

## **MEDYADA SINIFSAI TEMSİL MÜCADELESİ: SURIYELİ MÜLTECİLER ‘YARDIMA MUHTAÇ’ MI ‘UCUZ EMEK’ Mİ?**

**Feray ARTAR<sup>1</sup>**

### **ÖZ**

Farklı siyasal görüşlere yakınlığı ile bilinen 17 ulusal gazetedeeki Suriyeli mülteci temsillerini inceleyen bu içerik analizinde, medyada öne çıkan ‘yardıma muhtaç’ ve ‘ucuz emek’ temsilleri arasındaki sınıfsal farklar ortaya konur. Birisi tüketim diğeri üretim aşamasına ilişkin olan temsiller farklı eşitsizlik kaynakları ve sınıfsal ilişkiler önerir. Yardıma muhtaç temsili ‘zengin’ ve ‘fakirler’ olarak görünen sınıflar arasında barışçıl bir yardım ilişkisi kurarken ucuz emek temsili ‘işçi’ ve ‘burjuva’ sınıfları çatışan çıkarlar ve mücadele içinde görünür. Medyanın, yeterli sayıdaki tekrarlarla genel geçer klişeler yarattığı ve temsil mücadelesinin bir anlamda “normal” olanı belirleme mücadelesi olduğu kabul edildiğinde sınıfsal temsil farklarının sınıfsal bölünmeler ve ilişkiler üzerine farklı klişe ve normlar önererek mücadele ettiği düşünülmelidir.

**Anahtar Kelimeler:** Medya, İdeoloji, Sınıfsal Temsil, Suriyeli Mülteciler

---

<sup>1</sup> Arş. Gör. Dr., Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi, Sosyoloji Bölümü

## THE STRUGGLE OF CLASS REPRESENTATION IN MEDIA: ARE SYRIAN REFUGEES ‘IN NEED OF AID’ OR ‘CHEAP LABOUR’?

### ABSTRACT

This content analysis examines the representation of Syrian refugees in 17 national newspapers known for their affiliation to different political views, revealing the class differences between the ‘in need of aid’ and ‘cheap labour’ representations in the media. The representations, one related to consumption and the other to the production phase, propose different sources of inequality and class relations. In the representation of cheap labour, the ‘worker’ and ‘bourgeois’ classes appear in conflicting interests and struggle while establishing a peaceful charitable relationship between the classes that appear as ‘rich’ and ‘poor’ in representation of in need of aid. When it is accepted that the media creates general valid stereotypes with sufficient number of repetitions and the struggle for representation is a struggle to determine what is “normal”, it should be considered that class representation differences struggle by proposing different stereotypes and norms on class divisions and relationships.

**Keywords:** Media, Ideology, Class Representation, Syrian Refugees

## 1. GİRİŞ

Ortadoğu’da çığ gibi büyüyen “Arap Baharı”, Suriye halkı ile yönetimini karşı karşıya getirerek Nisan 2011’de başlayan zorunlu göç hareketine sebebiyet verdi. Yerlerinden edilen milyonlarca Suriyelinin en fazla sığındığı ülkenin Türkiye olması, konunun medyada geniş bir yer tutmasına neden oldu. 2019 yılında A.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyoloji Ana Bilim Dalı’nda tamamlanan *Suriyeli Mültecilerin Medyadaki Sınıfsal Temsili* isimli doktora tezine dayanan bu makale, Türkiye mediasındaki mülteci temsillerinin sınıfsal yönlerini inceler.

Medyanın, anlamın sosyal inşasında üstlendiği ideolojik rolü kabul eden geniş bir alanyazın vardır. Bu rolün ortaya çıkartılmasına yönelik çabalar medya çalışmaları alanında güçlü olan dilbilimsel/gösterge bilimsel kanattan ziyade sosyolojik kanadın bakış açısını beslemiştir. Medyadaki yeterli sayıda tekrar ile genel geçer klişeler yaratılabileceği düşünülür. Bu çalışmada, medyanın, toplumsal/kolektif anlamların oluşumundaki etkin rolü kabul edilir ve Suriyeli mülteci temsillerindeki sınıfsal klişelerin bir analizi yapılır.

Türkiye mediasında üretilen Suriyeli mülteci temsillerini eleştirel söylem analizine tâbi tutan birçok çalışma vardır. Bunların her zaman bir ideoloji analizi niteliğinde olduğu söylenemez. Söz konusu çalışmaların yaygın bir bulgusu, mülteci temsilde hükümet politikalarına yönelik tavrın etkili olduğudur. Gazetelerin, hükümet politikalarına yönelik pozisyon alırken bir yandan da ne tür klişelerin (yeniden) üretilmesine katkı sağladıkları, ne gibi toplumsal/kolektif anlamların oluşumuna katıldıkları, mesajların altında yatan başka ne gibi ideolojik kabullerin tekrarlanarak normalleştirildiği soruları bu çalışmanın asıl yanıtlamaya çalıştıklarıdır. Bu araştırma özelinde aranan klişe ve anlamlar sınıfsal olanlardır. Bunlardan önce, medya ve temsil çalışmalarının gelişimi ile farkların ve eşitsizliklerin medyadaki temsili üzerine yapılan araştırmalardan söz edilecek ve ‘sınıfsal temsil’ kavramı detaylandırılacaktır.

### **1.1. Medya ve Temsil Çalışmaları**

Medyanın sosyal yaşam ile olan ilişkisi özellikle teknolojik sıçramanın ardından akademik çalışmalara çokça konu olmuştur. İletişim çalışmaları alanının bu anlamda üç düşünsel akımın rekabetine sahne olduğu bilinir. Söz konusu farklı bakış açılarını odaklandıkları yön bakımından (1) medya endüstrisini değerlendirme, (2) mesaj içeriğine önem atfetme ve (3) okuyucu/dinleyici/izleyicinin “sahneye çıkması” şeklinde özetleyebiliriz. Kısaca, birincisinde mesaj kaynağı ve üretim süreci değerlendirilirken ikincisinde mesajın kendisinin, üçüncüsünde ise “mesajın alıcısı” konumundaki kişinin öne çıktığı söylenebilir (Bkz. Croteau, Hoynes & Milan, 2012).

Üretime ya da izlerkitleye odaklanan medya çalışmalarının dışında *metne* tek başına önem atfeden bir bakış açısı da alanda yaygınlık kazanmıştır. Metne nasıl yaklaşılacağı konusunda metnin kendisine ya da bağlamına yönelme farkları (Turner, 2016, s. 42) bulunsa da bu kanaldan ilerleyen tartışmalar ideoloji kavramındaki benzer gelişmeler ile bir araya gelerek *temsil* kavramının kabul ve kullanım alanını geliştirmiştir.

Marksistlere göre ideoloji, önceleri, çarpıtılmış ve gerçek dünyayı yanlış temsil ederek davranışları meşrulaştırmaya yardım eden inanç sistemleriydi (Croteau, Hoynes & Milan, 2012, s. 153). Ancak bu bakış açısı, “gerçek dünya” kavramsallaştırmasının kendisi ideolojik bulunarak eleştirilmiştir (s. 154). Zamanla ideoloji kavramı bu katı halinden uzaklaşarak sosyolojik bir konu haline gelmiştir (Hall, 2002, s. 97). Çünkü kavram, bir taraftan simgesel ve dilsel anlamı yönünden gelişirken diğer yandan ampirik ve teorik bir ilgi alanı olmuştur (s. 86). Eagleton (1991) da ideoloji tanımlarını iki ana gelenek etrafında toplayarak birincisinin yanlış bilme ile ilgili iken ikincisinin sosyolojik olduğunu söylemiştir.

Medyanın bir ideolojik pozisyon içinde olduğu anlaşılmaz çünkü çoğu zaman genel geçer gördüğümüz bakış açılarını -kalıp yargıları ve klişeleri- yansıtır (Croteau, Hoynes & Milan, 2012, s. 154). Hall (2005, s. 98) de ideolojinin derin yapısının nadiren bariz hale geldiğini, bir miktar bilinç dışı kaldığını söylemiştir. Gömülü mantık fark edilmediği sürece söz konusu ifade hem söyleyen hem de dinleyen için bir “hakikat” değeri kazanır. Medya, yeterli sayıdaki tekrarlarla genel geçer klişeler yaratır ve

medyadaki temsil mücadelesi bir anlamda “normal” olanın belirlenmesi üzerine girilen mücadeledir (Croteau, Hoynes & Milan, 2012). Bu nedenle medyanın, eşitsizliklerin normalleşmesi ve meşrulaşmasına büyük katkısı olduğuna inanılır (Golding & Murdock, 2008, s. 53).

Stuart Hall, İngiliz Kültürel Çalışmaları ekolü içinden gelerek bir anlamda bu tartışma alanlarının bir sentezini sunmuştur. Eleştirel kurama yöneltilen eleştirileri ideoloji kavramındaki değişim ile yanıtlayan yazar, metnin toplumsal olarak nasıl oluşturulduğunu başarılı bir şekilde izah ederek kendi temsil kavramını tek taraflı olmayan bir iletişim anlayışına oturtur (Hall, 2017a). Özneye, yorumlayarak anlama aktif katılma gücü vererek (Hall, 2017b) alanyazına katkı sağlamıştır. Onun temsil kavramı, anlamın kolektif inşasını öne çıkartması bakımından önemli ve ilişkiseldir.

## **1.2. Toplumsal Farkların ve Eşitsizliklerin Medyada Temsili**

Farklılıkların bir dönemde nasıl temsil edildiğine Hamilton (2017), egemen temsil paradigması demiştir. Bu paradigmanın oluşmasında klişeleştirme önemli bir teknik olarak işlev görür. “Siyahların temel özellikleri sonsuza kadar doğada sabitlemişti” diyen Hall (2017c, s. 314), siyah temsiline büyük oranda belli klişelere dayandığını farklı dönemlerden (kölelik, sömürgecilik ve göç) örneklerle ortaya koymuştur. Hall (2017c, s. 319), birkaç temel özelliğe indirgemeyi ve anlamı birkaç basitleştirilmiş özellikle sabitlemeyi ifade eden (s. 319) klişeleştirme ile nasıl bir ırksal temsil rejimi yaratıldığını anlatır. Burada ‘farkın’ büyük oranda kültürel ve kimliksel farkları ifade ettiği görülür. Toplumsal eşitsizliklere ilişkin temsil çalışmaları da sınıfsal olanlardan ziyade kültürel ve kimliksel farklara odaklanma eğiliminde olmuştur.

Toplumsal eşitsizliklerin medyadaki temsili kitle iletişimi araştırmaları için önemli bir ilgi alanıdır (Croteau, Hoynes & Milan, 2012, s. 185). Özellikle etnik farklılıkların ve göçmen toplulukların temsili çokça çalışılmış, kadınların temsili, toplumsal cinsiyetçi bakış açılarını ortaya koymakta verimli bir konu olmuştur. Toplumsal cinsiyet ve medya temsillerine ilişkin araştırmalar birtakım toplumsal cinsiyet kalıp yargılarının pekiştirildiğini (Croteau, Hoynes, & Milan, 2012, s. 156), eril kamusal alan

ile duygusal kadını özel alan arasındaki bölünmenin örtük bir şekilde yeniden üretildiğini tespit etmiştir (Stevenson, 2008, s. 54-55).

İrk ve etnisite de, kültürel ve ideolojik inşalar olarak medya çalışmaları alanında ilgi çeken konulardandır (Croteau, Hoynes & Milan, 2012, s. 190). Van Dijk’ın (1991) etnik ideolojik çerçeveleri ortaya çıkartan çalışması, medya metinlerinin ayrımcılığı pekiştiren ve onlara meşruluk kazandıran rolüne yönelik araştırmacılara ilham verir. Sinema filmleri üzerine yapılan çalışmalar, medyanın, siyahlar hakkında olumsuz mesajlar içererek çeşitli ideolojik yaklaşımları pekiştirdiği sonucuna ulaşmıştır (Croteau, Hoynes & Milan, 2012, s. 155). Hall ve arkadaşları (akt. Back vd., 2012) İngiliz medyasının 1970’lerde ‘kapkaç krizine’ yönelik artan saplantısını araştırmış ve haberlerinin ırksal korkuları doğallaştırmaya hizmet ettiği, şehir suçuna ilişkin ahlaki bir panik yarattığı sonucuna ulaşmışlardır (Back vd., 2012).

Sınıf konusunda ise, cinsiyet, yabancılik, göçmenlik, ırk ve etnisite konularında olduğu kadar medya analizi yapılmadığı düşünülür (Croteau, Hoynes & Milan, 2012, s. 205). Sınıfla ilişkili çalışmalar daha çok medya endüstrisi tartışmaları içinde gerçekleşmiştir (s. 206). Croteau, Hoynes ve Milan (2012) tarafından sunulan bazı örneklere göre; Amerikan toplumunun medyada daha varlıklı sunulduğu (s. 207), haberlerin genelde üst ve orta sınıf okuyucuların endişelerini yansıttığı (s. 209), iş dünyasına ilişkin haberler çokken emeğin durumu ve ihtiyaçlarının medyada pek görünmediği (s. 210), gerçek dünyadan farklı olarak medyadaki yoksul temsillerinin büyük çoğunluğunun siyah olduğu (s. 211 – 212) gibi sınıfsal tespitlerde bulunan temsil çalışmaları vardır. Bunlardan birisinde örneğin, eşitsizliğin kolektif anlamlandırmasında medyanın büyük rolü olduğunu tespit eden Kendal’a (akt. Croteau, Hoynes & Milan, 2012, s. 212) göre orta ve üst sınıfların medyada giyim, konuşma ve diğer alanlardaki tarzlar yönünden üstün gösterilmesi yoksulluğun yoksulların bir hatası olarak kodlanmasına neden olur. Bir başka çalışma, burjuva çıkarlarının tehdit altında olduğu dönemlerde medya haberlerinin başlıklarında yer alan ekonomik ifadelerin arttığını bulgulamış; yöneticiler ve iş dünyasının sesinin %40, sendikalarının %2 oranında başlıklara taşındığını ortaya koymuştur (s. 165). Yine Glasgow

Üniversitesi Medya Grubu'nun, *Bad News* inceleme serisiyle, işçi-işveren anlaşmazlıklarına ilişkin haberlerde işçilerin aleyhine sistematik bir sınıfsal yanlılık tespit ettiği çalışma (Stevenson, 2008, s. 52-53), medya analizleri alanyazını açısından oldukça önemlidir. Wagner (2015, s. 122), toplumsal hiyerarşilerin ve onların kamusal müzakerelerinin dikkat çekici oranda duygusal boyuta sahip olduğunu bulmuştur. Zevkler, ahlaki ve duygusal meseleler üzerinden bilinç dışı bir sınıf mücadelesinin izlerini ortaya koyan yazar, sınıf temsilinde, yoksulları haksız/sorumlu gösteren yönleri ortaya çıkartan önemli bir çalışmaya imza atmıştır.

Bu gibi çalışmalar farklı grupların temsilinde karşılaşılan yaygın klişeleri ortaya koymuş, medyadaki temsil mücadelesine ilişkin veriler sunmuştur. Herhangi bir insan ya da grubun hangi *sosyo-ekonomik ilişkiler* içinde temsil edildiğine odaklanan bir çalışmadan söz etmek ise biraz güç. O nedenle bu makalede, bir toplumsal grubun temsilindeki sınıfsal unsurlara önem atfeden ‘sınıfsal temsil’ kavramı kullanılacaktır.

### **1.3. Sınıfsal Temsil Kavramı**

Sınıf tartışmaları, farklı sınıf tanımları ve analizlerinin çekişmesi ile devam eder. Bunlar bir de doğrudan ekonomik temelli olmayan diğer eşitsizlik, dezavantajlılık, dışlanma ve ezilme analizleri ile bir araya geldiğinde geniş bir toplumsal adaletsizlik alanyazını ile karşılaşılır. Düşünürler, ekonomik eşitsizlikleri ve onların diğer eşitsizlik biçimleri karşısındaki görece üstünlüğünü anlatmak için toplumsal sınıf kavramını savunur. Farklı düşünürlerce sınıf, üretim araçları, çalışma ilişkileri, sömürü, yapı, gelir, meslek, eğitim, statü, güç, otorite, yaşam fırsatları, mülkiyet, rant, ezilme, tahakküm, eşitsizlik, etnisite, kimlik, kültür, ortak çıkar, bilinç, deneyim ve sınıf mücadelesi ile tanımlanmıştır. Sınıf tartışmaları, tüm bu kavramları içeren bir eksen üzerinde salınır ve sınıf kategorisinin geçersiz olduğu düşüncesini de içeren geniş bir literatür sunar. Kimi sınıf analizleri eleştirilirken; eşitsizliğin diğer veçhelerinden daha önemli olmadığı, onlarla rekabet ettiği, eğitim ve bilginin etkin rolünü yeterince yansıtamadığı, yurttaşlık ve demokrasinin toplumsal eşitlenmeye katkı sağlaması nedeniyle sınıfların önemini yitirdiği, toplumsal cinsiyet ve etnik eşitsizliklerin daha etkin bir hal aldığı gibi argümanlar üretilmiştir (Pakulski,

2014, s. 210). Suriyeli mülteciler, rekabet eden tüm eşitsizlik yorumlarının temsil şansı bulabileceği bir örnek grubu oluşturmaları açısından önemlidir.

Toplumsal farkların ve eşitsizliklerin medya temsiline karşılaşılan yaygın klişeleri ortaya koyan çalışmaların bir kısmının sınıfsal farklara ilişkin olduğundan söz etmiştik. Bunlar çoğu zaman bir sınıfsal grubun medyatik olarak nasıl temsil edildiği üzerineydi. Bu çalışmalarda işçiler, patronlar ya da orta sınıflar olarak seçilen sınıfsal grupların medyada nasıl temsil edildiğine bakılmıştı. Bu makalede ortaya atılan ‘sınıfsal temsil’ kavramı ise herhangi bir kişi ya da grubun temsiline *sınıfsal unsurların ne oranda ve ne şekilde kullanıldığı* ile ilgilidir. Farklı yayın organlarının farklı sınıf kavrayışlarına sahip olması ve herhangi bir grubun -örneğin Suriyeli mültecilerin- temsiline bu kavrayışın ortaya çıkması beklenebilir. Bu çalışmada, *bir kişi ya da grubun ne tür sosyo-ekonomik eşitsizlik, ilişki ve mevkiler içinde temsil edildiğini* anlatmak için ‘sınıfsal temsil’ kavramı kullanılmıştır. Makalenin dayandığı doktora tezi, konunun sınıf teorisi ile ilişkisini kuran detaylara sahiptir ancak burada kullanılan ‘sınıfsal temsil’ ifadesinin hiçbir sınıf tanımına dayanmadığını söylemek gerekir. Şimdilik yalnızca Wright’ın (2014) tüm yaklaşımları karşılaştırarak en nihayetinde sınıfın ekonomik bir şey olduğunu söylemesi ile yetinilecektir.

Çünkü bu makalede ihtiyaç duyulan, sınıflar değil sınıf imgesidir. O nedenle, Wayne’ın (2015, s. 23) belirttiği gibi sınıfın, bir ideologem -kendisini metin içinde anlatı olarak gösteren türden bir kavram- olduğu ve her tür metinde bulunabileceği kabul edilecektir. Medya üzerine çalışan Wayne (2015, s. 21), sınıf kavrayışını “anında, kendiliğinden, neredeyse bilincinde olmadan anlaşılabilir bir kod” olarak medyada görebileceğimizi ifade etmiştir. Burada da Suriyeli mültecilerin ne tür sınıfsal eşitsizlik, ilişki ve mevkiler içinde sunulduğundan -sınıfsal temsilden- gazetelerin farklı sınıf kavrayışları hakkında bilgi sahibi olmak hedeflendi. Bu kavrayışların sınıf bölünmeleri ve sınıfsal ilişkilerle ilgili olarak ne gibi norm ve klişeler önerdiği ilerleyen bölümlerde görülecektir.



## **2. METODOLOJİ**

Geçerli bir nedensel açıklama fenomenler arası düzenli ilişkilerin ve bunları birbirine bağlayan mekanizmaların keşfini gerektirir. Bir olayın nedenini ortaya koyuyorsak bir koşullar seti ve faktörler dizisi sunuyor olmalıyız. Burada teorilerin rolü ortaya çıkar ki onlar, altta yatan yapı ve mekanizmalara işaret etmelidir (Keat & Urry, 1994, s. 36-41). Bu yaklaşımı geliştiren Bhaskar’ın (2015, s. 23) eleştirel realizmine göre sosyal dünyayı anlamak için söylemleri üreten iş başındaki yapılara odaklanmak gerekir. Bu çalışmada, gündelik siyasete ilişkin temsillerin yapısal siyasal arka planlarını ortaya çıkarmanın eleştirel realist bir yöntemsel yaklaşımla mümkün olduğu kabul edilmiştir.

### **2.1. Araştırma Tekniği**

Kümbetoğlu’nun (2008) niteliksel özellikleri öne çıkartan yaklaşımına göre nitel veriler kodlar ve kategorilerle okunabilir, bu nicel bir çalışmada verilerin sayılara dönüştürülmesi ile benzerlik taşır (s. 155). Oluşan kodlar, kategoriler ve ilişkiler içinde verinin hem nicel hem de nitel görünümünü sunan bir çalışma için içerik analizi kullanışlı bir tekniktir. Özenli ve sabırlı bir çalışma gerektiren içerik analizi, “ilk başta göze çarpan ve görünen yanları aşmayı sağlayan daha verimli ve anlamlı” ikinci derece bir okuma olmalıdır (Bilgin, 2014, s. 8). Önceleri içerik analizinin “sayma” eylemine dayanan nicel bir teknik olduğu kabul edildi. Ancak bu sorun zamanla aşıldı, frekans analizi, içerik analizi içindeki tekniklerden yalnızca biri olarak kabul gördü (Koçak & Arun, 2006, s. 23). Buna göre çalışmada;

- Açık ve örtük anlamlar aranacak,
- Metin içindeki sembollerin taşıdığı mesajlar ortaya konulacak,
- Frekans analizi ve
- Nitel yorumlamalar yapılacaktır (Koçak & Arun, 2006, s. 23-24).

Van Djik’in (akt. Bal, 2016) iki seviyeli eleştirel söylem analizi tekniği de metin incelemesindeki nicel ve nitel yaklaşımları bir araya getirir niteliktedir. İçerik ve söylem analizi tekniklerinin yeni yaklaşımlarla birbirlerine yaklaştıklarını söyleyebiliriz. Aralarındaki temel fark, gerçekliğin varlığı ve

inşası yönünden ayrışan ontolojik kökenlere sahip olmalarıdır. Bu yönetsel tartışma makalenin kapsamı dışında bırakılmıştır.

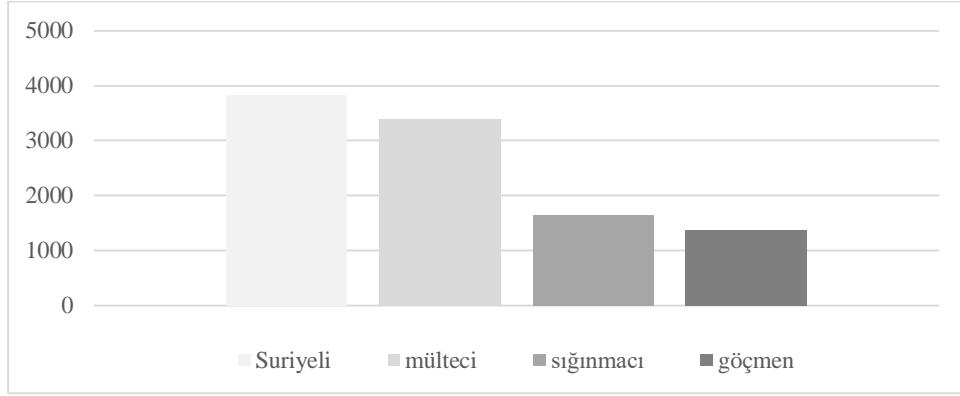
## **2.2. Örneklem**

Erdoğan (2015), Suriyelilerin tarihi göçünün, ilk dört yılda, kamuoyu ve medyadan hak ettiği ilgiyi göremediğini ifade etmiştir. Konuya daha yakın duran yerel medyanın ilgisi haber-olay odaklı olurken, ulusal medyanın tavrında hükümete yönelik tutum belirleyici olmuştur. Bu çalışma, hükümete yönelik tutumun belirleyici olduğu haberlerdeki sınıfsal ideolojik kabulleri aradığı için ulusal gazetelere yönelmiştir. Yerel gazeteler ve ulusal gazetelerin yerel ekleri kapsam dışı bırakılmıştır.

Örnekleme, farklı siyasal yaklaşımlara sahip 17 ulusal gazetede, 2017 yılı ilkbahar ve sonbahar aylarında (altı ay) yayınlanan ve Suriyeli mültecilerle ilgili olan ekonomik içerikli haberler oluşturur. 2017, Suriyelilerin hem mültecilik yaşam şartlarının sürdüğü hem de yeni yaşamlarına görece alıştıkları bir yıl olması nedeniyle hem sosyal yardım hem de çalışma ilişkileri içindeki temsillere imkân verir. Yani mülteciler hem hala ‘yardıma muhtaç’tır hem de iş gücü piyasasında ucuz emek olarak görünür hale gelmeye başlamıştır.

### **2.2.1. Anahtar kelimeler: Suriyeli, mülteci, sığınmacı, göçmen**

Haber metinleri bir medya takip merkezinden alınan hizmet ile elde edilmiş, dört anahtar kelime üzerinden tarama yapılmıştır: mülteci, sığınmacı, göçmen ve Suriyeli. 17 gazetenin söz konusu nüfusu ifade etmek için hangi kavramı tercih ettiğine bakıldığında, Suriyeli ve mülteci ifadelerinin öncelikli kullanıldığı Grafik 1’de görülecektir. Ancak Suriyeli kelimesinin en yüksek kullanım oranına sahip olması mülteci, sığınmacı ve göçmen ifadeleri ile bir arada kullanılıyor olmasından kaynaklanır.



**Grafik 1. Suriyeli, Mülteci, Sığınmacı ve Göçmen İfadelerinin Tercih Edilme Oranları**

Türkiye’ye Suriye’deki iç savaştan kaçarak sığınmış olan kitlelerin nasıl isimlendirileceği ile ilgili tartışmalar vardır. Kelime sınırlaması nedeniyle bu tartışmaya burada girilmeyecektir. Makalede, medyada kullanım sıklığına uygun olarak mülteci ve Suriyeli kelimeleri bir arada kullanılır.

### **2.2.2. Yayın Grupları: İslamcı, Milliyetçi, Liberal, Ulusalçı ve Solcu**

17 gazete, beş yayın grubu (YG) olarak ele alındı<sup>2</sup>. Ancak gerekli hallerde aynı gruptan gazeteler arasındaki farklar da ortaya konduğu için yayın grupları ayrımı çalışmanın nihai analizini etkilemez; yalnızca sunuş kolaylığı sağlar. Yayın gruplarına kullanım kolaylığı açısından kısa isimler verildi: İslamcı, Milliyetçi, Liberal/Merkez Sağ, Ulusalçı, Solcu<sup>3</sup>. Bu isimler tek başına grupta yer alan gazeteleri tanımlamaya yetmez. İsimlerin, gruptaki gazetelerin ortak bir yönünü ifade ettiği düşünülmelidir. Bu isme en çok uyan gazeteler değil de bir noktada birleşip diğer yönlerden ayrılabilen, birbirlerinin tekrarı olmayan gazetelerin seçilmesine özen gösterildi. Grupların içerdiği düşünce ve gazeteler Tablo 11’de sunulmuştur<sup>4</sup>.

<sup>2</sup> Yayın organlarının siyasal eğilim yönünden beş gruba ayrılması için titiz bir çalışma yürütüldü. Bu konuda çok fazla çalışmaya ulaşılamadığı için internette rastlanan yorumlara bakıldı ve akademik gruplardan fikir alındı. Bunun detaylı bir sunuşu tezde mevcuttur.

<sup>3</sup> Dikkat çekmesi için, bu isimlerin metin içinde büyük harf ile başlamaları tercih edildi. Çünkü örneğin “Solcu gazetelere göre...” derken aslında tüm solcu gazeteler değil bu çalışmanın örnekleminde yer alan Solcu YG üyesi gazeteler kastedilir.

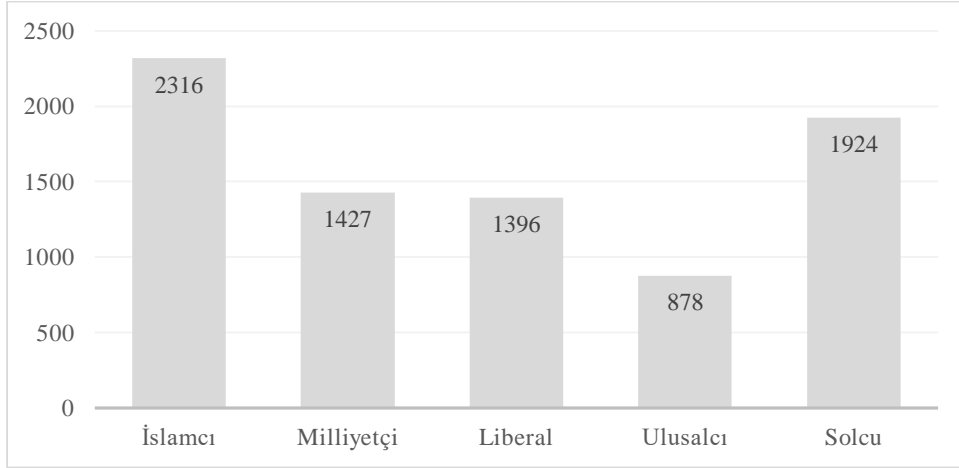
<sup>4</sup> Kelime sınırlaması nedeniyle bu gazetelerin yayıncı kuruluşları, tirajları ve hükümet politikalarına yönelik pozisyon alışlarına burada yer verilemeyecektir.

Tablo 1. Yayın Grupları Tablosu

Yayın grubunun kısa adı	İçerdiği düşünceler	İçerdiği gazeteler
İslamcı Yayın Grubu	Radikal ve ılımlı İslamcı, sağ görüşten gazeteler	Yeni Akit, Türkiye Gazetesi, Diriliş Postası, Yeni Şafak
Milliyetçi Yayın Grubu	Sağ görüşten merkezîyetçi ve milliyetçi gazeteler	Vatan, Ortadoğu, Yeniçağ
Liberal ve Merkez Sağ Yayın Grubu <sup>5</sup>	Ekonomik liberal, toplumsal merkezîyetçi, muhafazakâr olup merkez sağda yer alan gazeteler	Habertürk, Hürriyet, Sabah
Ulusalçı Yayın Grubu	Ulusalçı, Kemalist, seküler olup sol eğilimlere sahip gazeteler	Sözcü, Yurt Gazetesi, Aydınlık Gazetesi
Solcu Yayın Grubu	Sol, sosyalist, sosyal demokrat ve özgürlükçü gazeteler.	Cumhuriyet, Evrensel, BirGün, Özgürlükçü Demokrasi

2017 yılı baharlarında 17 gazeteden Suriyeli, mülteci, sığınmacı ve göçmen anahtar kelimeleri ile edindiğimiz haber sayılarının yayın gruplarına göre dağılımı Grafik 2’te sunulmuştur. Buna göre, gazete sayılarının daha fazla olması nedeniyle merkeze daha uzak yayın gruplarından elde edilen haber sayılarının yüksek olduğu dikkati çeker.

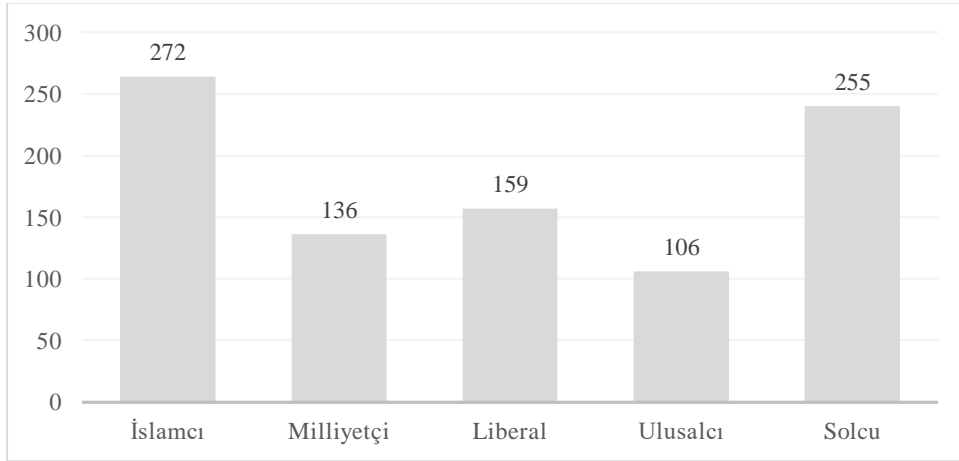
<sup>5</sup> Metin içinde kolaylık olması için bazen sadece “Liberal” şeklinde geçer.



**Grafik 2. Seçilen 17 Gazetede 6 Aylık Periyot İçinde Üretilen Suriyeli Mülteci Haber Sayısı**

### 2.2.3. Ekonomik içerikli haberler

Suriyeli mültecilerle ilgili ekonomik içerikli haberlere ulaşmak için uzun bir masabaşı çalışması yapıldı. Haberlerin seçilmesi sırasında öncelikle başlıklarında ekonomik ifadeler arandı, başlığından ekonomik bir içeriğe sahip olup olmadığı anlaşılabilen haberlerin metinleri incelenerek ekonomik ifade, yorum ve vurgulara rastlanması halinde örnekleme dâhil edildi. İçeriğin ekonomik kabul edilmesi çok geniş bir bakış açısı ile gerçekleştirilmiştir.



**Grafik 3. Analize Tabi Tutulacak Ekonomik İçerikli Haberlerin Yayın Gruplarına Göre Dağılımı**

Ekonomik içerikli olması nedeniyle seçilerek çalışmanın örneklemini oluşturan haber sayılarını Grafik 3’te görmek mümkündür. Son tahlilde 2017 yılında 17 gazeteden elde edilerek analize tabi tutulan haber sayısı 903 olmuştur.

### 3. DEĞERLENDİRME

Gerçekliği yansıtmak kadar onu yapmak gibi bir işleve de sahip olması nedeniyle temsil, gerçekliğin tam kendisi değildir. O nedenle “gerçeklik” ve medya temsili arasındaki boşluk her zaman ilgi çekmiştir ve temsiller, onun bir yönünü öne çıkartıp diğerlerini ihmal eden bir seçme sürecinin sonucu olarak tanımlanır (Croteau, Hoynes & Milan, 2012, s. 186). Mültecilerin temel ihtiyaçları ya da emek piyasasındaki durumu yönünden sunulması böyle bir seçme sürecinin ürünüdür. İslamcı gazetelerde mültecilerin çalışma yaşamları ve şartları ile ilgili haberlere çok az yer verilirken, Solcu gazetelerde onları yardım ve sosyal hizmet faaliyetlerinin konusu olarak fazla görmememiz farklı temsil tercihlerine iyi bir örnek oluşturur. Konu çalışma yaşamı yerine mültecilerin Türkiye emek piyasasına entegrasyonu olduğunda İslamcı gazeteler haber sayısını arttırır ancak örnekleme en fazla haber sayısı ile katılmasına rağmen, yine de, Solcu gazetelerin gerisinde kalır (Bkz. Tablo 2). Grafik 3’te yer alan toplam haber sayılarına bakıldığında Tablo 2’deki niceliksel farkların anlamlı olduğu görülür.

**Tablo 2. Yardım, Sosyal Hizmet, Çalışma Yaşamı ve İstihdam Konulu Haber Sayılarının Yayın Gruplarına Göre Dağılımı**

Haber konuları	İslamcı	Milliyetçi	Liberal / Merkez Sağ	Ulusalçı	Solcu
Sivil Toplum Yardımları	93	21	28	8	9
Sosyal Hizmetler ve Devlet Harcamaları	67	14	24	6	23
Çalışma Yaşamı ve Şartları	13	17	8	17	118
Suriyeli Mülteci Emeği ve Türkiye Piyasasına Entegrasyon	32	22	20	27	59

Çağlar ve Özkır (2015) her ne kadar medyayı aşırı siyasallaşmış gördüklerini belirtmiş olsalar da bulgularını “içerik ve söylemlerinin belli bir ideolojik-siyasi konumdan değil çok daha yüzeysel bir hükümet karşıtı pozisyondan üretildiği” şeklinde değerlendirmişlerdir. Tablo 2’deki sayıların da ilk elden hükümet politikalarına yönelik pozisyon alıştan etkilendiğini söylemek kolay ve doğrudur. Ancak bu, ideolojilerin ortadan kalktığı anlamına gelmez. Televizyon haberlerinde mülteci temsili izleyen Boztepe (2017), kullanılan söylem yapılarının toplum tarafından paylaşılan egemen söyleme dönüştüğü, mültecilerin hem iç siyasal tartışmaların aracı haline geldiği hem de yayın organlarının ideolojilerinden etkilenecek temsil edildiği sonuçlarına ulaşmıştır.

Gazetelerin, hükümet politikalarına yönelik pozisyon alırken bir yandan da ne tür klişelerin (yeniden) üretilmesine katkı sağladıkları, ne gibi toplumsal/kolektif anlamların oluşumuna katıldıkları, mesajların altında yatan başka ne gibi ideolojik kabullerin tekrarlanarak normalleştirildiği soruları bu çalışmanın asıl yanıtlamaya çalıştıklarıdır. Bir temsil, ideoloji ya da söylem analizinin temel hedefi de bu olmalıdır. Bu araştırma özelinde aranan klişe ve anlamlar *sınıfsal* olanlardır.

Şenol Cantek ve Soykan’ın (2018) mültecilerin Türkiye mediasındaki temsiliinde politika dönemlerine göre de değişimler yaşandığını ortaya koymuştur. Yazarlara göre göçmenler, “bazen himayeci bir tavırla ve kardeşlik söylemi içinde sahipleniliyor, bazen de yük olarak görüldükleri dile getiriliyor, hatta kriminalize ediliyorlardı... politikanın seyrine göre bazen mağdur ve mazlum, bazen kardeş, bazen de zoraki misafir” olarak işaretleniyordu. Tablo 2’deki sayılar ise tek bir politika döneminde üretilen temsillerin, aynı gerçekliğin farklı yönlerine ışık tutarak ideolojik bir işlev gördüklerinin işaretini veriyor. Tablonun içerdiği konu başlıkları, medyada ciddi şekilde öne çıkan ‘yardıma muhtaç’ ve ‘ucuz emek’ temsillerinin üretim yerleri olması nedeniyle sunuldu.

### **3.1. Suriyeli Mültecilerin ‘Yardıma Muhtaç’ Temsili**

Göker ve Keskin (2015, s. 251), çalışmalarında, gazetelerin ideolojik uzlaşma noktalarından birinin mültecilerin muhtaç ve edilgen temsili olduğunu belirtmiştir. Pandır, Efe ve Paksoy’un (2015) medyada tespit ettikleri temsil kalıplarının başında da yardıma muhtaç ve kurban görünümü gelmektedir. Bu

makale özelinde, Suriyeli mültecilerin yardıma muhtaç temsili, ihtiyaç sahibi, yardım yapılan, mağdur dul ve yetimler, sahip olduklarımızı paylaşmamız gereken mazlumlar, yardımsever Türkiye halkı ve cömert Türkiye hükümetinin yardımı esirgemediği kişiler olarak karşımıza çıkmalarını ifade eder. Yani mülteciler burada yardım ilişkisinin bir tarafını temsil eder. Bu nedenle ‘ihtiyaç sahibi’ ile ‘yoksul’ arasında bir fark vardır. Yoksulluk daha çok Türkiye’deki yaşam şartları ve geçim sıkıntıları içinde tanımlanırken ‘ihtiyaç sahibi’ olarak kodladığımız temsiller, bir yardım ilişkisinin parçası olmaları bakımından ‘yoksul’ temsilinden ayrıldı.

Suriyeli mültecilerin yardıma muhtaç temsilleri -doğal ve- yoğun olarak insani yardım ve sosyal hizmetlerle ilgili haberlerde üretildi. Bu haberler sivil toplum yardımları, devlet harcamaları, Avrupa’dan beklenen sorumluluk paylaşımı gibi konuları içeriyordu. Toplam haber sayıları nispetinde sağ ideolojiden yayın gruplarında bu tür haberlerin daha çok yapıldığı, eleştirel değerlendirmelere yer veren haberlerin ise Ulusalcı ve Solcu gazetelerde artış gösterdiği dikkati çekmiştir (Bkz. Tablo 3).

**Tablo 3. İnsani Yardım ve Sosyal Hizmetlerle İlgili Konu Başlıklarındaki Haber Sayılarının  
Yayın Gruplarına Göre Dağılımı**

Konu başlıkları	İslamcı	Milliyetçi	Liberal / Merkez Sağ	Ulusalcı	Solcu
Sivil Toplum Yardımları	93	21	28	8	9
Sosyal Hizmetler ve Devlet Harcamaları	67	14	24	6	23
Avrupa ile İlişkiler ve Sorumluluk Paylaşımı	21	10	18	3	15
Yardım ve Hizmet Harcamalarına Yönelik Eleştiri ve Şikâyetler	5	10	11	16	30

Sivil toplumun yardım faaliyetleri örneklemede geniş bir yer tutar. Bunların büyük uluslararası iş birliklerinden bireysel hayırseverliğe kadar değişik düzeylerde yardım haberleri olduğu görülür. Bu haberlerde yardımı kimin, kime, nerede yaptığı, ne tür bir yardımın gerçekleştiği bilgileri yer alır ve



sığınmacıların temsilinden çok, yardım yapanların ve yardım ilişkisinin temsili dikkat çeker. Bu durumda Suriye’den gelen sığınmacılar haberin merkezi konusu iken temsil anlamında tali kalabilmiştir. Çünkü yardıma muhtaç temsili, yardım haberlerinin dolaylı bir unsurudur.

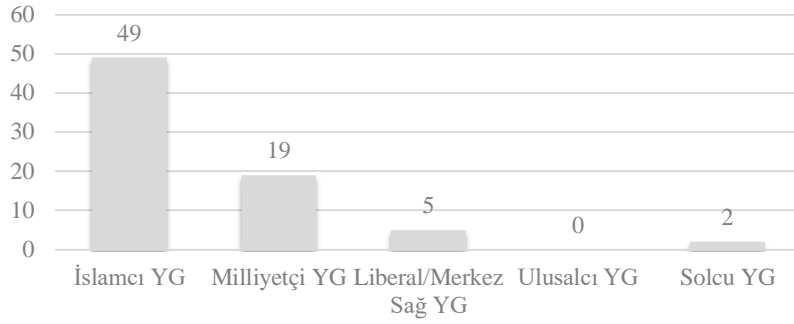
“Dünyada en fazla sığınmacıya ev sahipliği yapan Türkiye’de, ... sığınmacıların fiziksel, sosyal ve psikolojik ihtiyaçları karşılanıyor.” (*Türkiye Gazetesi, Mart 2017*)

Bu haberlerde sığınmacılar kimi zaman sosyo-ekonomik statüsü belirsiz ihtiyaç sahipleridir. Yardım aldıkları için yardıma ihtiyaç duyduklarını biliriz, ancak bunun bir ölçüsü ve öyküsünden söz edilmez. Onun yerine yardımın büyüklüğünün bir ölçüsü olarak yardım yapılan kişi sayısı ya da yardımın mali değeri habere yansır. Doğanay ve Çoban Keneş (2016) benzer bir tespitte bulunarak medyadaki söylem türlerinden bir tanesinin, meselenin insani boyutu göz önüne alınmaksızın, harcanan paralar, yapılan yardımların miktarı ve mültecilerin sayısına yapılan vurgularla “nesnelleştirilmek” olduğunu söylemiştir.

“1 milyon 300 bin Suriyelinin kayıt altına alındığını belirterek, ‘... kişi başı 100 lira yardım yapıyoruz’ dedi.” (*Habertürk, Mayıs 2017*)

“Kilis'teki ihtiyaç sahibi Suriyeli 300 aileye kıyafet yardımında bulunuldu.” (*Vatan, Kasım 2017*)

İhtiyaç sahipliği, mültecilerin temsilinde çok karşılaştığımız ve Suriyeliler ile Türkiyelileri ortaklaştıran bir kategoridir. Bu, her şeyden önce, tüketim alanına ilişkin bir temsil biçimi olarak ‘ucuz emek’ten ayrılır. Dağılıma baktığımızda “ihtiyaç sahibi” ifadesinin 75 kere kullanıldığını görürüz. Bunun 49’u İslamcı, 19’u Milliyetçi, 5’i Liberal/Merkez Sağ, 2’si ise Solcu YG içindeki gazete haberlerindedir (Bkz. Grafik4).



**Grafik 4. ‘İhtiyaç Sahibi’ İfadesinin Kullanım Sıklığının Yayın Gruplarına Göre Dağılımı**

Bu sonuçlara göre, Solcu YG içinde, haber sayısının yüksek olmasına rağmen iki kere kullanılan ve Ulusalçı YG içinde, haber sayısının az olması nedeniyle hiç rastlanmayan ifadenin, sağ siyasal ideolojiler için daha anlamlı bir sınıfsal temsil aracı olduğunu söylemek mümkündür. Paralel olarak ama daha az kullanılan “yardıma muhtaç” ifadesi de benzer şekilde dağılır.

Yardım hedefinin nasıl isimlendirildiği ve hangi sıfatlarla nitelendiği yardım yapanın ve yardım ilişkisinin temsili ile iç içe geçer. İnsani yardım ve sosyal hizmet haberlerinde mültecilerin sınıfsal temsiline ilişkin bazı sık kullanılan nitelemelerden söz edebiliriz. Bunlardan bazıları ekonomik bir jargona ait iken (ihtiyaç sahibi, yardıma muhtaç gibi) bazıları değildir (kardeş, misafir, ülkelerinden kopmuş olan, kadın, çocuk, yetim, Müslüman gibi) ancak hepsi ekonomik bir yardım ilişkisinin unsurları olarak karşımıza çıkarlar. Bu sayede ‘zengin’ ve ‘fakir’ olarak görünen sınıflar bir mücadele değil dayanışma içinde sunulur. Bu tür temsiller belli ilişkileri pekiştirerek sosyal, kültürel ve dini özellikleri ‘zengin’ ve ‘fakir’ olarak görünen sınıflar arasındaki ekonomik ilişkinin bir yönü haline getirir. Onlarla bir insani yardım ilişkisi kurarız çünkü onlar “Allah’ın emaneti muhacirler” ve “misafirperver olmamız gereken kardeşlerimiz”dirler.

"Suriyeli muhacirlerimiz, Allah'ın bir emaneti olarak bize sığındılar." (*Türkiye Gazetesi, Kasım 2017*)

“Kardeşlerimize karşı misafirperver olmalıyız.” (*Yeni Akit, Eylül 2017*)

Suriyeli mültecilerin yardıma muhtaç temsiline kadın ve çocuk olmak önemli bir vurgudur. Çoğunlukla İslamcı gazetelerde rastlanan bu vurgu, onların yardıma muhtaç kişiler olarak görülmesini pekiştirir. Bu nedenle yapılan yardımları ve sağlanan imkânları eleştiren haberlerde, kadın/dul, çocuk/yetim ve bu nedenle yardıma muhtaç olarak temsil edilen Suriyeli mültecilerin yerini genç, erkek olan ve yoksul olmayan kimseler alır.

“Türkiye’de misafir edilen 3 milyon mültecinin çoğunluğunun kadın ve çocuklardan oluştuğuna vurgu yaparak...” (*Yeni Akit, Mart 2017*)

“Suriye’deki iç savaşta babalarını kaybeden çocukların... ihtiyaçlarını karşılayan İHH, 4 bin 264 yetim çocuğa kıyafet yardımı yaptı.” (*Yeni Akit, Eylül 2017*)

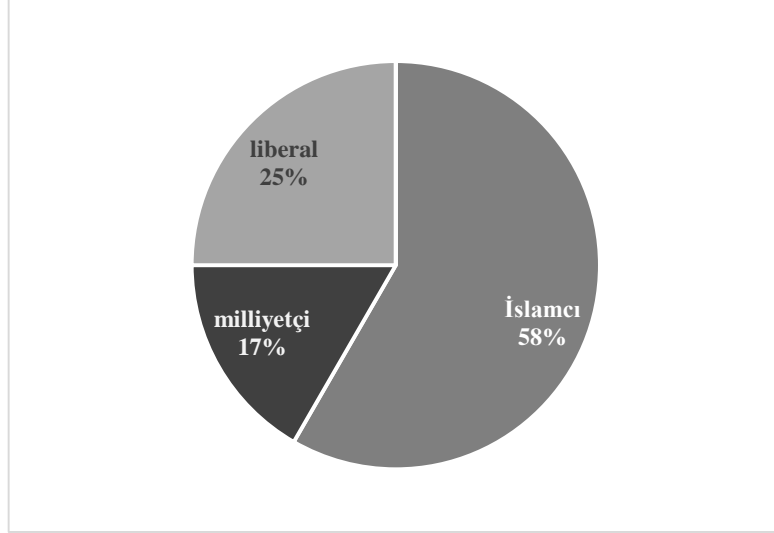
“Yaşlı, kadın ve çocukları anlıyoruz ama... Gelenlerin çoğu da paralı ve genç...” (*Ortadoğu, Eylül 2017*)

“Çoğunluğu genç bu keyif sürüsünün vatan savunmasını bırakıp kaçıp gelmeleri...” (*Ortadoğu, Eylül 2017*)

Mültecilerin yardıma muhtaç temsillerinde Türkiye’nin temsili önemli yer tutar. Türkiye devletinin insani yardım anlamındaki cömert temsili özellikle başka ülkelere yapılan yardımlarla ilgili haberlerde dikkati çeker. Bu konudaki haberler örnekleme dâhil edilmedi ancak Türkiye’nin insani yardım anlamındaki uluslararası rolüne Türkiye’deki mültecilerle ilgili haberlerde de rastlamak mümkündür. Türkiye halkı ve devleti “yardıma muhtaç misafirler”e karşılık “yardımsever ev sahipleri” olarak belirir. Hükümet dilinde de kabul gördüğü üzere Türkiye mültecileri “ağırlamakta”dır ve Suriyelilere hem sivil toplum hem de devlet tarafından yapılan şeyin adı “yardım”dır.

“Onları en iyi şekilde ağırlıyoruz... Sadece devlet yardım yapmıyor. Sivil toplum da bu konuda ciddi yardımlarda, çalışmalarda bulunuyor.” (*Ortadoğu, Mart 2017*)

Türkiye'nin yardımsever temsili insani yardım ve sosyal hizmet haberlerinde yoğun olarak karşımıza çıktı. Dahası sağ ideolojilere yakınlığı ile bilinen gazeteler konuyla ilgili övgü ifadelerine de sık sık yer verdi ve Batı'ya karşı olumlu bir Türkiye temsili sundu (Bkz. Grafik5).



**Grafik 5. Sosyal Hizmet ve Devlet Harcamaları ile İlgili Haberlerde Türkiye'ye Yönelik Övgü ve Teşekkür İfadelerinin Yayın Gruplarına Göre Dağılımı**

Üçüncü şahısların (mülteciler, yetkililer, uluslararası liderler gibi) Türkiye devleti tarafından yapılan harcamalara yönelik olumlu ifadeleri yardımseverlik, cömertlik gibi kavramlara uluslararası ilişkilerde yer açıyordu. Aşağıdaki gibi örnekler, Türkiye temsiline yanında dünyaya Batı-dışı bir toplumsal ilişki biçimi de öneriyordu: (insani) yardım ilişkisi.

“Türkiye, bir toplumun ne kadar cömert olabileceği konusunda dünyaya örnek oldu’... ifadelerini kullandı.” (*Diriliş Postası, Mayıs 2017*)

“İnsani yardımlarda ulaştığı seviye ile dünyaya örnek olan Türkiye, Suriye krizinin 7. yılında, sığınmacılara umut olmaya devam ediyor.” (*Türkiye Gazetesi, Mart 2017*)

“mülteci krizinin ortaya koyduğu yükün Türkiye tarafından ne kadar büyük bir fedakârlıkla karşılandığını... ifade etti.” (*Sabah, Vatan, Kasım 2017*)

“Türkiye insani konularda olağanüstü cömert bir ülke” (*Diriliş Postası, Eylül 2017*)

Bu yaklaşım, insani yardımları ve uluslararası korumayı bir hak yerine cömertlik olarak sunmaktadır. Suriyeli mültecilere ne kadar yardım edildiği ve sosyal hizmet sağlandığının anlatıldığı bu haberlerde Avrupa'nın bu yönden Türkiye'nin gerisinde kaldığı, kültürel olarak aşağıda olduğu vurgulandı. Yani eleştiriler Avrupa hükümetleri ve toplumlarına yöneliyordu. Ulusalçı ve Solcu gazetelerde görece yüksek olan eleştirel değerlendirmeler ise yardım faaliyetlerinin ve yardım ilişkisinin kendisine yönelikti. Bu tür bir ilişkinin, Türkiye vatandaşlarının hak ve imkânlarını engellediğinden başlayarak Suriyelilerin mültecilikten kaynaklanan haklarını geri planda bıraktığı noktasına uzanan eleştiriler vardı. Yani, yardım ve hizmetleri sıkça haberleştiren ve bunun üzerinden ‘yardımsever Türkiye’ temsili üreten gazeteler Batı’yı eleştirerek yardım ilişkisini savunur/önerirken mevcut yardım ve hizmetleri eleştirenler bir yandan yardım ilişkisini eleştiriyordu.

"Biz canını kurtarmak isteyen, bunun için yollara düşen bu insanlara sahip çıktık, ekmeğimizi bölüştük, evimizi açtık, onlara her türlü sıcak ilgi ve alakayı sağladık. Bu, bizim kültürümüzde olan bir şey. Bu, bizim geçmişimizde olan bir şey. Ancak Türkiye, bütün bunları yaparken... Maalesef Avrupa Birliği ülkeleri başta olmak üzere bütün dünya, bu gelişmeleri izlemekle yetindi." (*Diriliş Postası, Ekim 2017*)

“Karşılığında minnet bekleyerek sunulan hayırseverlik uygulamalarının yerine hak temelli ve insanlık onurunu gözeten uygulamaların topluma yerleşmesi gerektiği... geçicilik hali hem devlet ve belediyeler hem de sivil toplum kuruluşları tarafından yapılan yardımlarla kolaylaştırılan ayrıcalıklı bir ziyaret hali.” (*Evrensel, Mayıs 2017*)

Hayırseverlik, yardımseverlik devleti ile birlikte Türkiye toplumunun bir özelliği olarak ortaya çıkar. Hayırseverlik hem kişisel/kültürel bir özelliktir hem de ekonomik imkânlar gerektirir. Hayırsever kişi, yoksula yardım eden, yoksul olmayan kişidir; üretim ilişkilerindeki yerini bilmeyiz. Haberlerde, “hayırseverlerin bağışta bulunduğu adak kurbanların kesimi düzenli bir şekilde yapılarak, yoksul ve yardıma muhtaçlar ile ülkeye sığınan mültecilere (Ortadoğu, Nisan 2017)” dağıtılır ve Türkiye toplumu sık sık Suriyeli mültecilerle yardımlaşmaya davet edilir.

"Kurban, kardeşlerimize uzattığımız bir hayır ve yardım elidir. ...sevginin, vefanın, sadakatin, fedakârlığın simgesidir. ...ülkemize sığınan kardeşlerimize bayram sevincini yaşatmalıyız."  
(*Ortadoğu, Eylül 2017*)

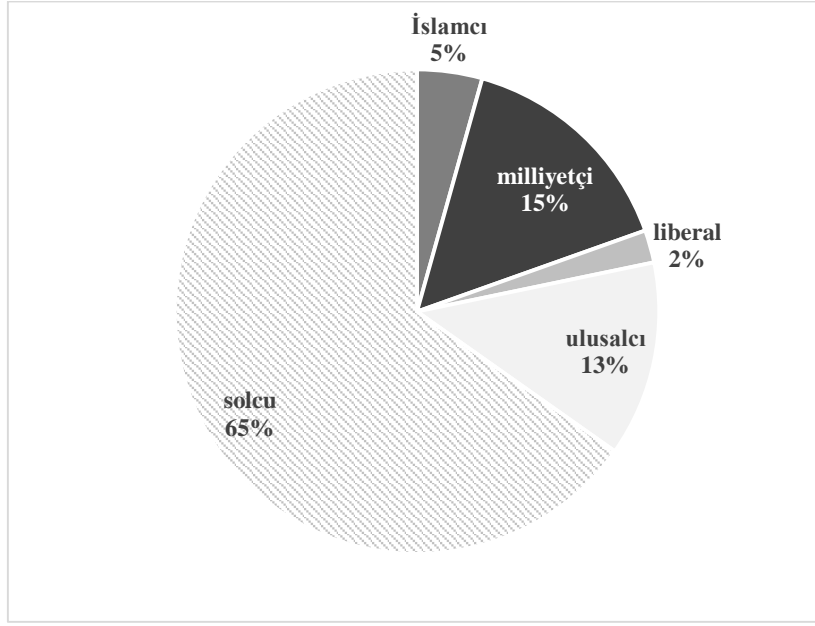
“Başta savaş mağdurları olmak üzere, ... başka ülkelere sığınma talebinde bulunan kardeşlerimize karşı her daim misafirperver olmalıyız.” (*Yeni Akit, Eylül 2017*)

“‘Bu Ramazan Sofranızda Kardeşlik Olsun’ sloganından yola çıkarak ülkemizde bulunan mülteci kardeşlerimizi Ramazan sofralarımızda misafir etmeliyiz.” (*Diriliş Postası, Mayıs 2017*)

Yardım ilişkisinin sınıflar arasında bir dayanışma barındırıyor olması önemlidir. Böyle bir temsil biçiminde sömürü ilişkilerinin yeri yoktur; temel eşitsizliklerin kaynağı olan tahakküm ilişkisi “zenginler” ve “fakirler” şeklinde görünen sınıflar arasında değildir. Tersine, “zalimlere” karşı mücadelede bu sınıflar dayanışma halindedir (Artar, 2019). Özellikle mültecilerin yardıma muhtaç ve ihtiyaç sahibi durumlarının nedenleri Türkiye’deki koşullarla ilişkilendirilmez; sorunun kaynağı, onları iç savaş mağduru yapan uluslararası konjonktür olarak görünür. Yani ‘zalimler’ Türkiye sınırlarının dışındadır. Bu şekilde ülke içindeki sınıfsal bölünme, doğal ve işlevsel hale gelir. Çünkü sınıflar arasında verimli bir yardım ilişkisi ve dini-kültürel bağlar vardır.

### **3.2. Suriyeli Mültecilerin ‘Ucuz Emek’ Temsili**

Mültecilerin ucuz emek olarak temsiline en çok çalışma yaşamı ve istihdam politikaları ile ilgili haberlerde rastlarız. Çalışma yaşamı haberlerinde Suriyeli mülteci emeğinin ucuz olması, çalışma şartlarının olumsuzluğu, iş kazaları ve işçi ölümleri, işçi eylemleri, çocuk emeği ve istismarı, kadın emeği, profesyonellerin durumu gibi konular yer aldı. Türkiye’de yaşayan mültecilerin hem çalışma yaşamına ilişkin haberlere hem de ucuz emek temsiline Solcu gazetelerde rastladık. Onları Milliyetçi ve Ulusalçı gazeteler takip etti. Mültecilerin yardım ilişkisi içindeki temsiline daha çok yer veren gazetelerde ise onları ‘çalışan kimseler’ olarak az gördük, ucuz emek olarak ise neredeyse hiç görmedik (Bkz. Grafik 6).



**Grafik 6. Suriyeli Mültecilerin Ucuz Emek Olarak Temsilinin Yayın Gruplarına Göre Dağılımı**

İslamcı YG içinde Suriyeli mültecileri ucuz emek olarak nitelendiren iki habere rastlandı. Türkiye Gazetesi, Türkiyeli bir işçinin mektubunu aktarması nedeniyle ucuz iş gücü olan mültecilerin tercih edildiğini ifade eden bir haber yapmış oldu. Diğer haberde ise Suriyeli Girişimcilerin Türk Ekonomisine Katkısı isimli bir raporun verileri aktarılırken sunulan istatistiklerin arasında ucuz mülteci emeği geçiyordu.

Ucuz emek konusundaki haberler; istatistikler sundu, devletin ucuz emeği desteklediğini söyledi, Suriyeli mültecilerin ucuza çalışmak zorunda kaldığını, bazen ücret dahi alamadığını ya da aynı işe yerli işçiden düşük ücret aldığını ifade etti. Ucuz iş gücü olarak sermayenin hizmetine sunulduklarını ve işverenler tarafından koz, tehdit, fırsat aracı olarak kullanıldığını vurgulayanlar oldu. Daha eleştirel bir perspektiften, ucuz olmalarının tercih edilme yönünden avantaj sağladığını, ücretleri düşürdüklerini, yardım aldıkları için ucuza çalışabildiklerini ifade edenler de oldu. Bu vurguların yayın gruplarına göre dağılımı Tablo 4’teki gibidir (Artar, 2019).

Tablo 4. “Ucuz Emek” Kodlamasına Sahip Haberlerin İçerik Özeti.

İçerik	İslamcı	Milliyetçi	Liberal/ Merkez Sağ	Ulusalçı	Solcu
Koz, Tehdit, Fırsat Aracı Olarak Kullanılıyorlar	1				5
Ücretleri Düşürüyorlar		1		2	5
İstatistikler	1				1
Devlet Destekliyor		1		1	3
Ucuza Çalışmak Zorunda Kalıyorlar			1		8
Ucuz Olduğu İçin Tercih Ediliyorlar	1	6		2	3
Yardım Aldıkları İçin Ucuza Çalışabiliyorlar	1				1
Bazen Ücret Alamıyorlar			1		3
Ucuz İş Gücü Olarak Sermayenin Hizmetine Sunuluyorlar				2	4
Aynı İşe Yerliden Düşük Ücret				1	4

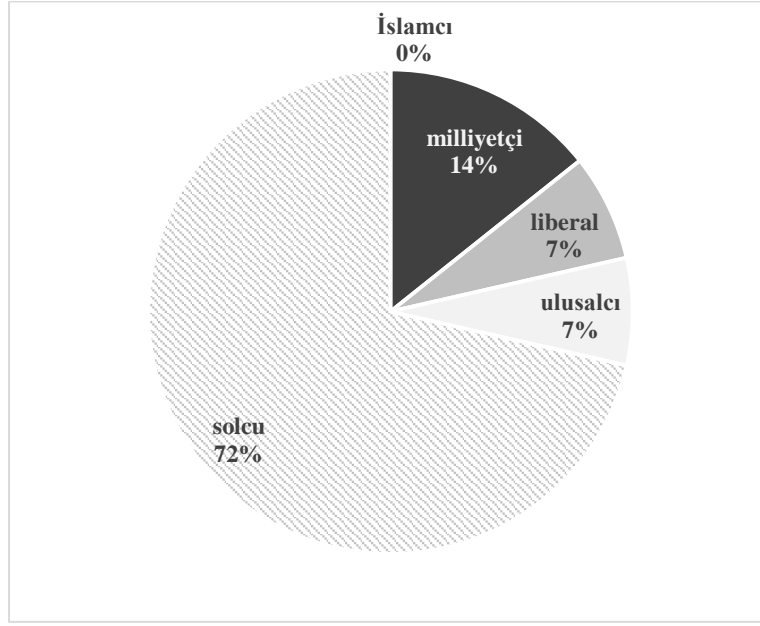
Suriyeli ucuz mülteci emeği konulu haberlerde daha makro okumalar, sermaye sınıfı açısından konuyu değerlendiren yorumlar da vardı. Bunlar Suriyeli işçilerin ucuz iş gücü olarak sermayenin hizmetine sunulduğunu ifade ederek öncekinden farklı bir Türkiye temsili üretiyordu.

“Evi yakılmış, ocağı sönmüş milyonlarca mülteci ucuz iş gücü olarak sermayenin hizmetine sunuluyor.” (*BirGün, Mayıs 2017*)

“Türkiye’de toplam 700-800 milyon avroluk, ucuz işçi çalıştırmaktan dolayı işverenlerin elde etmiş olduğu bir avantaj var.” (*Aydınlık Gazetesi, Eylül 2017*)

Türkiye’nin bir mülteci işçi pazarı olarak sunulduğu çok sayıda haber vardır. Bu tür bir bakış açısını büyük oranda Solcu gazetelerde görürken İslamcı gazetelerde örneğine rastlamadık (Bkz. Grafik 7).





**Grafik 7. Türkiye'nin Bir Mülteci İşçi Pazarı Olduğuyla İlgili Haberlerin Yayın Gruplarına Göre Dağılımı**

Mülteci işçi pazarı söylemine örneklem döneminde çokça rastlanmasına neden olan, uluslararası büyük tekstil firmalarının Türkiye'deki taşeronlarında gerçekleşen kayıt dışı mülteci emeği sömürüsüne sessiz kalması ve bu sorunun Londra'daki bir insan hakları merkezinin raporunda dile getirilmesidir.

“Giyim tekelleri mülteci sömürüsüyle kârını katlıyor.” (*Evrensel, Kasım 2017*)

“Avrupa'nın önde gelen giyim markalarının Türkiye'deki fabrikalarda çalışan Suriyeli mültecilerin sömürülmesinin önüne geçemediğini öne sürdü.” (*Sözcü, Kasım 2017*)

Ucuz emek temsili hem Suriyelileri içeren hem de dışlayan haberlerde kullanıldı. Özellikle Milliyetçi ve Ulusalcı gazetelerde ucuz emek temsili, karın tokluğuna çalışan, masrafsız ırgat, bizim ekmeğimize ortak olan, sosyal yardımlar için oy verecek potansiyel vatandaş gibi eleştirel şekiller aldı. Her iki türlü de tüketim değil üretim aşamasına ilişkin olma bakımından yardıma muhtaç temsilden ayrılan ucuz emek temsili antagonizmanın kuruluşu, sınıf mücadelesi ve dayanışması yönünden parçalı bir görünüme sahipti. Bu makale özelinde söz konusu parçalanmanın tartışmasına yer verilmeyecek; ucuz emek temsili tıpkı yardıma muhtaç temsili gibi Suriyelileri içeren yönleri ile sınırlandırılacaktır. Olumlu ucuz

emek temsilcileri mültecilik şartları nedeniyle ucuza çalışmak zorunda kalmalarına odaklanarak Suriyelileri ağır sömürü koşulları altında gösterdi.

“30 TL yevmiye yerine 15 TL'ye çalışabiliyorlar. Ne yapsın, aç olduğu için çalışmak zorunda.”

(*Özgürlükçü Demokrasi, Mart 2017*)

“Şerif, iş sahiplerinin, normal işçilere verdiği yevmiyenin çok altında bir ücretle çalıştırdıklarını ve birçoğunun da paralarını vermediğini belirtti.” (*Özgürlükçü Demokrasi, Evrensel, Mart 2017*)

Burada, ucuza çalışmaya mecbur olan, ağır çalışma ve sömürü koşulları altında, daha düşük ücretlerle daha fazla iş yaparak hayatta kalmaya çalışan ve emeğinin karşılığını alamayan mülteci temsilini açık bir şekilde görüyoruz. Onlar artık hem üretim ve çalışma ilişkilerinin içinde hem de en dibindedirler. Bu tür temsiller Suriyeli mültecileri dışlamayan ve Türkiyeli işçileri onlarla dayanışmaya çağıran yorumlarla bir arada yer aldı. Bu yaklaşımı en çok Solcu gazetelerde ve işçi eylemlerini konu alan haberlerde gördük. İslamcı ve Liberal gazeteler konularda herhangi bir haber üretmedi. Grev ve işçi bayramı konulu haberlerde Suriyelileri içeren ifadeler genel olarak işçi sınıfı dayanışmasına önem atfeden, Suriyeli işçilerle Türkiyelilerin yan yana hareket ederek sağladıkları ya da sağlayacakları kazanımlara dikkati çeken temsiller üretti.

“Türkiyeli ve Suriyeli işçilerin sınıf talepleri etrafında birleşmeleri, birlikte yaşama olanaklarını genişletebilmenin de başlıca güvencesi.” (*Evrensel, Ekim 2017*)

“Anladık ki sorun Suriyeliler değilmiş... 'birlikte hareket ederek kazanacağımızı gördük' ifadelerini kullandı.” (*Evrensel, Eylül 2017*)

“Mülteci işçinin ilk 1 Mayıs'ı” (*Evrensel, Mayıs 2017*)

Sığınmacıların ucuza çalışmak zorunda olmasının patronlar tarafından bir fırsata çevrildiği, bu sayede hem kârlılıklarını arttırdıkları hem de mevcut ücretleri düşürmek için bir imkân sağladıkları da medya

metinlerinde rastlanan ifadelerdir. Bu ifadeler sınıfsal bölünmeyi en önemli eşitsizlik kaynağı olarak sunan bir sınıfsal kavrayıştan beslenir ve tekrar ederek toplumsal/kolektif sınıf kavrayışına etki eder.

Suriyeli mülteci işçilerin ucuz emek olarak Türkiyeli işçilerin hak ve kazanımlarını geriletmediği ifadelerine karşılık, burjuvanın, yabancı işçileri kullanarak ücretleri aşağı çektiğini söylemek yerli ve yabancı işçiler arasında yaratılmaya çalışılan “çelişkiyi” engellemeye hizmet eder.

“İnce ayrıca, Suriyelileri ucuz iş gücü olarak gören patronların bunu fırsata çevirdiklerini söylüyor.” (*Evrensel, Nisan 2017*)

“Özellikle Suriyeli çocuklar ücretleri düşürmek için koz olarak kullanılıyor.” (*Özgürlükçü Demokrasi, Eylül 2017*)

“Suriyeli işçi arkadaşlarımız geldiğinde işverenler bunu kullandı piyasayı düşürmek için.” (*Evrensel, Eylül 2017*)

Kimi haberlerde yalnızca ücretlerin değil diğer işçi kazanımlarının gasp edilmesi için de mülteci işçilerin kullanıldığı ifadelerine yer verildi. İşçilerin taleplerinin bastırılması, kazanılmış hakların geriye çekilmesi ve direnişi kırmak için kullanıldıklarıyla ilgili ifadeler mülteciler ile yerli işçiler arasındaki rekabetin sorumluluğunu işverene teslim eder; Suriyeli ve Türkiyeli işçiler arasında rekabet oluşturan temsillerle rekabet eder.

“Suriyeli işçileri hak gaspı aracı olarak kullanan patronlar... Suriyeli kaçak ve ucuz işçi çalıştırmanın yanında işçilerin talepleri de Suriyeli işçilerin bir tehdit aracı olarak kullanılması ile bastırılıyor.” (*Evrensel, Mayıs 2017*)

“İşten çıkardığı sendika üyesi işçilerin yerine göçmen işçileri getirerek direniş kırıcı tavrını sürdürmektedir.” (*Aydınlık Gazetesi, Eylül 2017*)

Suriyeli mültecilerin ağır sömürü koşulları altında olduğunu gösteren temsiller üretmek, farklı uluslardan işçiler arasındaki rekabetin yerine dayanışmayı koyan ifadelere yer vermek, yardıma muhtaç temsilinden farklı bir sınıf kavrayışını ifade eder. Buna göre asıl çelişki işçi ve burjuva sınıfları

arasındadır; eşitsizliğin kaynağı tahakküm değil sömürü ilişkileridir. Mülteci işçi, ucuz emek temsillerinde, dışlanma, ezilme ve sömürülme (Wright, 2014) koşullarının tamamının altındadır.

#### 4. SONUÇ

Bu çalışmada görüldüğü üzere, bir insanın temsiline bir unsur/nitelik eklemek daha çok o insanın söz konusu özellik ile yer aldığı olaylara haber değeri vermekle ilgilidir. Örneğin İslamcı gazetelerde mültecileri ucuz emek olarak görmememiz çalışma yaşamından haberlere yer verilmemesiyle ilgiliydi. Solcu gazetelerde ise onları yardıma alan kişiler olarak fazla görmedik çünkü yardım haberlerine yer verilmedi. Tekrar eden temsiller, tekrar eden bağlamlar, ideolojiler, sınıf kavrayışları olarak karşımıza çıktı. Yani ‘yardıma muhtaç’ ve ‘ucuz emek’ temsilleri farklı ideoloji ve sınıf kavrayışları arasındaki mücadelenin bir göstergesi olarak okunabilir.

Medyanın, yeterli sayıdaki tekrarlarla genel geçer klişeler yarattığı, medyadaki temsil mücadelesinin bir anlamda “normal”in belirlenmesi üzerine girilen bir mücadele olduğu kabul edildiğinde, ‘yardıma muhtaç’ ve ‘ucuz emek’ temsillerinin iç siyasal kutuplaşmaların dışında yapısal farklar da önerdiği görüldü. Bunlar, sınıflar arasındaki ilişki, toplumsal eşitsizlik ve çelişkinin kaynağı konularında farklı yaklaşımlara dayanıyordu.

Yardıma muhtaç temsillerinin iki sınıfsal mesajı vardı. Buna göre; (1) sınıflar arasında barışçıl bir yardımlaşma ilişkisi vardır, (2) asıl çelişki ve mücadele “zalimler” ve “mazlumlar” arasındadır. Böyle bir temsil modelinde sömürü ilişkilerinin yeri yoktur; temel eşitsizliklerin kaynağı olan tahakküm ilişkisi “zenginler” ve “fakirler” şeklinde görünen sınıflar arasında değildir. Tersine “zalimlere” karşı mücadelede bu sınıflar dayanışma halindedir; zengin fakire yardım eder, fakir de yardım yapana müteşekkire olur, dua eder. Bu şekilde sınıflar doğallaşır, sınıfsallığın (sınıfsal bölünmenin) dışlandığı bir temsil biçimi yaratılır.

Ucuz emek temsilinin Suriyeli mültecileri dışlamayan biçimleri altında da bazı sınıfsal kabuller vardı: (1) farklı etnik kökenden ve ulus-devlet vatandaşı kimseler arasında düşmanlık yoktur, (2) asıl çelişki ve mücadele “işçi” ve “burjuva” sınıfları arasındadır. Çünkü ağır çalışma koşulları kadar, linç ve rekabet içindeki temsilleri de onların işçi sınıfının bir parçası olduğunu anlatmanın yolu olarak kullanıldı. Mülteciler ilişkisel bir sınıf kavrayışı içinde sunuldu; işçi ve burjuva sınıfları karşıt çıkarları

çerçevesinde temsil edildi. Irkçılığa, etnisite ve ulus-devlet vatandaşlığı üzerinden yapılan ayrımcılıklara yer verildi ancak bunlarla mücadelenin yolu sınıf mücadelesi olarak gösterildi; Türkiyeli ve Suriyeli işçiler sınıfsal dayanışmaya davet edildi.

Suriyeli mültecilerin ‘yardıma muhtaç’ ve ‘ucuz emek’ temsilleri Türkiye’nin uluslararası rolüne ilişkin de rekabet eden yaklaşımlara sahipti. Yardıma muhtaç temsilinde mülteciler büyük bir yardım ilişkisinin parçası olarak kaldı. Türkiye’nin “cömert” temsili, yine Batı’ya önerilen farklı bir sınıfsal ilişkiyi besliyordu: yardım ilişkisi. Ucuz emek temsilinde ise Türkiye, mülteci işçi pazarı olarak temsil edildi ve uluslararası kapitalist sistemdeki rolü eleştirildi. Makalenin dayandığı doktora tezi, rekabet eden bu temsil biçimlerinin sınıf teorisi ile ilişkisini de kurar.

İki temsil biçiminin mücadelesine, dolaylı olarak, sınıflar arasındaki ilişkinin yardımlaşmaya mı yoksa mücadeleye mi dayanması gerektiği, sınıfların üretimde mi yoksa tüketimde mi aranacağı, toplumsal eşitsizliklerin öncelikle tahakküm ilişkilerinden mi yoksa sömürü ilişkilerinden mi kaynaklandığı, çelişkinin kültürel coğrafyalar mı yoksa sınıflar arasında mı olduğu mücadeleleri de katılır. Kolektif anlamların oluşumunda medya temsillerinin etkili olduğu kabul edildiğinde, farklı sınıfsal temsil biçimleri de sınıfın toplumsal/kolektif anlamının oluşmasında etkili olacaktır. ‘Yardıma muhtaç’ ve ‘ucuz emek’ temsilleri, Suriyeli mültecilerle ilişkilerimiz kadar sınıf kavrayışlarımız açısından da etkili ve belirleyicidir.

## 5. SUMMARY

This study focuses on the class aspects of Syrian refugee representations portrayed by 17 national newspapers known for their affiliations with different ideological views. Newspapers were categorized into groups, and news with no economic content was eliminated. The study sample consisted of 903 pieces of news.

The policies of media organs determine what is newsworthy and what is not. During the open coding of the data, we were able to identify that representation was not only a sum of news elements but also the value of the news. For example, Islamist newspapers had a few representations of “working refugees” while leftist newspapers had no representations of “refugees receiving aid”.

The representation of Syrian refugees as "those in need of aid", refers to the representations of refugees as widows and orphans who need and are provided with material benefits, oppressed people with whom we are supposed to share what we have, those who benefit from the helping hand of Turkish people and the generosity of the Turkish government. On the other hand, representation as “cheap labour” includes representations of refugees as those who work under exploitative conditions and create a competitive environment by working for cheaper wages than that of the local labour force, putting the capital owners at more advantageous positions in different ways.

Struggle between two of the representative preferences of 17 national newspapers advocating different political views can be deemed normatively determinant about socio-economic inequality, relations, positions (class representation) and Turkey's international role. In representation of Syrian refugees as "those in need of aid", capitalist economic relations are normalised and a beneficiary relation based on the responsibility of the rich to help the poor is affirmed. Here, Turkey is represented with generosity and selflessness, rather than with fulfillment of an international responsibility. In "representation as cheap labour", capitalist relations of production and distribution are targeted; and Turkey's international role is criticised through the construction of a representation of the country as a cheap labour market.

Under the two forms of representation of Syrians, different ideological approaches to relations between people and between countries are proposed.

When it is accepted that media representations are effective in the formation of collective meanings, it will be accepted that different forms of class representation will be effective in forming the collective meaning of “social class”. In need of aid and cheap labor, the representations are effective and decisive in terms of our understanding of class.



## **TEŞEKKÜR**

Başta danışmanım Prof. Dr. Aytül Kasapoğlu olmak üzere doktora tezimi izleyerek önemli katkılar sağlayan Prof. Dr. Sibel Kalaycıoğlu ve Prof. Dr. Nilay Kaya'ya, görüşleri ile çalışmamı geliştirmeme yardımcı olan Prof. Dr. Birsen Şahin Kütük ve Prof. Dr. Feryal Turan'a, makaleyi okuyarak bilimsel değerlendirmede bulunan hakemlere ve Prof. Dr. Funda Şenol Cantek'e, 2211-A burs programı kapsamında doktora eğitimime mali destek sağlayan TÜBİTAK'a teşekkürler.

## 6. KAYNAKÇA

- Artar, F. (2019). *Suriyeli Mültecilerin Türkiye Medyasındaki Sınıfsal Temsili*. (Yayınlanmamış Doktora tezi). Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyoloji Bölümü.
- Back, L., Bennett, A., Edles, L. D., Gibson, M., Inglis, D., Jacobs, R., Woodward, I. (2012). *Cultural Sociology: An Introduction*. USA: Wiley-Blackwell.
- Bal, H. (2016). *Nitel Araştırma Yöntem ve Teknikleri*. Bursa: Sentez.
- Bhaskar, R. (2015). *Gerçekliği Geri Kazanmak*. B. S. Aydaş (Çev.) Ankara: Nota Bene.
- Bilgin, N. (2014). *Sosyal Bilimlerde İçerik Analizi*. Ankara: Siyasal.
- Boztepe, V. (2017). Televizyon Haberlerinde Suriyeli Mültecilerin Temsili. *ilef dergisi*, 4(1), 91-122.
- Croteau, D., Hoynes, W., Milan, S. (2012). *Media / Society: Industries, Images, and Audiences*. London: SAGE.
- Çağlar, İ., Özkır, Y. (2015). Suriyeli Mültecilerin Türkiye Basınında Temsili. K. İnat & M. Ataman (Ed.) *Ortadoğu Yıllığı* içinde (s. 485-501). İstanbul: Açılım Kitap.
- Doğanay, Ü., Çoban Keneş, H. (2016). Yazılı Basında Suriyeli ‘Mülteciler’: Ayrımcı Söylemlerin Rasyonel ve Duygusal Gereçeklerinin İnşası. *Mülkiye Dergisi*, 40(1): 143 – 184.
- Eagleton, T. (1991). *Ideology: An Introduction*. London: Verso.
- Erdoğan, M. M. (2015). Türkiye’ye Kitlemel Göçlerde Son ve Dev Dalga: Suriyeliler. M. Erdoğan & A. Kaya (Der.) *Türkiye’nin Göç Tarihi: 14. Yüzyıldan 21. Yüzyıla Türkiye’ye Göçler* içinde (s. 315-347). İstanbul: Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Golding, P., Murdock, G. (2008). İdeoloji ve Kitle İletişim Araçları: Belirlenim Sorunu. L. Yaylağül & N. Korkmaz (Der.) *Medya, Popüler Kültür ve İdeoloji* içinde (s. 23-58). Ankara: Dipnot.
- Göker, G., Keskin, S. (2015). Haber Medyası ve Mülteciler: Suriyeli Mültecilerin Türk Yazılı Basınındaki Temsili. *Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi* 41 (Güz), 230-256.
- Hall, S. (2002). İdeoloji ve İletişim Kuramı. S. İrvan (Der.) *Medya Kültür Siyaset* içinde (ss. 79-96). A. Gürata (Çev.), Ankara: Pharmakon Kitap.

- Hall, S. (2017a). *Temsil: Kültürel Temsiller ve Anlamlandırma Uygulamaları*. İ. Dündar (Çev.). İstanbul: Pinhan.
- Hall, S. (2017b). Temsil İşi. S. Hall (Ed.). *Temsil: Kültürel Temsiller ve Anlamlandırma Uygulamaları* (s.21-84) içinde. İ. Dündar (Çev.), İstanbul: Pinhan.
- Hall, S. (2017c). Başkası'nın Gösterisi. S. Hall (Ed.). *Temsil: Kültürel Temsiller ve Anlamlandırma Uygulamaları* (s. 291-361) içinde. İ. Dündar (Çev.), İstanbul: Pinhan.
- Hamilton, P. (2017). Sosyal Olanı Temsil Etmek: Savaş Sonrası Hümanist Fotoğrafçılıkta Fransa ve Fransızlık. S. Hall (Ed.). *Temsil: Kültürel Temsiller ve Anlamlandırma Uygulamaları* içinde (s. 99-185). İ. Dündar (Çev.), İstanbul: Pinhan.
- Keat, R. & Urry, J. (1994). *Bilim Olarak Sosyal Teori*. N. Çelebi (Çev.) Ankara: İmge.
- Koçak, A., Arun, Ö. (2006). İçerik Analizi Çalışmalarında Örneklem Sorunu. *Selçuk Üniversitesi İletişim Dergisi* 4 (3) (s. 21-28).  
<http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:PPspZ4o0w3EJ:dergipark.gov.tr/download/article-file/177956+&cd=2&hl=en&ct=clnk&gl=tr> (Erişim Tarihi: 23.08.2018).
- Kümbetoğlu, B. (2008). *Sosyolojide ve Antropolojide Niteliksel Yöntem ve Araştırma*. İstanbul: Bağlam.
- Pakulski, J. (2014). Bir Sınıf Sonrası Analizin Esasları. E. O. Wright (Ed.) *Sınıf Analizine Yaklaşımlar* içinde (s. 197-232). V. S. Ögütte (Çev.) Ankara: Notabene.
- Pandır, M., Efe, İ., Paksoy, A. F. (2015). Türk Basınında Suriyeli Sığınmacı Temsili Üzerine Bir İçerik Analizi. *Marmara İletişim Dergisi*, 24, 1-26.
- Stevenson, N. (2008). *Medya Kültürleri*. G. Orhon & B. E. Aksoy (Çev.) Ankara: Ütopya.
- Şenol Cantek, F., Soykan, C. (2018). *AKP Döneminde Medyada Mülteci Temsili (Rapor)*.  
<https://halagazeteciyyiz.net/2018/12/25/akp-doneminde-medyada-multeci-temsili/> (Erişim Tarihi: 15.04.2019).
- Turner, G. (2016). *İngiliz Kültürel Çalışmaları*. D. Özçetin & B. Özçetin (Çev.). Ankara: Heretik.
- Van Djik, T. (1991). *Racism and the Press*. Newyork: Routledge.
- Wagner, B. (2015). *People Like Us? People Like Them? Contemporary Media Representations of Social Class*. (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Department of Social Care and Social Work, Manchester Metropolitan University. <https://e->

space.mmu.ac.uk/595495/1/Bernhard%20Wagner%20Thesis%20Final%20Post%20Viva.pdf  
(Erişim Tarihi: 23.01.2019).

Wayne, M. (2015). *Marksiizm ve Medya Araştırmaları: Anahtar Kavramlar, Çağdaş Eğilimler*. B. Cezar (Çev.), Ankara: Yordam.

Wright, E. O. (2014). *Sınıf Analizine Yaklaşımlar*. Vefa Saygın Öğütle (Çev. Ed.). Ankara: Notabene.