	29	10	15	120	11	92	2	18	8	14	265
		% within S91	30,2%	1,9%	15,8%	50,6%	46,0%	10,9%	3,8%	5,7%	45,3%	4,2%	34,7%	,8%	6,8%	3,0%	5,3%	
		% within SNewsChannels	9,3%	4,2%	36,8%	14,3%	17,5%	11,1%	8,5%	8,8%	14,5%	6,9%	13,0%	4,7%	14,6%	6,7%	11,9%	
		% of Total	3,9%	,2%	2,0%	6,5%	5,9%	1,4%	,5%	,7%	5,8%	,5%	4,5%	,1%	,9%	,4%	,7%	12,8%
	SP	Count	6	2	3	9	4	1	2	2	7	3	7	0	1	1	5	20
		% within S91	30,0%	10,0%	15,0%	45,0%	20,0%	5,0%	10,0%	10,0%	35,0%	15,0%	35,0%	,0%	5,0%	5,0%	25,0%	
		% within SNewsChannels	,7%	1,7%	2,6%	1,0%	,6%	,4%	1,7%	1,2%	,8%	1,9%	1,0%	,0%	,8%	,8%	4,2%	
		% of Total	,3%	,1%	,1%	,4%	,2%	,0%	,1%	,1%	,3%	,1%	,3%	,0%	,0%	,0%	,2%	1,0%
	Diğer	Count	1	0	0	10	5	2	0	1	8	1	3	1	3	0	2	16
		% within S91	6,3%	,0%	,0%	62,5%	31,3%	12,5%	,0%	6,3%	50,0%	6,3%	18,8%	6,3%	18,8%	,0%	12,5%	
		% within SNewsChannels	,1%	,0%	,0%	1,1%	,7%	,8%	,0%	,6%	1,0%	,6%	,4%	2,3%	2,4%	,0%	1,7%	
		% of Total	,0%	,0%	,0%	,5%	,2%	,1%	,0%	,0%	,4%	,0%	,1%	,0%	,1%	,0%	,1%	,8%
	OyKullanmadım	Count	73	3	10	137	104	18	10	16	136	17	93	5	10	9	17	258
		% within S91	28,3%	1,2%	3,9%	53,1%	40,3%	7,0%	3,9%	6,2%	52,7%	6,6%	36,0%	1,9%	3,9%	3,5%	6,6%	
		% within SNewsChannels	8,5%	2,5%	8,8%	14,6%	14,9%	6,9%	8,5%	9,4%	16,4%	10,6%	13,1%	11,6%	8,1%	7,5%	14,4%	
		% of Total	3,5%	,1%	,5%	6,6%	5,0%	,9%	,5%	,8%	6,6%	,8%	4,5%	,2%	,5%	,4%	,8%	12,5%
Total		Count	856	119	114	939	696	261	117	171	829	160	710	43	123	120	118	2064
		% of Total	41,5%	5,8%	5,5%	45,5%	33,7%	12,6%	5,7%	8,3%	40,2%	7,8%	34,4%	2,1%	6,0%	5,8%	5,7%	100,0%

Percentages and totals are based on respondents.

a. Group

Tablo 6: Siyasi Tercihlerin Kanal Seçimine Etki Tutum İndeksi ve Siyasal Tercih ANOVA Sonuçları

Descriptives

siyasietkimedya

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
Ak Parti	927	3,0208	,71897	,02361	2,9745	3,0671	1,00	5,00
BBP	29	2,9569	,81456	,15126	2,6471	3,2667	1,83	5,00
CHP	455	3,1293	,71460	,03350	3,0634	3,1951	1,00	5,00
HDP	101	3,0210	,78094	,07771	2,8668	3,1752	1,00	5,00
MHP	265	2,8996	,66048	,04057	2,8197	2,9795	1,00	5,00
SP	19	2,8538	,48001	,11012	2,6224	3,0851	2,17	3,64
Diğer	17	3,0089	1,06758	,25893	2,4600	3,5578	1,00	5,00
Oy Kullanmadım	266	2,6935	,60807	,03728	2,6201	2,7669	1,00	5,00
Total	2079	2,9847	,71465	,01567	2,9540	3,0154	1,00	5,00

Test of Homogeneity of Variances

siyasietkimedya

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
4,108	7	2071	,000

ANOVA

siyasietkimedya

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	35,681	7	5,097	10,293	,000
Within Groups	1025,599	2071	,495		
Total	1061,280	2078			

Tablo 7: Siyasi Tercihlerin Kanal Seçimine Etki Tutum İndeksi ve Siyasal Tercih Çoklu Karşılaştırma Sonuçları

Multiple Comparisons

siyasietkimedya
Tamhane

(I) S91	(J) S91	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
Ak Parti	BBP	,06390	,15309	1,000	-,4606	,5884
	CHP	-,10846	,04099	,208	-,2366	,0196
	HDP	-,00022	,08122	1,000	-,2591	,2587
	MHP	,12122	,04694	,248	-,0259	,2684
	SP	,16701	,11263	,991	-,2383	,5723
	Diğer	,01188	,26000	1,000	-,9544	,9782
	Oy Kullanmadım	,32728*	,04413	,000	,1890	,4656
BBP	Ak Parti	-,06390	,15309	1,000	-,5884	,4606
	CHP	-,17236	,15492	1,000	-,7007	,3560
	HDP	-,06411	,17005	1,000	-,6283	,5001
	MHP	,05733	,15661	1,000	-,4747	,5893
	SP	,10311	,18710	1,000	-,5161	,7224
	Diğer	-,05202	,29987	1,000	-1,0883	,9843
	Oy Kullanmadım	,26338	,15579	,949	-,2668	,7936
CHP	Ak Parti	,10846	,04099	,208	-,0196	,2366
	BBP	,17236	,15492	1,000	-,3560	,7007
	HDP	,10825	,08462	,998	-,1606	,3771
	MHP	,22969*	,05262	,000	,0650	,3944
	SP	,27547	,11511	,520	-,1336	,6845
	Diğer	,12035	,26108	1,000	-,8470	1,0877
	Oy Kullanmadım	,43574*	,05012	,000	,2789	,5926
HDP	Ak Parti	,00022	,08122	1,000	-,2587	,2591
	BBP	,06411	,17005	1,000	-,5001	,6283
	CHP	-,10825	,08462	,998	-,3771	,1606
	MHP	,12144	,08766	,994	-,1565	,3994
	SP	,16722	,13478	,999	-,2838	,6183
	Diğer	,01210	,27033	1,000	-,9662	,9904
	Oy Kullanmadım	,32749*	,08619	,006	,0540	,6010
MHP	Ak Parti	-,12122	,04694	,248	-,2684	,0259
	BBP	-,05733	,15661	1,000	-,5893	,4747
	CHP	-,22969*	,05262	,000	-,3944	-,0650
	HDP	-,12144	,08766	,994	-,3994	,1565
	SP	,04578	,11736	1,000	-,3670	,4586
	Diğer	-,10934	,26209	1,000	-1,0777	,8590
	Oy Kullanmadım	,20605*	,05510	,006	,0334	,3787
SP	Ak Parti	-,16701	,11263	,991	-,5723	,2383
	BBP	-,10311	,18710	1,000	-,7224	,5161
	CHP	-,27547	,11511	,520	-,6845	,1336
	HDP	-,16722	,13478	,999	-,6183	,2838
	MHP	-,04578	,11736	1,000	-,4586	,3670
	Diğer	-,15512	,28137	1,000	-1,1537	,8434
	Oy Kullanmadım	,16027	,11626	,996	-,2507	,5712
Diğer	Ak Parti	-,01188	,26000	1,000	-,9782	,9544
	BBP	,05202	,29987	1,000	-,9843	1,0883
	CHP	-,12035	,26108	1,000	-1,0877	,8470
	HDP	-,01210	,27033	1,000	-,9904	,9662
	MHP	,10934	,26209	1,000	-,8590	1,0777
	SP	,15512	,28137	1,000	-,8434	1,1537
	Oy Kullanmadım	,31539	,26160	1,000	-,6524	1,2832
Oy Kullanmadım	Ak Parti	-,32728*	,04413	,000	-,4656	-,1890
	BBP	-,26338	,15579	,949	-,7936	,2668
	CHP	-,43574*	,05012	,000	-,5926	-,2789
	HDP	-,32749*	,08619	,006	-,6010	-,0540
	MHP	-,20605*	,05510	,006	-,3787	-,0334
	SP	-,16027	,11626	,996	-,5712	,2507
	Diğer	-,31539	,26160	1,000	-1,2832	,6524

*. The mean difference is significant at the 0.05 level.

Tablo 8: Kitle İletişim Araçlarının Taraflılığı ve Siyasal Tercih ANOVA Sonuçları

Descriptives

		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
						Lower Bound	Upper Bound		
R20	Ak Parti	908	4,0551	1,03481	,03434	3,9877	4,1225	1,00	5,00
	BBP	28	4,1071	1,16553	,22026	3,6552	4,5591	1,00	5,00
	CHP	444	4,4527	,89393	,04242	4,3693	4,5361	1,00	5,00
	HDP	99	4,6162	,82940	,08336	4,4507	4,7816	1,00	5,00
	MHP	264	4,3333	,94057	,05789	4,2194	4,4473	1,00	5,00
	SP	18	3,9444	1,10997	,26162	3,3925	4,4964	1,00	5,00
	Diğer	17	4,6471	,60634	,14706	4,3353	4,9588	3,00	5,00
	Oy Kullanmadım	261	4,3448	,94658	,05859	4,2295	4,4602	1,00	5,00
	Total	2039	4,2467	,98987	,02192	4,2037	4,2897	1,00	5,00
R21	Ak Parti	873	4,1386	,93739	,03173	4,0763	4,2009	1,00	5,00
	BBP	26	4,1538	1,04661	,20526	3,7311	4,5766	2,00	5,00
	CHP	423	4,3239	,89579	,04355	4,2383	4,4095	1,00	5,00
	HDP	93	4,4839	,76062	,07887	4,3272	4,6405	1,00	5,00
	MHP	254	4,3504	,83835	,05260	4,2468	4,4540	1,00	5,00
	SP	16	4,0625	1,06262	,26566	3,4963	4,6287	1,00	5,00
	Diğer	17	4,5294	,62426	,15141	4,2084	4,8504	3,00	5,00
	Oy Kullanmadım	254	4,3701	,86022	,05397	4,2638	4,4764	1,00	5,00
	Total	1956	4,2556	,90472	,02046	4,2155	4,2957	1,00	5,00
R22	Ak Parti	848	3,8267	1,05879	,03636	3,7553	3,8980	1,00	5,00
	BBP	26	3,7308	1,40165	,27489	3,1646	4,2969	1,00	5,00
	CHP	411	3,7567	1,08613	,05357	3,6514	3,8620	1,00	5,00
	HDP	90	3,7778	1,20652	,12718	3,5251	4,0305	1,00	5,00
	MHP	250	3,8480	1,03788	,06564	3,7187	3,9773	1,00	5,00
	SP	16	3,3125	1,13835	,28459	2,7059	3,9191	1,00	4,00
	Diğer	17	4,3529	,86177	,20901	3,9099	4,7960	2,00	5,00
	Oy Kullanmadım	252	3,8452	1,08405	,06829	3,7107	3,9797	1,00	5,00
	Total	1910	3,8136	1,07781	,02466	3,7652	3,8620	1,00	5,00
R23	Ak Parti	854	3,8372	1,19807	,04100	3,7568	3,9177	1,00	5,00
	BBP	25	3,8000	1,41421	,28284	3,2162	4,3838	1,00	5,00
	CHP	411	3,4234	1,30882	,06456	3,2964	3,5503	1,00	5,00
	HDP	90	3,3667	1,22199	,12881	3,1107	3,6226	1,00	5,00
	MHP	253	3,6087	1,28832	,08100	3,4492	3,7682	1,00	5,00
	SP	15	3,9333	,88372	,22817	3,4439	4,4227	2,00	5,00
	Diğer	17	4,1176	1,16632	,28287	3,5180	4,7173	1,00	5,00
	Oy Kullanmadım	253	3,7233	1,30419	,08199	3,5618	3,8848	1,00	5,00
	Total	1918	3,6840	1,26147	,02880	3,6276	3,7405	1,00	5,00
R24	Ak Parti	850	3,4094	1,08720	,03729	3,3362	3,4826	1,00	5,00
	BBP	26	3,3846	1,26734	,24855	2,8727	3,8965	1,00	5,00
	CHP	411	3,6521	1,08341	,05344	3,5470	3,7571	1,00	5,00
	HDP	89	3,9438	1,03747	,10997	3,7253	4,1624	1,00	5,00
	MHP	244	3,5943	1,01193	,06478	3,4667	3,7219	1,00	5,00
	SP	15	3,4000	,82808	,21381	2,9414	3,8586	2,00	5,00
	Diğer	16	4,4375	,72744	,18186	4,0499	4,8251	3,00	5,00
	Oy Kullanmadım	247	3,6437	1,14169	,07264	3,5006	3,7868	1,00	5,00
	Total	1898	3,5495	1,09097	,02504	3,5004	3,5986	1,00	5,00

Test of Homogeneity of Variances

	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
R20	1,743	7	2031	,095
R21	1,176	7	1948	,313
R22	2,478	7	1902	,016
R23	4,202	7	1910	,000
R24	2,843	7	1890	,006

ANOVA

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
R20	Between Groups	75,110	7	10,730	11,340	,000
	Within Groups	1921,805	2031	,946		
	Total	1996,915	2038			
R21	Between Groups	26,519	7	3,788	4,690	,000
	Within Groups	1573,669	1948	,808		
	Total	1600,188	1955			
R22	Between Groups	11,280	7	1,611	1,389	,205
	Within Groups	2206,366	1902	1,160		
	Total	2217,646	1909			
R23	Between Groups	63,329	7	9,047	5,785	,000
	Within Groups	2987,203	1910	1,564		
	Total	3050,532	1917			
R24	Between Groups	51,184	7	7,312	6,263	,000
	Within Groups	2206,661	1890	1,168		
	Total	2257,845	1897			

Tablo 9: Televizyonun Taraflılığı ve Siyasal Tercih Çoklu Karşılaştırma Tablosu

Multiple Comparisons

R20
Bonferroni

(I) S91	(J) S91	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
Ak Parti	BBP	-,05208	,18664	1,000	-,6359	,5317
	CHP	-,39764*	,05633	,000	-,5738	-,2214
	HDP	-,56110*	,10296	,000	-,8831	-,2391
	MHP	-,27827*	,06802	,001	-,4910	-,0655
	SP	,11062	,23154	1,000	-,6136	,8349
	Diğer	-,59199	,23812	,364	-1,3368	,1528
	Oy Kullanmadım	-,28976*	,06832	,001	-,5035	-,0761
BBP	Ak Parti	,05208	,18664	1,000	-,5317	,6359
	CHP	-,34556	,18954	1,000	-,9384	,2473
	HDP	-,50902	,20821	,408	-1,1603	,1422
	MHP	-,22619	,19333	1,000	-,8309	,3785
	SP	,16270	,29388	1,000	-,7565	1,0819
	Diğer	-,53992	,29909	1,000	-1,4754	,3956
	Oy Kullanmadım	-,23768	,19344	1,000	-,8427	,3674
CHP	Ak Parti	,39764*	,05633	,000	,2214	,5738
	BBP	,34556	,18954	1,000	-,2473	,9384
	HDP	-,16346	,10812	1,000	-,5016	,1747
	MHP	,11937	,07560	1,000	-,1171	,3558
	SP	,50826	,23388	,837	-,2233	1,2398
	Diğer	-,19436	,24040	1,000	-,9463	,5576
	Oy Kullanmadım	,10788	,07587	1,000	-,1294	,3452
HDP	Ak Parti	,56110*	,10296	,000	,2391	,8831
	BBP	,50902	,20821	,408	-,1422	1,1603
	CHP	,16346	,10812	1,000	-,1747	,5016
	MHP	,28283	,11464	,384	-,0757	,6414
	SP	,67172	,24925	,199	-,1079	1,4513
	Diğer	-,03090	,25538	1,000	-,8297	,7679
	Oy Kullanmadım	,27133	,11482	,510	-,0878	,6305
MHP	Ak Parti	,27827*	,06802	,001	,0655	,4910
	BBP	,22619	,19333	1,000	-,3785	,8309
	CHP	-,11937	,07560	1,000	-,3558	,1171
	HDP	-,28283	,11464	,384	-,6414	,0757
	SP	,38889	,23697	1,000	-,3523	1,1301
	Diğer	-,31373	,24340	1,000	-1,0751	,4476
	Oy Kullanmadım	-,01149	,08491	1,000	-,2771	,2541
SP	Ak Parti	-,11062	,23154	1,000	-,8349	,6136
	BBP	-,16270	,29388	1,000	-1,0819	,7565
	CHP	-,50826	,23388	,837	-1,2398	,2233
	HDP	-,67172	,24925	,199	-1,4513	,1079
	MHP	-,38889	,23697	1,000	-1,1301	,3523
	Diğer	-,70261	,32898	,919	-1,7316	,3264
	Oy Kullanmadım	-,40038	,23705	1,000	-1,1419	,3411
Diğer	Ak Parti	,59199	,23812	,364	-,1528	1,3368
	BBP	,53992	,29909	1,000	-,3956	1,4754
	CHP	,19436	,24040	1,000	-,5576	,9463
	HDP	,03090	,25538	1,000	-,7679	,8297
	MHP	,31373	,24340	1,000	-,4476	1,0751
	SP	,70261	,32898	,919	-,3264	1,7316
	Oy Kullanmadım	,30223	,24349	1,000	-,4594	1,0638
Oy Kullanmadım	Ak Parti	,28976*	,06832	,001	,0761	,5035
	BBP	,23768	,19344	1,000	-,3674	,8427
	CHP	-,10788	,07587	1,000	-,3452	,1294
	HDP	-,27133	,11482	,510	-,6305	,0878
	MHP	,01149	,08491	1,000	-,2541	,2771
	SP	,40038	,23705	1,000	-,3411	1,1419
	Diğer	-,30223	,24349	1,000	-1,0638	,4594

*. The mean difference is significant at the 0.05 level.

Tablo 10: Gazetenin Taraflılığı ve Siyasal Tercih Çoklu Karşılaştırma Tablosu

Multiple Comparisons

R21
Bonferroni

(I) S91	(J) S91	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
Ak Parti	BBP	-,01524	,17887	1,000	-,5748	,5443
	CHP	-,18527*	,05325	,014	-,3518	-,0187
	HDP	-,34527*	,09804	,012	-,6519	-,0386
	MHP	-,21179*	,06408	,027	-,4122	-,0114
	SP	,07610	,22675	1,000	-,6332	,7854
	Diğer	-,39081	,22010	1,000	-1,0793	,2977
	Oy Kullanmadım	-,23148*	,06408	,009	-,4319	-,0310
BBP	Ak Parti	,01524	,17887	1,000	-,5443	,5748
	CHP	-,17003	,18161	1,000	-,7381	,3980
	HDP	-,33002	,19939	1,000	-,9537	,2937
	MHP	-,19655	,18507	1,000	-,7755	,3824
	SP	,09135	,28559	1,000	-,8020	,9847
	Diğer	-,37557	,28034	1,000	-1,2525	,5014
	Oy Kullanmadım	-,21623	,18507	1,000	-,7951	,3627
CHP	Ak Parti	,18527*	,05325	,014	,0187	,3518
	BBP	,17003	,18161	1,000	-,3980	,7381
	HDP	-,15999	,10294	1,000	-,4820	,1620
	MHP	-,02652	,07135	1,000	-,2497	,1967
	SP	,26138	,22891	1,000	-,4547	,9774
	Diğer	-,20553	,22233	1,000	-,9010	,4899
	Oy Kullanmadım	-,04620	,07135	1,000	-,2694	,1770
HDP	Ak Parti	,34527*	,09804	,012	,0386	,6519
	BBP	,33002	,19939	1,000	-,2937	,9537
	CHP	,15999	,10294	1,000	-,1620	,4820
	MHP	,13348	,10894	1,000	-,2073	,4742
	SP	,42137	,24326	1,000	-,3396	1,1823
	Diğer	-,04554	,23708	1,000	-,7871	,6961
	Oy Kullanmadım	,11379	,10894	1,000	-,2270	,4545
MHP	Ak Parti	,21179*	,06408	,027	,0114	,4122
	BBP	,19655	,18507	1,000	-,3824	,7755
	CHP	,02652	,07135	1,000	-,1967	,2497
	HDP	-,13348	,10894	1,000	-,4742	,2073
	SP	,28789	,23167	1,000	-,4368	1,0126
	Diğer	-,17902	,22517	1,000	-,8834	,5253
	Oy Kullanmadım	-,01969	,07976	1,000	-,2692	,2298
SP	Ak Parti	-,07610	,22675	1,000	-,7854	,6332
	BBP	-,09135	,28559	1,000	-,9847	,8020
	CHP	-,26138	,22891	1,000	-,9774	,4547
	HDP	-,42137	,24326	1,000	-1,1823	,3396
	MHP	-,28789	,23167	1,000	-1,0126	,4368
	Diğer	-,46691	,31307	1,000	-1,4462	,5124
	Oy Kullanmadım	-,30758	,23167	1,000	-1,0323	,4171
Diğer	Ak Parti	,39081	,22010	1,000	-,2977	1,0793
	BBP	,37557	,28034	1,000	-,5014	1,2525
	CHP	,20553	,22233	1,000	-,4899	,9010
	HDP	,04554	,23708	1,000	-,6961	,7871
	MHP	,17902	,22517	1,000	-,5253	,8834
	SP	,46691	,31307	1,000	-,5124	1,4462
	Oy Kullanmadım	,15933	,22517	1,000	-,5450	,8637
Oy Kullanmadım	Ak Parti	,23148*	,06408	,009	,0310	,4319
	BBP	,21623	,18507	1,000	-,3627	,7951
	CHP	,04620	,07135	1,000	-,1770	,2694
	HDP	-,11379	,10894	1,000	-,4545	,2270
	MHP	,01969	,07976	1,000	-,2298	,2692
	SP	,30758	,23167	1,000	-,4171	1,0323
	Diğer	-,15933	,22517	1,000	-,8637	,5450

*. The mean difference is significant at the 0.05 level.

Tablo 11: Sosyal Medyanın Taraflılığı ve Siyasal Tercih Çoklu Karşılaştırma Tablosu

Multiple Comparisons

R23
Tamhane

(I) S91	(J) S91	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
Ak Parti	BBP	,03724	,28580	1,000	-,9589	1,0333
	CHP	,41388*	,07648	,000	,1747	,6531
	HDP	,47057*	,13518	,020	,0386	,9025
	MHP	,22854	,09078	,291	-,0563	,5134
	SP	-,09610	,23183	1,000	-,9725	,7803
	Diğer	-,28041	,28583	1,000	-1,3378	,7770
	Oy Kullanmadım	,11392	,09167	,999	-,1738	,4016
BBP	Ak Parti	-,03724	,28580	1,000	-1,0333	,9589
	CHP	,37664	,29012	,998	-,6277	1,3810
	HDP	,43333	,31079	,995	-,6159	1,4825
	MHP	,19130	,29421	1,000	-,8212	1,2038
	SP	-,13333	,36341	1,000	-1,3514	1,0847
	Diğer	-,31765	,40002	1,000	-1,6571	1,0218
	Oy Kullanmadım	,07668	,29449	1,000	-,9364	1,0898
CHP	Ak Parti	-,41388*	,07648	,000	-,6531	-,1747
	BBP	-,37664	,29012	,998	-1,3810	,6277
	HDP	,05669	,14408	1,000	-,4012	,5146
	MHP	-,18534	,10358	,884	-,5097	,1391
	SP	-,50998	,23713	,739	-1,3907	,3707
	Diğer	-,69429	,29015	,549	-1,7564	,3678
	Oy Kullanmadım	-,29996	,10436	,111	-,6268	,0269
HDP	Ak Parti	-,47057*	,13518	,020	-,9025	-,0386
	BBP	-,43333	,31079	,995	-1,4825	,6159
	CHP	-,05669	,14408	1,000	-,5146	,4012
	MHP	-,24203	,15216	,966	-,7241	,2400
	SP	-,56667	,26202	,688	-1,4846	,3513
	Diğer	-,75098	,31082	,493	-1,8446	,3427
	Oy Kullanmadım	-,35665	,15269	,443	-,8403	,1270
MHP	Ak Parti	-,22854	,09078	,291	-,5134	,0563
	BBP	-,19130	,29421	1,000	-1,2038	,8212
	CHP	,18534	,10358	,884	-,1391	,5097
	HDP	,24203	,15216	,966	-,2400	,7241
	SP	-,32464	,24212	,998	-1,2107	,5614
	Diğer	-,50895	,29424	,948	-1,5761	,5582
	Oy Kullanmadım	-,11462	,11525	1,000	-,4757	,2465
SP	Ak Parti	,09610	,23183	1,000	-,7803	,9725
	BBP	,13333	,36341	1,000	-1,0847	1,3514
	CHP	,50998	,23713	,739	-,3707	1,3907
	HDP	,56667	,26202	,688	-,3513	1,4846
	MHP	,32464	,24212	,998	-,5614	1,2107
	Diğer	-,18431	,36343	1,000	-1,4294	1,0607
	Oy Kullanmadım	,21001	,24246	1,000	-,6764	1,0965
Diğer	Ak Parti	,28041	,28583	1,000	-,7770	1,3378
	BBP	,31765	,40002	1,000	-1,0218	1,6571
	CHP	,69429	,29015	,549	-,3678	1,7564
	HDP	,75098	,31082	,493	-,3427	1,8446
	MHP	,50895	,29424	,948	-,5582	1,5761
	SP	,18431	,36343	1,000	-1,0607	1,4294
	Oy Kullanmadım	,39433	,29452	,998	-,6732	1,4619
Oy Kullanmadım	Ak Parti	-,11392	,09167	,999	-,4016	,1738
	BBP	-,07668	,29449	1,000	-1,0898	,9364
	CHP	,29996	,10436	,111	-,0269	,6268
	HDP	,35665	,15269	,443	-,1270	,8403
	MHP	,11462	,11525	1,000	-,2465	,4757
	SP	-,21001	,24246	1,000	-1,0965	,6764
	Diğer	-,39433	,29452	,998	-1,4619	,6732

*. The mean difference is significant at the 0.05 level.

Tablo 12: Radyonun Taraflılığı ve Siyasal Tercih Çoklu Karşılaştırma Tablosu

Multiple Comparisons

R24
Tamhane

(I) S91	(J) S91	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
Ak Parti	BBP	,02480	,25133	1,000	-,8468	,8964
	CHP	-,24266*	,06517	,006	-,4464	-,0389
	HDP	-,53441*	,11612	,000	-,9054	-,1634
	MHP	-,18485	,07475	,322	-,4193	,0496
	SP	,00941	,21704	1,000	-,8117	,8305
	Diğer	-1,02809*	,18564	,001	-1,7179	-,3383
	Oy Kullanmadım	-,23431	,08166	,115	-,4906	,0219
BBP	Ak Parti	-,02480	,25133	1,000	-,8964	,8468
	CHP	-,26745	,25423	1,000	-1,1447	,6098
	HDP	-,55920	,27179	,741	-1,4751	,3567
	MHP	-,20965	,25685	1,000	-1,0922	,6730
	SP	-,01538	,32786	1,000	-1,1135	1,0827
	Diğer	-1,05288*	,30797	,040	-2,0813	-,0245
	Oy Kullanmadım	-,25911	,25894	1,000	-1,1461	,6278
CHP	Ak Parti	,24266*	,06517	,006	,0389	,4464
	BBP	,26745	,25423	1,000	-,6098	1,1447
	HDP	-,29175	,12227	,406	-,6806	,0971
	MHP	,05781	,08398	1,000	-,2052	,3208
	SP	,25207	,22039	1,000	-,5715	1,0757
	Diğer	-,78543*	,18955	,017	-1,4793	-,0915
	Oy Kullanmadım	,00834	,09018	1,000	-,2742	,2909
HDP	Ak Parti	,53441*	,11612	,000	,1634	,9054
	BBP	,55920	,27179	,741	-,3567	1,4751
	CHP	,29175	,12227	,406	-,0971	,6806
	MHP	,34956	,12763	,176	-,0553	,7544
	SP	,54382	,24043	,619	-,3071	1,3947
	Diğer	-,49368	,21252	,547	-1,2271	,2397
	Oy Kullanmadım	,30010	,13180	,494	-,1172	,7174
MHP	Ak Parti	,18485	,07475	,322	-,0496	,4193
	BBP	,20965	,25685	1,000	-,6730	1,0922
	CHP	-,05781	,08398	1,000	-,3208	,2052
	HDP	-,34956	,12763	,176	-,7544	,0553
	SP	,19426	,22341	1,000	-,6322	1,0207
	Diğer	-,84324*	,19305	,009	-1,5416	-,1449
	Oy Kullanmadım	-,04946	,09733	1,000	-,3545	,2556
SP	Ak Parti	-,00941	,21704	1,000	-,8305	,8117
	BBP	,01538	,32786	1,000	-1,0827	1,1135
	CHP	-,25207	,22039	1,000	-1,0757	,5715
	HDP	-,54382	,24043	,619	-1,3947	,3071
	MHP	-,19426	,22341	1,000	-1,0207	,6322
	Diğer	-1,03750*	,28069	,026	-2,0040	-,0710
	Oy Kullanmadım	-,24372	,22581	1,000	-1,0728	,5853
Diğer	Ak Parti	1,02809*	,18564	,001	,3383	1,7179
	BBP	1,05288*	,30797	,040	,0245	2,0813
	CHP	,78543*	,18955	,017	,0915	1,4793
	HDP	,49368	,21252	,547	-,2397	1,2271
	MHP	,84324*	,19305	,009	,1449	1,5416
	SP	1,03750*	,28069	,026	,0710	2,0040
	Oy Kullanmadım	,79378*	,19583	,017	,0914	1,4961
Oy Kullanmadım	Ak Parti	,23431	,08166	,115	-,0219	,4906
	BBP	,25911	,25894	1,000	-,6278	1,1461
	CHP	-,00834	,09018	1,000	-,2909	,2742
	HDP	-,30010	,13180	,494	-,7174	,1172
	MHP	,04946	,09733	1,000	-,2556	,3545
	SP	,24372	,22581	1,000	-,5853	1,0728
	Diğer	-,79378*	,19583	,017	-1,4961	-,0914

*. The mean difference is significant at the 0.05 level.

Tablo 13: Kitle İletişim Araçlarının Güvenilirliği ve Siyasal Tercih ANOVA Sonuçları

Descriptives

		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
						Lower Bound	Upper Bound		
S25	Ak Parti	900	3,0578	1,22950	,04098	2,9773	3,1382	1,00	5,00
	BBP	29	2,7931	1,26433	,23478	2,3122	3,2740	1,00	4,00
	CHP	435	2,4322	1,36002	,06521	2,3040	2,5603	1,00	5,00
	HDP	90	1,9556	1,26234	,13306	1,6912	2,2199	1,00	5,00
	MHP	263	2,8707	1,29827	,08005	2,7131	3,0284	1,00	5,00
	SP	17	2,8824	1,21873	,29558	2,2557	3,5090	1,00	5,00
	Diğer	17	2,4118	1,17574	,28516	1,8073	3,0163	1,00	4,00
	Oy Kullanmadım	254	2,4843	1,29675	,08137	2,3240	2,6445	1,00	5,00
	Total	2005	2,7646	1,31605	,02939	2,7069	2,8222	1,00	5,00
S26	Ak Parti	855	2,9404	1,15940	,03965	2,8625	3,0182	1,00	5,00
	BBP	26	2,6923	1,22537	,24032	2,1974	3,1872	1,00	5,00
	CHP	412	2,5777	1,30367	,06423	2,4514	2,7039	1,00	5,00
	HDP	87	2,3908	1,29719	,13907	2,1143	2,6673	1,00	4,00
	MHP	249	2,9317	1,21456	,07697	2,7801	3,0833	1,00	5,00
	SP	15	2,6667	,89974	,23231	2,1684	3,1649	1,00	4,00
	Diğer	17	2,5294	1,17886	,28592	1,9233	3,1355	1,00	4,00
	Oy Kullanmadım	248	2,6089	1,27743	,08112	2,4491	2,7686	1,00	5,00
	Total	1909	2,7837	1,23235	,02821	2,7283	2,8390	1,00	5,00
S27	Ak Parti	844	2,7299	1,21693	,04189	2,6476	2,8121	1,00	5,00
	BBP	25	2,2800	1,20830	,24166	1,7812	2,7788	1,00	4,00
	CHP	412	2,7985	1,27132	,06263	2,6754	2,9217	1,00	5,00
	HDP	92	2,8152	1,30029	,13556	2,5459	3,0845	1,00	5,00
	MHP	247	2,8826	1,20904	,07693	2,7311	3,0341	1,00	5,00
	SP	16	2,2500	1,06458	,26615	1,6827	2,8173	1,00	4,00
	Diğer	17	2,7059	1,21268	,29412	2,0824	3,3294	1,00	4,00
	Oy Kullanmadım	249	2,5984	1,24084	,07863	2,4435	2,7533	1,00	5,00
	Total	1902	2,7413	1,23612	,02834	2,6857	2,7969	1,00	5,00
S28	Ak Parti	842	2,4893	1,34102	,04621	2,3986	2,5800	1,00	5,00
	BBP	27	2,6667	1,38675	,26688	2,1181	3,2152	1,00	5,00
	CHP	411	2,8297	1,35257	,06672	2,6985	2,9608	1,00	5,00
	HDP	92	3,0217	1,27511	,13294	2,7577	3,2858	1,00	5,00
	MHP	254	2,7087	1,31342	,08241	2,5464	2,8710	1,00	5,00
	SP	15	2,4000	1,18322	,30551	1,7448	3,0552	1,00	4,00
	Diğer	16	2,8750	1,20416	,30104	2,2333	3,5167	1,00	4,00
	Oy Kullanmadım	248	2,5323	1,37022	,08701	2,3609	2,7036	1,00	5,00
	Total	1905	2,6283	1,34705	,03086	2,5678	2,6889	1,00	5,00
S29	Ak Parti	850	2,9894	1,08687	,03728	2,9162	3,0626	1,00	5,00
	BBP	26	2,7692	1,06987	,20982	2,3371	3,2014	1,00	4,00
	CHP	402	2,6617	1,21502	,06060	2,5426	2,7808	1,00	5,00
	HDP	88	2,2727	1,16192	,12386	2,0265	2,5189	1,00	4,00
	MHP	242	3,0661	1,12486	,07231	2,9237	3,2086	1,00	5,00
	SP	14	2,8571	1,02711	,27451	2,2641	3,4502	1,00	5,00
	Diğer	16	2,7500	1,29099	,32275	2,0621	3,4379	1,00	4,00
	Oy Kullanmadım	246	2,5894	1,15269	,07349	2,4447	2,7342	1,00	5,00
	Total	1884	2,8376	1,15185	,02654	2,7855	2,8896	1,00	5,00

Test of Homogeneity of Variances

	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
S25	4,522	7	1997	,000
S26	7,649	7	1901	,000
S27	1,042	7	1894	,399
S28	1,815	7	1897	,080
S29	6,178	7	1876	,000

ANOVA

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
S25	Between Groups	209,636	7	29,948	18,338	,000
	Within Groups	3261,250	1997	1,633		
	Total	3470,886	2004			
S26	Between Groups	66,458	7	9,494	6,375	,000
	Within Groups	2831,192	1901	1,489		
	Total	2897,650	1908			
S27	Between Groups	21,183	7	3,026	1,988	,053
	Within Groups	2883,549	1894	1,522		
	Total	2904,732	1901			
S28	Between Groups	52,898	7	7,557	4,214	,000
	Within Groups	3401,971	1897	1,793		
	Total	3454,869	1904			
S29	Between Groups	88,146	7	12,592	9,801	,000
	Within Groups	2410,154	1876	1,285		
	Total	2498,299	1883			

Tablo 14: Televizyonun Güvenilirliği ve Siyasal Tercih Çoklu Karşılaştırma Tablosu

Multiple Comparisons

S25
Tamhane

(I) S91	(J) S91	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
Ak Parti	BBP	,26467	,23833	1,000	-,5509	1,0802
	CHP	,62559*	,07702	,000	,3847	,8664
	HDP	1,10222*	,13923	,000	,6572	1,5473
	MHP	,18706	,08994	,664	-,0951	,4692
	SP	,17542	,29841	1,000	-,9292	1,2801
	Diğer	,64601	,28809	,670	-,4199	1,7119
	Oy Kullanmadım	,57353*	,09110	,000	,2876	,8594
BBP	Ak Parti	-,26467	,23833	1,000	-1,0802	,5509
	CHP	,36092	,24367	,989	-,4661	1,1879
	HDP	,83755	,26986	,086	-,0536	1,7287
	MHP	-,07762	,24805	1,000	-,9145	,7593
	SP	-,08925	,37748	1,000	-1,3633	1,1848
	Diğer	,38134	,36937	1,000	-,8625	1,6252
	Oy Kullanmadım	,30885	,24848	,999	-,5290	1,1467
CHP	Ak Parti	-,62559*	,07702	,000	-,8664	-,3847
	BBP	-,36092	,24367	,989	-1,1879	,4661
	HDP	,47663*	,14818	,044	,0055	,9477
	MHP	-,43854*	,10325	,001	-,7618	-,1152
	SP	-,45017	,30269	,991	-1,5594	,6590
	Diğer	,02042	,29252	1,000	-1,0503	1,0911
	Oy Kullanmadım	-,05207	,10427	1,000	-,3786	,2745
HDP	Ak Parti	-1,10222*	,13923	,000	-1,5473	-,6572
	BBP	-,83755	,26986	,086	-1,7287	,0536
	CHP	-,47663*	,14818	,044	-,9477	-,0055
	MHP	-,91517*	,15529	,000	-1,4074	-,4229
	SP	-,92680	,32415	,221	-2,0684	,2148
	Diğer	-,45621	,31468	,992	-1,5611	,6487
	Oy Kullanmadım	-,52870*	,15597	,024	-1,0230	-,0344
MHP	Ak Parti	-,18706	,08994	,664	-,4692	,0951
	BBP	,07762	,24805	1,000	-,7593	,9145
	CHP	,43854*	,10325	,001	,1152	,7618
	HDP	,91517*	,15529	,000	,4229	1,4074
	SP	-,01163	,30623	1,000	-1,1252	1,1019
	Diğer	,45896	,29618	,984	-,6163	1,5342
	Oy Kullanmadım	,38647*	,11415	,021	,0289	,7441
SP	Ak Parti	-,17542	,29841	1,000	-1,2801	,9292
	BBP	,08925	,37748	1,000	-1,1848	1,3633
	CHP	,45017	,30269	,991	-,6590	1,5594
	HDP	,92680	,32415	,221	-,2148	2,0684
	MHP	,01163	,30623	1,000	-1,1019	1,1252
	Diğer	,47059	,41071	1,000	-,9254	1,8666
	Oy Kullanmadım	,39810	,30658	,999	-,7159	1,5121
Diğer	Ak Parti	-,64601	,28809	,670	-1,7119	,4199
	BBP	-,38134	,36937	1,000	-1,6252	,8625
	CHP	-,02042	,29252	1,000	-1,0911	1,0503
	HDP	,45621	,31468	,992	-,6487	1,5611
	MHP	-,45896	,29618	,984	-1,5342	,6163
	SP	-,47059	,41071	1,000	-1,8666	,9254
	Oy Kullanmadım	-,07249	,29654	1,000	-1,1482	1,0032
Oy Kullanmadım	Ak Parti	-,57353*	,09110	,000	-,8594	-,2876
	BBP	-,30885	,24848	,999	-1,1467	,5290
	CHP	,05207	,10427	1,000	-,2745	,3786
	HDP	,52870*	,15597	,024	,0344	1,0230
	MHP	-,38647*	,11415	,021	-,7441	-,0289
	SP	-,39810	,30658	,999	-1,5121	,7159
	Diğer	,07249	,29654	1,000	-1,0032	1,1482

*. The mean difference is significant at the 0.05 level.

Tablo 15: Gazetenin Güvenilirliği ve Siyasal Tercih Çoklu Karşılaştırma Tablosu

Multiple Comparisons

S26
Tamhane

(I) S91	(J) S91	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
Ak Parti	BBP	,24804	,24356	1,000	-,5958	1,0919
	CHP	,36268*	,07548	,000	,1266	,5988
	HDP	,54955*	,14462	,007	,0865	1,0125
	MHP	,00862	,08658	1,000	-,2631	,2803
	SP	,27368	,23567	1,000	-,6184	1,1658
	Diğer	,41094	,28865	,995	-,6576	1,4794
	Oy Kullanmadım	,33148*	,09029	,008	,0481	,6149
BBP	Ak Parti	-,24804	,24356	1,000	-1,0919	,5958
	CHP	,11464	,24875	1,000	-,7396	,9688
	HDP	,30150	,27766	1,000	-,6207	1,2237
	MHP	-,23942	,25234	1,000	-1,1012	,6223
	SP	,02564	,33425	1,000	-1,0977	1,1490
	Diğer	,16290	,37350	1,000	-1,0958	1,4216
	Oy Kullanmadım	,08344	,25364	1,000	-,7811	,9480
CHP	Ak Parti	-,36268*	,07548	,000	-,5988	-,1266
	BBP	-,11464	,24875	1,000	-,9688	,7396
	HDP	,18687	,15319	,999	-,3009	,6747
	MHP	-,35406*	,10025	,012	-,6680	-,0401
	SP	-,08900	,24103	1,000	-,9853	,8073
	Diğer	,04826	,29304	1,000	-1,0250	1,1215
	Oy Kullanmadım	-,03120	,10347	1,000	-,3553	,2929
HDP	Ak Parti	-,54955*	,14462	,007	-1,0125	-,0865
	BBP	-,30150	,27766	1,000	-1,2237	,6207
	CHP	-,18687	,15319	,999	-,6747	,3009
	MHP	-,54092*	,15895	,024	-1,0458	-,0361
	SP	-,27586	,27076	1,000	-1,2183	,6666
	Diğer	-,13861	,31794	1,000	-1,2511	,9738
	Oy Kullanmadım	-,21807	,16100	,996	-,7290	,2929
MHP	Ak Parti	-,00862	,08658	1,000	-,2803	,2631
	BBP	,23942	,25234	1,000	-,6223	1,1012
	CHP	,35406*	,10025	,012	,0401	,6680
	HDP	,54092*	,15895	,024	,0361	1,0458
	SP	,26506	,24473	1,000	-,6350	1,1651
	Diğer	,40232	,29609	,997	-,6746	1,4793
	Oy Kullanmadım	,32286	,11182	,108	-,0275	,6732
SP	Ak Parti	-,27368	,23567	1,000	-1,1658	,6184
	BBP	-,02564	,33425	1,000	-1,1490	1,0977
	CHP	,08900	,24103	1,000	-,8073	,9853
	HDP	,27586	,27076	1,000	-,6666	1,2183
	MHP	-,26506	,24473	1,000	-1,1651	,6350
	Diğer	,13725	,36840	1,000	-1,1246	1,3991
	Oy Kullanmadım	,05780	,24607	1,000	-,8438	,9594
Diğer	Ak Parti	-,41094	,28865	,995	-1,4794	,6576
	BBP	-,16290	,37350	1,000	-1,4216	1,0958
	CHP	-,04826	,29304	1,000	-1,1215	1,0250
	HDP	,13861	,31794	1,000	-,9738	1,2511
	MHP	-,40232	,29609	,997	-1,4793	,6746
	SP	-,13725	,36840	1,000	-1,3991	1,1246
	Oy Kullanmadım	-,07946	,29720	1,000	-1,1578	,9989
Oy Kullanmadım	Ak Parti	-,33148*	,09029	,008	-,6149	-,0481
	BBP	-,08344	,25364	1,000	-,9480	,7811
	CHP	,03120	,10347	1,000	-,2929	,3553
	HDP	,21807	,16100	,996	-,2929	,7290
	MHP	-,32286	,11182	,108	-,6732	,0275
	SP	-,05780	,24607	1,000	-,9594	,8438
	Diğer	,07946	,29720	1,000	-,9989	1,1578

*. The mean difference is significant at the 0.05 level.

Tablo 16: Sosyal Medyanın Güvenilirliği ve Siyasal Tercih Çoklu Karşılaştırma Tablosu

Multiple Comparisons

S28
Bonferroni

(I) S91	(J) S91	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
Ak Parti	BBP	-,17736	,26182	1,000	-,9964	,6417
	CHP	-,34037*	,08058	,001	-,5924	-,0883
	HDP	-,53243*	,14705	,008	-,9924	-,0724
	MHP	-,21935	,09587	,623	-,5192	,0805
	SP	,08931	,34884	1,000	-1,0019	1,1805
	Diğer	-,38569	,33796	1,000	-1,4429	,6715
	Oy Kullanmadım	-,04295	,09675	1,000	-,3456	,2597
BBP	Ak Parti	,17736	,26182	1,000	-,6417	,9964
	CHP	-,16302	,26605	1,000	-,9953	,6692
	HDP	-,35507	,29311	1,000	-1,2720	,5618
	MHP	-,04199	,27107	1,000	-,8900	,8060
	SP	,26667	,43125	1,000	-1,0824	1,6157
	Diğer	-,20833	,42250	1,000	-1,5300	1,1133
	Oy Kullanmadım	,13441	,27139	1,000	-,7145	,9834
CHP	Ak Parti	,34037*	,08058	,001	,0883	,5924
	BBP	,16302	,26605	1,000	-,6692	,9953
	HDP	-,19206	,15445	1,000	-,6752	,2911
	MHP	,12102	,10688	1,000	-,2133	,4554
	SP	,42968	,35202	1,000	-,6715	1,5309
	Diğer	-,04532	,34124	1,000	-1,1128	1,0222
	Oy Kullanmadım	,29743	,10768	,162	-,0394	,6343
HDP	Ak Parti	,53243*	,14705	,008	,0724	,9924
	BBP	,35507	,29311	1,000	-,5618	1,2720
	CHP	,19206	,15445	1,000	-,2911	,6752
	MHP	,31308	,16295	1,000	-,1967	,8228
	SP	,62174	,37289	1,000	-,5447	1,7882
	Diğer	,14674	,36274	1,000	-,9880	1,2814
	Oy Kullanmadım	,48948	,16348	,078	-,0219	1,0009
MHP	Ak Parti	,21935	,09587	,623	-,0805	,5192
	BBP	,04199	,27107	1,000	-,8060	,8900
	CHP	-,12102	,10688	1,000	-,4554	,2133
	HDP	-,31308	,16295	1,000	-,8228	,1967
	SP	,30866	,35583	1,000	-,8044	1,4218
	Diğer	-,16634	,34517	1,000	-1,2461	,9134
	Oy Kullanmadım	,17640	,11955	1,000	-,1976	,5504
SP	Ak Parti	-,08931	,34884	1,000	-1,1805	1,0019
	BBP	-,26667	,43125	1,000	-1,6157	1,0824
	CHP	-,42968	,35202	1,000	-1,5309	,6715
	HDP	-,62174	,37289	1,000	-1,7882	,5447
	MHP	-,30866	,35583	1,000	-1,4218	,8044
	Diğer	-,47500	,48129	1,000	-1,9806	1,0306
	Oy Kullanmadım	-,13226	,35607	1,000	-1,2461	,9816
Diğer	Ak Parti	,38569	,33796	1,000	-,6715	1,4429
	BBP	,20833	,42250	1,000	-1,1133	1,5300
	CHP	,04532	,34124	1,000	-1,0222	1,1128
	HDP	-,14674	,36274	1,000	-1,2814	,9880
	MHP	,16634	,34517	1,000	-,9134	1,2461
	SP	,47500	,48129	1,000	-1,0306	1,9806
	Oy Kullanmadım	,34274	,34542	1,000	-,7378	1,4233
Oy Kullanmadım	Ak Parti	,04295	,09675	1,000	-,2597	,3456
	BBP	-,13441	,27139	1,000	-,9834	,7145
	CHP	-,29743	,10768	,162	-,6343	,0394
	HDP	-,48948	,16348	,078	-1,0009	,0219
	MHP	-,17640	,11955	1,000	-,5504	,1976
	SP	,13226	,35607	1,000	-,9816	1,2461
	Diğer	-,34274	,34542	1,000	-1,4233	,7378

*. The mean difference is significant at the 0.05 level.

Tablo 17: Radyonun Güvenilirliği ve Siyasal Tercih Çoklu Karşılaştırma Tablosu

Multiple Comparisons

S29
Tamhane

(I) S91	(J) S91	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
Ak Parti	BBP	,22018	,21310	1,000	-,5174	,9578
	CHP	,32772*	,07115	,000	,1052	,5503
	HDP	,71668*	,12935	,000	,3029	1,1305
	MHP	-,07670	,08135	1,000	-,3320	,1786
	SP	,13227	,27703	1,000	-,9385	1,2030
	Diğer	,23941	,32489	1,000	-,9809	1,4597
	Oy Kullanmadım	,39998*	,08241	,000	,1413	,6586
BBP	Ak Parti	-,22018	,21310	1,000	-,9578	,5174
	CHP	,10754	,21839	1,000	-,6408	,8558
	HDP	,49650	,24365	,745	-,3118	1,3048
	MHP	-,29688	,22193	,997	-1,0527	,4590
	SP	-,08791	,34551	1,000	-1,2786	1,1028
	Diğer	,01923	,38495	1,000	-1,3089	1,3473
	Oy Kullanmadım	,17980	,22232	1,000	-,5769	,9365
CHP	Ak Parti	-,32772*	,07115	,000	-,5503	-,1052
	BBP	-,10754	,21839	1,000	-,8558	,6408
	HDP	,38896	,13789	,144	-,0497	,8276
	MHP	-,40442*	,09434	,001	-,6999	-,1089
	SP	-,19545	,28111	1,000	-1,2678	,8769
	Diğer	-,08831	,32839	1,000	-1,3115	1,1349
	Oy Kullanmadım	,07226	,09526	1,000	-,2261	,3706
HDP	Ak Parti	-,71668*	,12935	,000	-1,1305	-,3029
	BBP	-,49650	,24365	,745	-1,3048	,3118
	CHP	-,38896	,13789	,144	-,8276	,0497
	MHP	-,79339*	,14342	,000	-1,2485	-,3383
	SP	-,58442	,30116	,859	-1,6767	,5079
	Diğer	-,47727	,34570	,997	-1,7215	,7669
	Oy Kullanmadım	-,31670	,14402	,566	-,7736	,1402
MHP	Ak Parti	,07670	,08135	1,000	-,1786	,3320
	BBP	,29688	,22193	,997	-,4590	1,0527
	CHP	,40442*	,09434	,001	,1089	,6999
	HDP	,79339*	,14342	,000	,3383	1,2485
	SP	,20897	,28387	1,000	-,8650	1,2830
	Diğer	,31612	,33075	1,000	-,9093	1,5415
	Oy Kullanmadım	,47668*	,10310	,000	,1536	,7998
SP	Ak Parti	-,13227	,27703	1,000	-1,2030	,9385
	BBP	,08791	,34551	1,000	-1,1028	1,2786
	CHP	,19545	,28111	1,000	-,8769	1,2678
	HDP	,58442	,30116	,859	-,5079	1,6767
	MHP	-,20897	,28387	1,000	-1,2830	,8650
	Diğer	,10714	,42370	1,000	-1,3526	1,5669
	Oy Kullanmadım	,26771	,28417	1,000	-,8065	1,3419
Diğer	Ak Parti	-,23941	,32489	1,000	-1,4597	,9809
	BBP	-,01923	,38495	1,000	-1,3473	1,3089
	CHP	,08831	,32839	1,000	-1,1349	1,3115
	HDP	,47727	,34570	,997	-,7669	1,7215
	MHP	-,31612	,33075	1,000	-1,5415	,9093
	SP	-,10714	,42370	1,000	-1,5669	1,3526
	Oy Kullanmadım	,16057	,33101	1,000	-1,0651	1,3862
Oy Kullanmadım	Ak Parti	-,39998*	,08241	,000	-,6586	-,1413
	BBP	-,17980	,22232	1,000	-,9365	,5769
	CHP	-,07226	,09526	1,000	-,3706	,2261
	HDP	,31670	,14402	,566	-,1402	,7736
	MHP	-,47668*	,10310	,000	-,7998	-,1536
	SP	-,26771	,28417	1,000	-1,3419	,8065
	Diğer	-,16057	,33101	1,000	-1,3862	1,0651

*. The mean difference is significant at the 0.05 level.

Tablo 18: Televizyon Kanallarının Taraflılığı ve Siyasal Tercih ANOVA Sonuçları

Descriptives

		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
						Lower Bound	Upper Bound		
R30	Ak Parti	890	4,0966	1,09898	,03684	4,0243	4,1689	1,00	5,00
	BBP	29	4,2759	,92182	,17118	3,9252	4,6265	1,00	5,00
	CHP	435	4,6713	,70546	,03382	4,6048	4,7377	1,00	5,00
	HDP	100	4,7400	,62957	,06296	4,6151	4,8649	2,00	5,00
	MHP	259	4,6178	,70204	,04362	4,5319	4,7037	2,00	5,00
	SP	17	4,1176	,78121	,18947	3,7160	4,5193	3,00	5,00
	Diğer	17	4,5294	,62426	,15141	4,2084	4,8504	3,00	5,00
	Oy Kullanmadım	258	4,4457	,98971	,06162	4,3244	4,5671	1,00	5,00
	Total	2005	4,3721	,97022	,02167	4,3296	4,4146	1,00	5,00
R31	Ak Parti	883	4,4983	,90272	,03038	4,4387	4,5579	1,00	5,00
	BBP	27	4,2963	,82345	,15847	3,9706	4,6220	2,00	5,00
	CHP	428	3,3668	1,37168	,06630	3,2365	3,4971	1,00	5,00
	HDP	94	3,5532	1,35692	,13996	3,2753	3,8311	1,00	5,00
	MHP	251	4,1235	1,10122	,06951	3,9866	4,2604	1,00	5,00
	SP	16	3,9375	,92871	,23218	3,4426	4,4324	2,00	5,00
	Diğer	17	3,5882	1,06412	,25809	3,0411	4,1354	2,00	5,00
	Oy Kullanmadım	256	3,9844	1,23024	,07689	3,8330	4,1358	1,00	5,00
	Total	1972	4,0781	1,19994	,02702	4,0251	4,1311	1,00	5,00
R37	Ak Parti	871	4,1848	1,19733	,04057	4,1052	4,2645	1,00	5,00
	BBP	25	4,2000	,86603	,17321	3,8425	4,5575	2,00	5,00
	CHP	421	4,7126	,73391	,03577	4,6423	4,7829	1,00	5,00
	HDP	94	4,7021	,84025	,08666	4,5300	4,8742	1,00	5,00
	MHP	247	4,6964	,69909	,04448	4,6087	4,7840	2,00	5,00
	SP	17	4,2353	,97014	,23529	3,7365	4,7341	2,00	5,00
	Diğer	17	4,6471	,70189	,17023	4,2862	5,0079	3,00	5,00
	Oy Kullanmadım	251	4,4382	,98345	,06207	4,3160	4,5605	1,00	5,00
	Total	1943	4,4267	1,02876	,02334	4,3809	4,4724	1,00	5,00
R41	Ak Parti	854	4,3126	1,02691	,03514	4,2437	4,3816	1,00	5,00
	BBP	27	4,4444	1,05003	,20208	4,0291	4,8598	1,00	5,00
	CHP	413	4,0218	1,34273	,06607	3,8919	4,1517	1,00	5,00
	HDP	94	4,1277	1,17532	,12123	3,8869	4,3684	1,00	5,00
	MHP	251	4,4900	,96483	,06090	4,3701	4,6100	1,00	5,00
	SP	17	3,8824	1,05370	,25556	3,3406	4,4241	2,00	5,00
	Diğer	17	4,1176	,99262	,24075	3,6073	4,6280	2,00	5,00
	Oy Kullanmadım	247	4,2591	1,06957	,06805	4,1251	4,3932	1,00	5,00
	Total	1920	4,2536	1,11634	,02548	4,2037	4,3036	1,00	5,00

Test of Homogeneity of Variances

	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
R30	16,697	7	1997	,000
R31	32,364	7	1964	,000
R37	29,019	7	1935	,000
R41	7,675	7	1912	,000

ANOVA

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
R30	Between Groups	138,824	7	19,832	22,662	,000
	Within Groups	1747,612	1997	,875		
	Total	1886,436	2004			
R31	Between Groups	406,790	7	58,113	46,946	,000
	Within Groups	2431,184	1964	1,238		
	Total	2837,974	1971			
R37	Between Groups	113,215	7	16,174	16,115	,000
	Within Groups	1942,084	1935	1,004		
	Total	2055,299	1942			
R41	Between Groups	44,341	7	6,334	5,160	,000
	Within Groups	2347,134	1912	1,228		
	Total	2391,474	1919			

Tablo 19: ATV Kanalının Siyasi Taraflılık Düzeyi ve Siyasal Tercih Çoklu Karşılaştırma Tablosu

Multiple Comparisons

R30
Tamhane

(I) S91	(J) S91	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
Ak Parti	BBP	-,17923	,17510	1,000	-,7767	,4182
	CHP	-,57464*	,05001	,000	-,7308	-,4184
	HDP	-,64337*	,07294	,000	-,8742	-,4125
	MHP	-,52113*	,05710	,000	-,6998	-,3425
	SP	-,02102	,19302	1,000	-,7309	,6889
	Diğer	-,43278	,15582	,296	-1,0019	,1363
	Oy Kullanmadım	-,34911*	,07179	,000	-,5742	-,1241
BBP	Ak Parti	,17923	,17510	1,000	-,4182	,7767
	CHP	-,39540	,17449	,583	-,9915	,2007
	HDP	-,46414	,18239	,352	-1,0780	,1497
	MHP	-,34190	,17665	,833	-,9427	,2589
	SP	,15822	,25535	1,000	-,6971	1,0135
	Diğer	-,25355	,22853	1,000	-1,0128	,5057
	Oy Kullanmadım	-,16987	,18193	1,000	-,7825	,4428
CHP	Ak Parti	,57464*	,05001	,000	,4184	,7308
	BBP	,39540	,17449	,583	-,2007	,9915
	HDP	-,06874	,07147	1,000	-,2952	,1577
	MHP	,05350	,05520	1,000	-,1194	,2264
	SP	,55362	,19247	,255	-,1557	1,2629
	Diğer	,14185	,15514	1,000	-,4264	,7101
	Oy Kullanmadım	,22553*	,07029	,039	,0050	,4460
HDP	Ak Parti	,64337*	,07294	,000	,4125	,8742
	BBP	,46414	,18239	,352	-,1497	1,0780
	CHP	,06874	,07147	1,000	-,1577	,2952
	MHP	,12224	,07659	,964	-,1197	,3642
	SP	,62235	,19966	,143	-,0961	1,3408
	Diğer	,21059	,16397	,999	-,3705	,7917
	Oy Kullanmadım	,29426*	,08809	,026	,0171	,5714
MHP	Ak Parti	,52113*	,05710	,000	,3425	,6998
	BBP	,34190	,17665	,833	-,2589	,9427
	CHP	-,05350	,05520	1,000	-,2264	,1194
	HDP	-,12224	,07659	,964	-,3642	,1197
	SP	,50011	,19443	,421	-,2114	1,2116
	Diğer	,08835	,15757	1,000	-,4829	,6596
	Oy Kullanmadım	,17202	,07550	,481	-,0646	,4087
SP	Ak Parti	,02102	,19302	1,000	-,6889	,7309
	BBP	-,15822	,25535	1,000	-1,0135	,6971
	CHP	-,55362	,19247	,255	-1,2629	,1557
	HDP	-,62235	,19966	,143	-1,3408	,0961
	MHP	-,50011	,19443	,421	-1,2116	,2114
	Diğer	-,41176	,24254	,947	-1,2396	,4161
	Oy Kullanmadım	-,32809	,19924	,968	-1,0458	,3897
Diğer	Ak Parti	,43278	,15582	,296	-,1363	1,0019
	BBP	,25355	,22853	1,000	-,5057	1,0128
	CHP	-,14185	,15514	1,000	-,7101	,4264
	HDP	-,21059	,16397	,999	-,7917	,3705
	MHP	-,08835	,15757	1,000	-,6596	,4829
	SP	,41176	,24254	,947	-,4161	1,2396
	Oy Kullanmadım	,08368	,16346	1,000	-,4964	,6637
Oy Kullanmadım	Ak Parti	,34911*	,07179	,000	,1241	,5742
	BBP	,16987	,18193	1,000	-,4428	,7825
	CHP	-,22553*	,07029	,039	-,4460	-,0050
	HDP	-,29426*	,08809	,026	-,5714	-,0171
	MHP	-,17202	,07550	,481	-,4087	,0646
	SP	,32809	,19924	,968	-,3897	1,0458
	Diğer	-,08368	,16346	1,000	-,6637	,4964

*. The mean difference is significant at the 0.05 level.

Tablo 20: Fox TV Kanalının Siyasi Taraflılık Düzeyi ve Siyasal Tercih Çoklu Karşılaştırma Tablosu

Multiple Comparisons

R31
Tamhane

(I) S91	(J) S91	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
Ak Parti	BBP	,20200	,16136	,999	-,3536	,7576
	CHP	1,13148*	,07293	,000	,9032	1,3598
	HDP	,94511*	,14321	,000	,4868	1,4034
	MHP	,37480*	,07586	,000	,1366	,6130
	SP	,56080	,23416	,569	-,3174	1,4390
	Diğer	,91007	,25987	,077	-,0538	1,8739
	Oy Kullanmadım	,51393*	,08267	,000	,2542	,7736
BBP	Ak Parti	-,20200	,16136	,999	-,7576	,3536
	CHP	,92947*	,17178	,000	,3512	1,5077
	HDP	,74310*	,21143	,021	,0582	1,4280
	MHP	,17279	,17305	1,000	-,4085	,7541
	SP	,35880	,28110	,999	-,6067	1,3242
	Diğer	,70806	,30286	,533	-,3349	1,7510
	Oy Kullanmadım	,31192	,17614	,915	-,2767	,9005
CHP	Ak Parti	-1,13148*	,07293	,000	-1,3598	-,9032
	BBP	-,92947*	,17178	,000	-1,5077	-,3512
	HDP	-,18637	,15487	,999	-,6785	,3058
	MHP	-,75668*	,09606	,000	-1,0574	-,4560
	SP	-,57068	,24146	,572	-1,4560	,3146
	Diğer	-,22141	,26647	1,000	-1,1925	,7497
	Oy Kullanmadım	-,61755*	,10153	,000	-,9354	-,2997
HDP	Ak Parti	-,94511*	,14321	,000	-1,4034	-,4868
	BBP	-,74310*	,21143	,021	-1,4280	-,0582
	CHP	,18637	,15487	,999	-,3058	,6785
	MHP	-,57031*	,15627	,010	-1,0667	-,0739
	SP	-,38431	,27110	,994	-1,3200	,5514
	Diğer	-,03504	,29359	1,000	-1,0521	,9820
	Oy Kullanmadım	-,43118	,15969	,195	-,9377	,0754
MHP	Ak Parti	-,37480*	,07586	,000	-,6130	-,1366
	BBP	-,17279	,17305	1,000	-,7541	,4085
	CHP	,75668*	,09606	,000	,4560	1,0574
	HDP	,57031*	,15627	,010	,0739	1,0667
	SP	,18601	,24236	1,000	-,7003	1,0724
	Diğer	,53527	,26728	,824	-,4369	1,5074
	Oy Kullanmadım	,13913	,10365	,996	-,1856	,4639
SP	Ak Parti	-,56080	,23416	,569	-1,4390	,3174
	BBP	-,35880	,28110	,999	-1,3242	,6067
	CHP	,57068	,24146	,572	-,3146	1,4560
	HDP	,38431	,27110	,994	-,5514	1,3200
	MHP	-,18601	,24236	1,000	-1,0724	,7003
	Diğer	,34926	,34715	1,000	-,8345	1,5331
	Oy Kullanmadım	-,04688	,24458	1,000	-,9360	,8422
Diğer	Ak Parti	-,91007	,25987	,077	-1,8739	,0538
	BBP	-,70806	,30286	,533	-1,7510	,3349
	CHP	,22141	,26647	1,000	-,7497	1,1925
	HDP	,03504	,29359	1,000	-,9820	1,0521
	MHP	-,53527	,26728	,824	-1,5074	,4369
	SP	-,34926	,34715	1,000	-1,5331	,8345
	Oy Kullanmadım	-,39614	,26930	,992	-1,3709	,5786
Oy Kullanmadım	Ak Parti	-,51393*	,08267	,000	-,7736	-,2542
	BBP	-,31192	,17614	,915	-,9005	,2767
	CHP	,61755*	,10153	,000	,2997	,9354
	HDP	,43118	,15969	,195	-,0754	,9377
	MHP	-,13913	,10365	,996	-,4639	,1856
	SP	,04688	,24458	1,000	-,8422	,9360
	Diğer	,39614	,26930	,992	-,5786	1,3709

*. The mean difference is significant at the 0.05 level.

Tablo 21: A Haber Kanalının Siyasi Taraflılık Düzeyi ve Siyasal Tercih Çoklu Karşılaştırma Tablosu

Multiple Comparisons

R37
Tamhane

(I) S91	(J) S91	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
Ak Parti	BBP	-,01515	,17789	1,000	-,6306	,6003
	CHP	-,52774*	,05409	,000	-,6967	-,3588
	HDP	-,51728*	,09569	,000	-,8214	-,2132
	MHP	-,51151*	,06020	,000	-,6999	-,3232
	SP	-,05045	,23877	1,000	-,9310	,8301
	Diğer	-,46221	,17500	,375	-1,1018	,1774
	Oy Kullanmadım	-,25340*	,07416	,019	-,4858	-,0210
BBP	Ak Parti	,01515	,17789	1,000	-,6003	,6306
	CHP	-,51259	,17686	,190	-1,1261	,1009
	HDP	-,50213	,19368	,318	-1,1526	,1483
	MHP	-,49636	,17883	,242	-1,1137	,1210
	SP	-,03529	,29217	1,000	-1,0288	,9582
	Diğer	-,44706	,24286	,881	-1,2598	,3657
	Oy Kullanmadım	-,23825	,18399	,998	-,8663	,3898
CHP	Ak Parti	,52774*	,05409	,000	,3588	,6967
	BBP	,51259	,17686	,190	-,1009	1,1261
	HDP	,01046	,09376	1,000	-,2880	,3090
	MHP	,01623	,05708	1,000	-,1625	,1950
	SP	,47729	,23800	,830	-,4025	1,3571
	Diğer	,06553	,17395	1,000	-,5729	,7039
	Oy Kullanmadım	,27434*	,07164	,004	,0496	,4991
HDP	Ak Parti	,51728*	,09569	,000	,2132	,8214
	BBP	,50213	,19368	,318	-,1483	1,1526
	CHP	-,01046	,09376	1,000	-,3090	,2880
	MHP	,00577	,09741	1,000	-,3035	,3151
	SP	,46683	,25075	,894	-,4296	1,3633
	Diğer	,05507	,19102	1,000	-,6105	,7207
	Oy Kullanmadım	,26388	,10660	,329	-,0730	,6008
MHP	Ak Parti	,51151*	,06020	,000	,3232	,6999
	BBP	,49636	,17883	,242	-,1210	1,1137
	CHP	-,01623	,05708	1,000	-,1950	,1625
	HDP	-,00577	,09741	1,000	-,3151	,3035
	SP	,46106	,23946	,872	-,4203	1,3424
	Diğer	,04930	,17595	1,000	-,5915	,6901
	Oy Kullanmadım	,25811*	,07637	,022	,0187	,4975
SP	Ak Parti	,05045	,23877	1,000	-,8301	,9310
	BBP	,03529	,29217	1,000	-,9582	1,0288
	CHP	-,47729	,23800	,830	-1,3571	,4025
	HDP	-,46683	,25075	,894	-1,3633	,4296
	MHP	-,46106	,23946	,872	-1,3424	,4203
	Diğer	-,41176	,29042	,994	-1,4075	,5839
	Oy Kullanmadım	-,20295	,24334	1,000	-1,0888	,6829
Diğer	Ak Parti	,46221	,17500	,375	-,1774	1,1018
	BBP	,44706	,24286	,881	-,3657	1,2598
	CHP	-,06553	,17395	1,000	-,7039	,5729
	HDP	-,05507	,19102	1,000	-,7207	,6105
	MHP	-,04930	,17595	1,000	-,6901	,5915
	SP	,41176	,29042	,994	-,5839	1,4075
	Oy Kullanmadım	,20881	,18120	1,000	-,4393	,8569
Oy Kullanmadım	Ak Parti	,25340*	,07416	,019	,0210	,4858
	BBP	,23825	,18399	,998	-,3898	,8663
	CHP	-,27434*	,07164	,004	-,4991	-,0496
	HDP	-,26388	,10660	,329	-,6008	,0730
	MHP	-,25811*	,07637	,022	-,4975	-,0187
	SP	,20295	,24334	1,000	-,6829	1,0888
	Diğer	-,20881	,18120	1,000	-,8569	,4393

*. The mean difference is significant at the 0.05 level.

Tablo 22: Halk TV Kanalının Siyasi Taraflılık Düzeyi ve Siyasal Tercih Çoklu Karşılaştırma Tablosu

Multiple Comparisons

R41
Tamhane

(I) S91	(J) S91	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
Ak Parti	BBP	-,13180	,20511	1,000	-,8390	,5754
	CHP	,29085*	,07483	,003	,0567	,5250
	HDP	,18499	,12622	,988	-,2182	,5882
	MHP	-,17739	,07031	,287	-,3979	,0431
	SP	,43029	,25797	,966	-,5247	1,3853
	Diğer	,19500	,24330	1,000	-,7049	1,0949
	Oy Kullanmadım	,05354	,07659	1,000	-,1868	,2939
BBP	Ak Parti	,13180	,20511	1,000	-,5754	,8390
	CHP	,42265	,21261	,798	-,3002	1,1455
	HDP	,31678	,23565	,997	-,4623	1,0959
	MHP	-,04560	,21106	1,000	-,7651	,6739
	SP	,56209	,32580	,936	-,5392	1,6633
	Diğer	,32680	,31432	1,000	-,7318	1,3854
	Oy Kullanmadım	,18534	,21323	1,000	-,5389	,9096
CHP	Ak Parti	-,29085*	,07483	,003	-,5250	-,0567
	BBP	-,42265	,21261	,798	-1,1455	,3002
	HDP	-,10587	,13806	1,000	-,5438	,3320
	MHP	-,46825*	,08986	,000	-,7495	-,1870
	SP	,13944	,26396	1,000	-,8223	1,1012
	Diğer	-,09586	,24965	1,000	-1,0031	,8114
	Oy Kullanmadım	-,23732	,09485	,299	-,5342	,0596
HDP	Ak Parti	-,18499	,12622	,988	-,5882	,2182
	BBP	-,31678	,23565	,997	-1,0959	,4623
	CHP	,10587	,13806	1,000	-,3320	,5438
	MHP	-,36238	,13566	,211	-,7933	,0685
	SP	,24531	,28285	1,000	-,7464	1,2371
	Diğer	,01001	,26954	1,000	-,9301	,9501
	Oy Kullanmadım	-,13145	,13902	1,000	-,5723	,3094
MHP	Ak Parti	,17739	,07031	,287	-,0431	,3979
	BBP	,04560	,21106	1,000	-,6739	,7651
	CHP	,46825*	,08986	,000	,1870	,7495
	HDP	,36238	,13566	,211	-,0685	,7933
	SP	,60769	,26272	,607	-,3525	1,5679
	Diğer	,37239	,24833	,990	-,5332	1,2780
	Oy Kullanmadım	,23093	,09132	,282	-,0552	,5171
SP	Ak Parti	-,43029	,25797	,966	-1,3853	,5247
	BBP	-,56209	,32580	,936	-1,6633	,5392
	CHP	-,13944	,26396	1,000	-1,1012	,8223
	HDP	-,24531	,28285	1,000	-1,2371	,7464
	MHP	-,60769	,26272	,607	-1,5679	,3525
	Diğer	-,23529	,35110	1,000	-1,4289	,9583
	Oy Kullanmadım	-,37676	,26447	,995	-1,3391	,5856
Diğer	Ak Parti	-,19500	,24330	1,000	-1,0949	,7049
	BBP	-,32680	,31432	1,000	-1,3854	,7318
	CHP	,09586	,24965	1,000	-,8114	1,0031
	HDP	-,01001	,26954	1,000	-,9501	,9301
	MHP	-,37239	,24833	,990	-1,2780	,5332
	SP	,23529	,35110	1,000	-,9583	1,4289
	Oy Kullanmadım	-,14146	,25018	1,000	-1,0494	,7665
Oy Kullanmadım	Ak Parti	-,05354	,07659	1,000	-,2939	,1868
	BBP	-,18534	,21323	1,000	-,9096	,5389
	CHP	,23732	,09485	,299	-,0596	,5342
	HDP	,13145	,13902	1,000	-,3094	,5723
	MHP	-,23093	,09132	,282	-,5171	,0552
	SP	,37676	,26447	,995	-,5856	1,3391
	Diğer	,14146	,25018	1,000	-,7665	1,0494

*. The mean difference is significant at the 0.05 level.

Tablo 23: Siyasal Aidiyet Düzeyi ve Siyasal Tercih ANOVA Sonuçları

Descriptives

siyasiaidiyet

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
Ak Parti	910	3,2723	,86480	,02867	3,2160	3,3285	1,00	5,00
BBP	29	2,9889	,77067	,14311	2,6958	3,2821	2,00	5,00
CHP	440	3,0939	,83533	,03982	3,0157	3,1722	1,00	5,00
HDP	96	3,2397	,79929	,08158	3,0777	3,4016	1,46	5,00
MHP	267	2,9864	,84069	,05145	2,8851	3,0877	1,00	5,00
SP	18	2,6392	,76947	,18137	2,2566	3,0219	1,58	4,62
Diğer	16	3,0172	,88412	,22103	2,5461	3,4883	1,62	5,00
Oy Kullanmadım	259	2,5449	,84626	,05258	2,4414	2,6485	1,00	5,00
Total	2035	3,0905	,87976	,01950	3,0522	3,1287	1,00	5,00

Test of Homogeneity of Variances

siyasiaidiyet

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
,666	7	2027	,701

ANOVA

siyasiaidiyet

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	116,251	7	16,607	23,088	,000
Within Groups	1458,021	2027	,719		
Total	1574,272	2034			

Tablo 24: Siyasal Aidiyet Düzeyi ve Siyasal Tercih Çoklu Karşılaştırma Tablosu

Multiple Comparisons

siyasiaidiyet
Bonferroni

(I) S91	(J) S91	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
Ak Parti	BBP	,28333	,15998	1,000	-,2171	,7837
	CHP	,17833*	,04925	,008	,0243	,3324
	HDP	,03261	,09101	1,000	-,2521	,3173
	MHP	,28591*	,05903	,000	,1013	,4705
	SP	,63304*	,20187	,049	,0016	1,2645
	Diğer	,25505	,21388	1,000	-,4140	,9241
	Oy Kullanmadım	,72736*	,05973	,000	,5405	,9142
BBP	Ak Parti	-,28333	,15998	1,000	-,7837	,2171
	CHP	-,10500	,16260	1,000	-,6136	,4036
	HDP	-,25073	,17971	1,000	-,8128	,3114
	MHP	,00258	,16582	1,000	-,5161	,5213
	SP	,34970	,25449	1,000	-,4463	1,1457
	Diğer	-,02828	,26412	1,000	-,8544	,7979
	Oy Kullanmadım	,44403	,16607	,212	-,0754	,9635
CHP	Ak Parti	-,17833*	,04925	,008	-,3324	-,0243
	BBP	,10500	,16260	1,000	-,4036	,6136
	HDP	-,14573	,09554	1,000	-,4446	,1531
	MHP	,10758	,06579	1,000	-,0982	,3134
	SP	,45470	,20395	,725	-,1832	1,0926
	Diğer	,07672	,21585	1,000	-,5984	,7519
	Oy Kullanmadım	,54903*	,06642	,000	,3413	,7568
HDP	Ak Parti	-,03261	,09101	1,000	-,3173	,2521
	BBP	,25073	,17971	1,000	-,3114	,8128
	CHP	,14573	,09554	1,000	-,1531	,4446
	MHP	,25330	,10093	,341	-,0624	,5690
	SP	,60043	,21784	,165	-,0809	1,2818
	Diğer	,22245	,22902	1,000	-,4939	,9388
	Oy Kullanmadım	,69476*	,10134	,000	,3778	1,0117
MHP	Ak Parti	-,28591*	,05903	,000	-,4705	-,1013
	BBP	-,00258	,16582	1,000	-,5213	,5161
	CHP	-,10758	,06579	1,000	-,3134	,0982
	HDP	-,25330	,10093	,341	-,5690	,0624
	SP	,34713	,20653	1,000	-,2989	,9931
	Diğer	-,03086	,21829	1,000	-,7136	,6519
	Oy Kullanmadım	,44145*	,07397	,000	,2101	,6728
SP	Ak Parti	-,63304*	,20187	,049	-1,2645	-,0016
	BBP	-,34970	,25449	1,000	-1,1457	,4463
	CHP	-,45470	,20395	,725	-1,0926	,1832
	HDP	-,60043	,21784	,165	-1,2818	,0809
	MHP	-,34713	,20653	1,000	-,9931	,2989
	Diğer	-,37798	,29141	1,000	-1,2895	,5335
	Oy Kullanmadım	,09433	,20673	1,000	-,5523	,7410
Diğer	Ak Parti	-,25505	,21388	1,000	-,9241	,4140
	BBP	,02828	,26412	1,000	-,7979	,8544
	CHP	-,07672	,21585	1,000	-,7519	,5984
	HDP	-,22245	,22902	1,000	-,9388	,4939
	MHP	,03086	,21829	1,000	-,6519	,7136
	SP	,37798	,29141	1,000	-,5335	1,2895
	Oy Kullanmadım	,47231	,21848	,861	-,2111	1,1557
Oy Kullanmadım	Ak Parti	-,72736*	,05973	,000	-,9142	-,5405
	BBP	-,44403	,16607	,212	-,9635	,0754
	CHP	-,54903*	,06642	,000	-,7568	-,3413
	HDP	-,69476*	,10134	,000	-1,0117	-,3778
	MHP	-,44145*	,07397	,000	-,6728	-,2101
	SP	-,09433	,20673	1,000	-,7410	,5523
	Diğer	-,47231	,21848	,861	-1,1557	,2111

*. The mean difference is significant at the 0.05 level.

Tablo 25: Siyasal Kutupsallaşma Düzeyi ve Siyasal Tercih ANOVA Sonuçları

Descriptives

siyasikutup

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
Ak Parti	907	2,7941	,62354	,02070	2,7535	2,8348	1,00	5,00
BBP	29	2,8311	,81570	,15147	2,5209	3,1414	1,00	4,82
CHP	434	3,0750	,59396	,02851	3,0190	3,1310	1,00	5,00
HDP	94	3,0848	,59550	,06142	2,9629	3,2068	1,00	5,00
MHP	258	2,8538	,52838	,03290	2,7890	2,9186	1,00	4,82
SP	19	2,9541	,62441	,14325	2,6531	3,2550	1,64	4,36
Diğer	16	3,1172	,50578	,12644	2,8477	3,3867	2,30	4,36
Oy Kullanmadım	257	2,8319	,47855	,02985	2,7731	2,8907	1,18	5,00
Total	2014	2,8853	,60087	,01339	2,8590	2,9115	1,00	5,00

Test of Homogeneity of Variances

siyasikutup

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
3,310	7	2006	,002

ANOVA

siyasikutup

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	28,925	7	4,132	11,878	,000
Within Groups	697,856	2006	,348		
Total	726,781	2013			

Tablo 26: Siyasal Kutupsallaşma Düzeyi ve Siyasal Tercih Çoklu Karşılaştırma Tablosu

Multiple Comparisons

siyasikutup
Tamhane

(I) S91	(J) S91	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
Ak Parti	BBP	-,03701	,15288	1,000	-,5613	,4873
	CHP	-,28087*	,03524	,000	-,3910	-,1707
	HDP	-,29070*	,06482	,000	-,4975	-,0839
	MHP	-,05965	,03887	,977	-,1815	,0622
	SP	-,15994	,14474	1,000	-,6847	,3648
	Diğer	-,32311	,12813	,476	-,8019	,1556
	Oy Kullanmadım	-,03775	,03633	1,000	-,1515	,0760
BBP	Ak Parti	,03701	,15288	1,000	-,4873	,5613
	CHP	-,24386	,15413	,976	-,7708	,2831
	HDP	-,25369	,16345	,979	-,8018	,2944
	MHP	-,02264	,15500	1,000	-,5514	,5061
	SP	-,12293	,20848	1,000	-,8137	,5679
	Diğer	-,28610	,19731	,991	-,9423	,3701
	Oy Kullanmadım	-,00074	,15439	1,000	-,5282	,5267
CHP	Ak Parti	,28087*	,03524	,000	,1707	,3910
	BBP	,24386	,15413	,976	-,2831	,7708
	HDP	-,00983	,06772	1,000	-,2251	,2054
	MHP	,22122*	,04353	,000	,0849	,3575
	SP	,12093	,14606	1,000	-,4056	,6475
	Diğer	-,04224	,12962	1,000	-,5224	,4379
	Oy Kullanmadım	,24312*	,04128	,000	,1139	,3723
HDP	Ak Parti	,29070*	,06482	,000	,0839	,4975
	BBP	,25369	,16345	,979	-,2944	,8018
	CHP	,00983	,06772	1,000	-,2054	,2251
	MHP	,23106*	,06968	,032	,0100	,4522
	SP	,13077	,15586	1,000	-,4124	,6739
	Diğer	-,03240	,14057	1,000	-,5282	,4634
	Oy Kullanmadım	,25295*	,06829	,009	,0360	,4699
MHP	Ak Parti	,05965	,03887	,977	-,0622	,1815
	BBP	,02264	,15500	1,000	-,5061	,5514
	CHP	-,22122*	,04353	,000	-,3575	-,0849
	HDP	-,23106*	,06968	,032	-,4522	-,0100
	SP	-,10029	,14698	1,000	-,6282	,4276
	Diğer	-,26346	,13065	,822	-,7447	,2177
	Oy Kullanmadım	,02190	,04442	1,000	-,1173	,1611
SP	Ak Parti	,15994	,14474	1,000	-,3648	,6847
	BBP	,12293	,20848	1,000	-,5679	,8137
	CHP	-,12093	,14606	1,000	-,6475	,4056
	HDP	-,13077	,15586	1,000	-,6739	,4124
	MHP	,10029	,14698	1,000	-,4276	,6282
	Diğer	-,16317	,19107	1,000	-,8108	,4845
	Oy Kullanmadım	,12219	,14633	1,000	-,4048	,6491
Diğer	Ak Parti	,32311	,12813	,476	-,1556	,8019
	BBP	,28610	,19731	,991	-,3701	,9423
	CHP	,04224	,12962	1,000	-,4379	,5224
	HDP	,03240	,14057	1,000	-,4634	,5282
	MHP	,26346	,13065	,822	-,2177	,7447
	SP	,16317	,19107	1,000	-,4845	,8108
	Oy Kullanmadım	,28535	,12992	,703	-,1951	,7658
Oy Kullanmadım	Ak Parti	,03775	,03633	1,000	-,0760	,1515
	BBP	,00074	,15439	1,000	-,5267	,5282
	CHP	-,24312*	,04128	,000	-,3723	-,1139
	HDP	-,25295*	,06829	,009	-,4699	-,0360
	MHP	-,02190	,04442	1,000	-,1611	,1173
	SP	-,12219	,14633	1,000	-,6491	,4048
	Diğer	-,28535	,12992	,703	-,7658	,1951

*. The mean difference is significant at the 0.05 level.

Tablo 27. Siyasal Tercihlerin Televizyon Kanalı ve Haber Seçimine Etki Tutumu, Siyasal Aidiyet ve Siyasal Kutuplaşma İlişkisi Korelasyon Analizi Sonuçları

Correlations

		siyasiaidiyet	siyasietkimedya	siyasikutup
siyasiaidiyet	Pearson Correlation	1	,459**	,211**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000
	N	2096	2070	2007
siyasietkimedya	Pearson Correlation	,459**	1	,282**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000
	N	2070	2169	2036
siyasikutup	Pearson Correlation	,211**	,282**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	
	N	2007	2036	2057

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

EK-2: ALAN ARAŞTIRMASI ÖLÇEĞİ (SORU FORMU)

SİYASAL GÖRÜŞLERİN MEDYA TERCİHLERİNE ETKİSİ ARAŞTIRMASI

Değerli katılımcılar; bu anket "Düşman Medya Etkisi Çerçevesinde Türkiye'de Siyasi Eğilimler ve Kitle İletişim Araçları Kullanıcılarının Tarafsızlık Algısı" adlı doktora tezinde kullanılmak üzere hazırlanmıştır. Vereceğiniz cevaplar da bu tez için kullanılacaktır. Anketin bu bölümünde medyayı takip etme davranışınızı ölçecek sorular yer almaktadır. Anketin hiçbir sorusunda doğru ya da yanlış cevap yoktur. Hiçbir şeklide kimlik bilgileriniz talep edilmemektedir. Ankete katıldığınız ve samimi cevaplar verdiğiniz için teşekkür ederim.

Selman Selim AKYÜZ
Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Radyo-Televizyon ve Sinema A.B.D. Öğrencisi

A. Siyasi gündemle ilgili haberleri en çok hangi araçtan takip edersiniz?

	Çok Nadir	Nadiren	Ara Sıra	Sık	Çok Sık
1. Televizyon	1	2	3	4	5
2. Gazete	1	2	3	4	5
3. İnternet Haber Siteleri	1	2	3	4	5
4. Sosyal Medya	1	2	3	4	5
5. Radyo	1	2	3	4	5

6. Siyasi gündemle ilgili haberleri en çok hangi televizyon kanallarından takip edersiniz. Lütfen en fazla 3 tanesini belirtiniz:

1.ATV 2.Fox TV 3. Kanal D 4.Kanal 7 5.Show TV
6.Star TV 7.TRT 1 8. Diğer (lütfen belirtiniz…….)

7. Siyasi gündemle ilgili haberleri en çok hangi haber kanallarından takip edersiniz. Lütfen en fazla 3 tanesini belirtiniz:

1. A Haber 2.Akit TV 3.Bengütürk TV 4.CNN Türk 5. Habertürk TV
6. Halk TV 7.Kanal 24 8. Kanal A 9. NTV 10. TGRT Haber 11. TRT Haber 12.TVNet 13. Ulusal Kanal 14. Ülke TV
15. Diğer (…)

	B. Televizyon haberleriyle ilgili görüşlerinizi lütfen belirtiniz: Aşağıdaki her bir madde için yalnızca bir seçeneği işaretlemeniz yeterli olacaktır. Bu soruların hiçbirinin doğru ya da yanlış cevabı yoktur. Aşağıdaki ifadelerle ilgili düşüncenizi uygun numarayı işaretleyerek lütfen belirtiniz.	Tamamen katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Tamamen Katılıyorum
8.	İnsanların siyasal görüşleri televizyon kanallarını izleme tercihlerinde etkilidir.	1	2	3	4	5
9.	Televizyonda takip edeceğim haberleri seçmemde siyasal görüşüm ya da partimin etkisi vardır.	1	2	3	4	5
10.	Televizyonda takip edeceğim haberleri seçmemde kanalın sahibinin siyasi görüşü etkilidir.	1	2	3	4	5
11.	Televizyonda takip ettiğim haber bülteninde karşıt siyasi görüşle ilgili haberlerin yayınlanması beni rahatsız eder.	1	2	3	4	5
12.	Takip ettiğim haber bülteninde karşıt siyasi partinin lideri ya da sözcüsünün yer alması ya da eleştirileri beni rahatsız eder.	1	2	3	4	5
13.	Karşıt siyasi partinin lider ya da sözcüsü televizyonda çıkınca kanal değiştiririm.	1	2	3	4	5
14.	Türkiye'de medyayı haberler açısından güvenilir buluyorum.	1	2	3	4	5
15.	Türkiye'de medyayı haberler açısından taraflı buluyorum.	1	2	3	4	5
16.	Türkiye'de medya, genel olarak, benim siyasi görüşüme karşıt olan tarafı desteklemektedir.	1	2	3	4	5
17.	Türkiye'de Televizyon kanallarındaki siyasi tartışma programlarını sık sık izlerim.	1	2	3	4	5
18.	Tartışma programlarında kendi görüşüme yakın konuşmacıların olması önemlidir.	1	2	3	4	5
19.	Tartışma programlarında karşıt görüş ya da partiden konuşmacıların olması beni rahatsız eder.	1	2	3	4	5

C. Size göre hangi araç haberler konusunda daha taraflıdır?

	Tamamen taraflı	**Kısmen taraflı**	**Kararsızım**	**Kısmen tarafsız**	**Tamamen tarafsız**
20. Televizyon	1	2	3	4	5
21. Gazete	1	2	3	4	5
22. İnternet Haber Siteleri	1	2	3	4	5
23. Sosyal Medya	1	2	3	4	5
24. Radyo	1	2	3	4	5

D. Size göre hangi araç haberler konusunda daha güvenilirdir?

	Hiç güvenilir değil	**Güvenilir**	**Kararsızım**	**Kısmen güvenilir**	**Tamamen güvenilir**
25. Televizyon	1	2	3	4	5
26. Gazete	1	2	3	4	5
27. İnternet Siteleri	1	2	3	4	5
28. Sosyal Medya	1	2	3	4	5
29. Radyo	1	2	3	4	5

E. Aşağıdaki kanalların siyasi olarak taraflılık düzeyini değerlendirir misiniz?

	Tamamen taraflı	Kısmen taraflı	Kararsızım	Kısmen tarafsız	Tamamen tarafsız
30. ATV	1	2	3	4	5
31. Fox TV	1	2	3	4	5
32. Kanal D	1	2	3	4	5
33. Kanal 7	1	2	3	4	5
34. Show TV	1	2	3	4	5
35. Star TV	1	2	3	4	5
36. TRT 1	1	2	3	4	5
37. A Haber	1	2	3	4	5
38. Akit TV	1	2	3	4	5
39. CNN Türk	1	2	3	4	5
40. Haber Türk	1	2	3	4	5
41. Halk TV	1	2	3	4	5
42. Kanal A	1	2	3	4	5
43. Kanal 24	1	2	3	4	5
44. NTV	1	2	3	4	5
45. TGRT Haber	1	2	3	4	5
46. TRT Haber	1	2	3	4	5
47. TVNet	1	2	3	4	5
48. Ulusal Kanal	1	2	3	4	5
49. Ülke TV	1	2	3	4	5

F. Aşağıdaki televizyon kanallarını hangi siyasi partiye yakın gördüğünüzü belirtir misiniz?

	Ak Parti	CHP	HDP	MHP	Diğer (……..)
50. ATV	1	2	3	4	5
51. Fox TV	1	2	3	4	5
52. Kanal D	1	2	3	4	5
53. Kanal 7	1	2	3	4	5
54. Show TV	1	2	3	4	5
55. Star TV	1	2	3	4	5
56. TRT 1	1	2	3	4	5
57. A Haber	1	2	3	4	5
58. Akit TV	1	2	3	4	5
59. CNN Türk	1	2	3	4	5
60. Haber Türk	1	2	3	4	5
61. Halk TV	1	2	3	4	5
62. Kanal A	1	2	3	4	5
63. Kanal 24	1	2	3	4	5
64. NTV	1	2	3	4	5
65. TGRT Haber	1	2	3	4	5
66. TRT Haber	1	2	3	4	5
67. TVNet	1	2	3	4	5
68. Ulusal Kanal	1	2	3	4	5
69. Ülke TV	1	2	3	4	5

	G.Siyasal görüşünüz ve aidiyetiniz konusundaki görüşlerinizi lütfen belirtiniz: Aşağıdaki her bir madde için yalnızca bir seçeneği işaretlemeniz yeterli olacaktır. Bu soruların hiçbirinin doğru ya da yanlış cevabı yoktur. Aşağıdaki ifadelerle ilgili düşüncenizi uygun numarayı işaretleyerek lütfen belirtiniz.	Tamamen Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Tamamen Katılıyorum
70.	Siyasal görüşüm ve partimle ilgili sosyal ortamlarda tartışmaya girerim.	1	2	3	4	5
71.	Siyasal görüşümün sosyal ortamlarda tanıtımını ya da propagandasını yaparım.	1	2	3	4	5
72.	Partimin rozetini takabilirim.	1	2	3	4	5
73.	Kendimi ait hissettiğim partinin toplantı ve mitinglerine katılırım.	1	2	3	4	5
74.	Partimle ilgili haberleri medyadan düzenli olarak takip ederim.	1	2	3	4	5
75.	Partimle ilgili çalışmalara gönüllü olarak katılırım.	1	2	3	4	5
76.	Siyasal görüşümden farklı bir partiye oy verebilirim.	1	2	3	4	5
77.	Oy verdiğim partiden memnun kalmazsam başka bir partiye oy verebilirim.	1	2	3	4	5
78.	Siyasi görüşüm kimliğimin önemli bir parçasıdır.	1	2	3	4	5
79.	Kendimi bir siyasal görüş ya da partiye bağlı hissediyorum.	1	2	3	4	5
80.	Kendimi bir siyasal görüş ya da partiye ait hissettiğim için memnunum.	1	2	3	4	5
81.	Siyasal görüşüm ya da partimdeki insanlarla ortak özelliklere sahibim.	1	2	3	4	5
82.	Şartlar ne olursa olsun sevmediğim/beğenmediğim partiye kesinlik oy vermem.	1	2	3	4	5

H. Kendinizi siyasal görüş ya da ideolojik olarak hangi kimlikle tanımlarsınız?

	Çok zayıf	**Zayıf**	**Kararsızım**	**Güçlü**	**Çok güçlü**
83. İslamcı	1	2	3	4	5
84. Laik/Atatürkçü	1	2	3	4	5
85. Milliyetçi	1	2	3	4	5
86. Muhafazakar	1	2	3	4	5
87. Sosyalist	1	2	3	4	5
88. Sosyal Demokrat	1	2	3	4	5
89.Ulusalcı	1	2	3	4	5

90. 7 Haziran 2015 tarihinde yapılan seçimde hangi partiye oy verdiniz?

1. Ak Parti 2. BBP 3. CHP 4. HDP 5. MHP 6. SP

7. Diğer (Lütfen belirtiniz:……..) 8. Oy kullanmadım

91. 1 Kasım 2015 tarihinde yapılan seçimde hangi partiye oy verdiniz?

1. Ak Parti 2. BBP 3. CHP 4. HDP 5. MHP 6. SP

7. Diğer (Lütfen belirtiniz:……..) 8. Oy kullanmadım

92. 16 Nisan'da yapılacak referandumda tercihiniz ne olacak?

1. Evet 2. Kararsız 3. Hayır 4. Oy kullanmayacağım

	İ. Siyasal kutuplaşma/ayrışma konusundaki görüşlerinizi lütfen belirtiniz: Aşağıdaki her bir madde için yalnızca bir seçeneği işaretlemeniz yeterli olacaktır. Bu soruların hiçbirinin doğru ya da yanlış cevabı yoktur. Aşağıdaki ifadelerle ilgili düşüncenizi uygun numarayı işaretleyerek lütfen belirtiniz.	Tamamen Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Tamamen Katılıyorum
93.	Türkiye'de siyasi anlamda kutuplaşma/ayrışma vardır.	1	2	3	4	5
94.	Karşıt siyasi parti ya da görüşten biriyle arkadaşlık yaparım.	1	2	3	4	5
95.	Karşıt siyasi parti ya da görüşten biriyle birlikte iş yaparım.	1	2	3	4	5
96.	Karşıt siyasi parti ya da görüşten biriyle komşu olurum	1	2	3	4	5
97.	Karşıt siyasi partiden biriyle evlilik bağı kurarım	1	2	3	4	5
98.	Çocuğumun karşıt siyasi parti ya da görüşten birinin çocuğuyla evlenmesini isterim.	1	2	3	4	5
99.	Türkiye'de Laik-muhafazakar/İslamcı kutuplaşması vardır.	1	2	3	4	5
100.	Türkiye'de sağcı-solcu kutuplaşması vardır.	1	2	3	4	5
101.	Türkiye'de Türk-Kürt kutuplaşması vardır.	1	2	3	4	5
102.	Karşıt siyasi görüş ya da partiden biriyle aynı ülkede yaşamayı sorun olarak görüyorum.	1	2	3	4	5
103.	Başka bir siyasi parti ya da taraftarlarınca ötekileştiriliyorum.	1	2	3	4	5

104. Eğitim Durumunuz:

1. İlkokul 2.Ortaokul 3. Lise 4. Üniversite 6.Lisansüstü

105.Cinsiyetiniz:

1. Erkek 2.Kadın

106.Yaşınız: Lütfen belirtin……

107. Mesleğiniz:

1. Çiftçi 2.Emekli 3.Esnaf 4.Ev hanımı 5. İşçi 6.Memur
7.Öğrenci 8.Sağlık çalışanı 9.Serbest meslek 10.Çalışmıyor 11.Diğer
(Lütfen belirtiniz:……..)

108. Ailenizin aylık geliri:

1. 0-1400 TL 2. 1401-2500 TL 3. 2501-4000 TL 4. 4001 TL ve üzeri