

**T.C.
YALOVA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**

**BREXIT REFERANDUMU KAMPANYASI SÜRECİNDE
BRİTANYA BASININDA TÜRKİYE SÖYLEMİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Berkan AYGÜN

**Uluslararası İlişkiler Anabilim Dalı
Uluslararası İlişkiler**

Tez Danışmanı: Yrd. Doç. Dr Salih BAYRAM

ARALIK - 2017

**T.C.
YALOVA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**

**BREXIT REFERANDUMU KAMPANYASI SÜRECİNDE
BRİTANYA BASININDA TÜRKİYE SÖYLEMİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Berkan AYGÜN

117207002

**Uluslararası İlişkiler Anabilim Dalı
Uluslararası İlişkiler**

Bu tez 26/12/2017 tarihinde aşağıdaki jüri tarafından oybirliği ile kabul edilmiştir.

Jüri Başkanı

☐ Kabul

☐ Red

☐ Düzeltme

Jüri Üyesi

☐ Kabul

☐ Red

☐ Düzeltme

Jüri Üyesi

☐ Kabul

☐ Red

☐ Düzeltme

BEYAN

Bu tezin yazılmasında bilimsel ahlak kurallarına uyulduğunu, başkalarının eserlerinden yararlanılması durumunda bilimsel normlara uygun olarak atıfta bulunulduğunu, kullanılan verilerde herhangi bir tahrifat yapılmadığını, tezin herhangi bir kısmının bu üniversite veya başka bir üniversitedeki başka bir tez çalışması olarak sunulmadığını beyan ederim.

Berkan AYGÜN

___/___/___

ÖNSÖZ

Bu araştırma Türkiye'nin Birleşik Krallık AB Referandumu kampanyasında Birleşik Krallık gazetelerinde nasıl gündeme geldiğini ortaya koymayı amaçlayan bir çalışmadır. Bu çalışmanın ortaya çıkmasında katkılarını esirgemeyen ve beni yönlendiren tez danışmanım Yrd. Doç. Dr. Sayın Salih BAYRAM'a sonsuz şükranlarımı sunarım. Ayrıca çalışma boyunca bana her türlü desteği veren sevgili eşim Sibel AYGÜN'e ve biricik oğlum Doğu AYGÜN'e en içten dileklerle teşekkür ederim.

Berkan AYGÜN

__/__/__

İÇİNDEKİLER

KISALTMALAR.....	iv
TABLO LİSTESİ.....	v
ŞEKİL LİSTESİ.....	vi
GÖRSEL LİSTESİ.....	vii
ÖZET.....	ix
SUMMARY.....	x
GİRİŞ.....	1
BÖLÜM 1: BREXIT.....	5
1.1 Brexit Nedir	5
1.2 AB - Birleşik Krallık İlişkilerinin Geçmişi	5
1.2.1 Birleşik Krallık'ın AET'ye Girişi.....	7
1.2.2 Birleşik Krallık'ın AB içerisinde Müstesna Olduğu Karar ve Uygulamalar	9
1.2.3 AB Karşıtlığı ve Referanduma Götüren Süreç.....	10
1.3 Referandum Kampanyaları.....	13
1.3.1 Kal Kampanyası.....	14
1.3.2 Ayrıl Kampanyası.....	21
1.4 Referandumun Sonuçları.....	27
BÖLÜM 2: TEORİK ÇERÇEVE.....	29
2.1 Postkolonyalizm.....	29
2.1.1 Oryantalizm	32
2.1.2 Oryantalizm ve Kolonyalizm İlişkisi.....	36
2.1.3 Oryantalizmin Doğu Algısı.....	38
2.2 Uluslararası İlişkilerin Yaklaşımı Olarak Postkolonyalizm.....	40
2.3 Postkolonyalizm Yaklaşımında Güç/Bilgi ve Temsil.....	43

BÖLÜM 3: METODOLOJİ.....	47
3.1 Araştırmaya Konu Olan Soru.....	47
3.2 Araştırma Yöntemi.....	47
3.3 Neden Gazeteler Seçildi ve Birleşik Krallık'ta	
Gazetelere Genel Bir Bakış.....	48
3.4 Hangi Gazetelerin Seçileceğini Belirleyen Etmenler.....	51
3.5 Hangi Arama Tabanı Neden Seçildi?.....	52
3.6 Arama Kriterlerinin Seçimi	53
3.6.1 Haber Kaynağı	53
3.6.2 Yayınlanan Ülke.....	54
3.6.3 Gazete Seçimi	54
3.6.4 Tarih Seçimi	54
3.7 Arama Anahtar Kelimeleri.....	54
3.7.1 Anahtar Kelimelerin Aranacağı Yerler.....	55
3.8 Hangi Tarihler Neden Seçildi?.....	55
 BÖLÜM 4: BULGULAR.....	 59
4.1 Temalar.....	63
4.1.1 Göç Teması.....	65
4.1.2 Tehdit Teması	76
4.1.3 Kampanya Teması.....	85
4.1.4 AB Teması	99
4.1.5 Farklılıklar Teması	111
4.1.6 İtham Teması	122
 SONUÇ	 132
KAYNAKLAR.....	140
EKLER.....	159
Ek.A Kod Açıklamaları.....	159
ÖZGEÇMİŞ.....	166

KISALTMALAR LİSTESİ

AB – Avrupa Birliği

AET – Avrupa Ekonomik Topluluğu

CON – Conservative Party

DUP – Democratic Unionist Party

IMF – International Monetary Fund

İŞİD – Irak Şam İslam Devleti (Terör Örgütü)

LD – Liberal Democrats

LAB – Labour Party

NATO - North Atlantic Treaty Organization

NHS – National Health System

OECD – Organization for Economic Corporation and Development

PBP – People Before Profit

PC – Plaid Cymru

SNP – Scottish National Party

SF – Sinn Fein

SDLP – Social Democrat and Labour Party

TDK – Türk Dil Kurumu

TUV – Traditional Unionist Voice

UK – United Kingdom of Great Britain and Northern Ireland

UKIP – United Kingdom Independence Party

TABLO LİSTESİ

Tablo 1. Birleşik Krallık AB referandumu sonuçları.....	28
Tablo 2. Gazetelerde haberlerin tespit edildiği yerleri gösterir tablo... ..	56
Tablo 3. Kappa istatistiğini ve uyuma oranlarını tablo.....	58
Tablo 4. İki değerleyici arasındaki karşılaştırmalı uyumayı gösterir tablo.	58
Tablo 5. Tema isimleri, tema haber sayıları, temalara göre kodların listesi kod haber sayıları.....	61
Tablo 6. Temalara göre haber yoğunluklarını gösterir tablo.....	61
Tablo 7. Her bir kodun kaç haberde geçtiğini gösterir tablo.....	62
Tablo 8. Her bir kodun tüm haberlerde geçen kodlara oranını gösterir tablo.	62
Tablo 9. Temalara ait kodları gösterir tablo.....	65

ŞEKİL LİSTESİ

Şekil 1. Partilere göre Kal ya da Ayrıl kampanyasını destekleyen milletvekili sayıları...	16
Şekil 2. Ana akım Birleşik Krallık gazetelerinin siyasi pozisyonuna dair sorulan soruya gazete okurlarının verdiği cevapları gösterir grafik.....	50
Şekil 3. Haberlerdeki kodların kampanya boyunca tarihe göre dağılımı.....	63
Şekil 4. Temalardaki haberlerin birbirlerine oranını gösterir grafik.....	65
Şekil 5. Göç Temasındaki kodların, tema içindeki oranlarını gösterir grafik.....	66
Şekil 6. Göç Teması İçinde Bulunan Kodların Kampanyada Tarihe Göre Dağılımı.....	67
Şekil 7. Göç Kaynağı kodundaki haberlerin temadaki diğer haberlere oranı.....	67
Şekil 8. Göç Kaynağı kodundaki haberlerin tüm haberlere oranı.....	68
Şekil 9. Nüfusu Kalabalık Ülke kodundaki haberlerin tüm haberlere oranı.....	73
Şekil 10. Nüfusu Kalabalık Ülke kodundaki haberlerin bu temadaki diğer kodlara oranı ..	74
Şekil 11. Tehdit Temasındaki kodların, tema içindeki oranlarını gösterir grafik.....	77
Şekil 12. Kampanya boyunca tehdit temasındaki haberlerin tarihe göre dağılımı.....	77
Şekil 13. Güvenlik Tehdidi Ülke kodundaki haberlerin tüm haberlere oranı.....	78
Şekil 14. Güvenlik Tehdidi Ülke kodundaki haberlerin temadaki diğer haberlere oranı...	78
Şekil 15. Ekonomik Tehdit Ülke kodundaki haberlerin temadaki diğer haberlere oranı...	82
Şekil 16. Ekonomik Tehdit Ülke kodundaki haberlerin tüm haberlere oranı.....	82
Şekil 17. Kampanya Temasındaki kodların, tema içindeki oranlarını gösterir grafik.....	86
Şekil 18. Kampanya boyunca Kampanya Temasındaki haberlerin tarihe göre dağılımı...	86
Şekil 19. Kampanya Odağı Ülke kodundaki haberlerin tüm haberlere oranı.....	87
Şekil 20. Kampanya Odağı Ülke kodundaki haberlerin temadaki diğer haberlere oranı...	87
Şekil 21. Hakkında Yalan Söylenen Ülke kodundaki haberlerin tüm haberlere oranı.....	91
Şekil 22. Hakkında Yalan Söylenen Ülke kodundaki haberlerin temada haberlere oranı....	91
Şekil 23. Hırpalanan Ülke kodundaki haberlerin tüm haberlere oranı.....	94
Şekil 24. Hırpalanan Ülke kodundaki haberlerin temadaki haberlere oranı.....	94

Şekil 25. Korkutma Aracı Ülke kodundaki haberlerin temadaki haberlere oranı.....	96
Şekil 26. Korkutma Aracı Ülke kodundaki haberlerin tüm haberlere oranı.....	97
Şekil 27. AB Temasındaki kodların, tema içindeki oranlarını gösterir grafik.....	100
Şekil 28. Kampanya boyunca AB Temasındaki haberlerin tarihe göre dağılımı.....	101
Şekil 29. AB Standartlarından Uzak Ülke kodunda haberlerin temada haberlere oranı..	102
Şekil 30. AB Standartlarından Uzak Ülke kodundaki haberlerin tüm haberlere oranı...	103
Şekil 31. AB'ye Yakında Üye Olacak Ülke kodu haberlerinin temada haberlere oranı.	105
Şekil 32. AB'ye Yakında Üye Olacak Ülke kodundaki haberlerin tüm haberlere oranı.	106
Şekil 33. İstenmeyen Ülke kodundaki haberlerin temadaki haberlere oranı	108
Şekil 34. İstenmeyen Ülke kodundaki haberlerin tüm haberlere oranı.....	109
Şekil 35. Farklılıklar Temasındaki kodların, tema içindeki oranlarını gösterir grafik....	113
Şekil 36. Kampanya boyunca Farklılıklar Temasında haberlerin tarihe göre dağılımı...	113
Şekil 37. Tampon Ülke kodundaki haberlerin temadaki haberlere oranı.....	114
Şekil 38. Tampon Ülke kodundaki haberlerin tüm haberlere oranı	114
Şekil 39. Ortadoğu Ülkesi kodundaki haberlerin temadaki haberlere oranı	117
Şekil 40. Ortadoğu Ülkesi kodundaki haberlerin tüm haberlere oranı.....	117
Şekil 41. Müslüman Ülke kodundaki haberlerin tüm haberlere oranı.....	120
Şekil 42. Müslüman Ülke kodundaki haberlerin temadaki haberlere oranı	121
Şekil 43. İtham Temasındaki kodların, tema içindeki oranlarını gösterir grafik.....	123
Şekil 44. Kampanya boyunca İtham Temasındaki haberlerin tarihe göre dağılımı.....	124
Şekil 45. Problemlı Ülke kodundaki haberlerin temadaki haberlere oranı.....	125
Şekil 46. Problemlı Ülke kodundaki haberlerin tüm haberlere oranı	125
Şekil 47. Kötü İnsanlar Türkler kodundaki haberlerin temadaki haberlere oranı.....	128
Şekil 48. Kötü İnsanlar Türkler kodundaki haberlerin tüm haberlere oranı.....	128

GÖRSEL LİSTESİ

Görsel 1. Türkiye'nin Birleşik Krallığa göç kaynağı ülke olduğuna dair hazırlanmış görsel.....	69
Görsel 2. Ayrıl kampanyası tarafı UKIP'in göçmenleri resmeden afişi.....	69
Görsel 3. Türkiye'nin nüfusuna gönderme yapan kampanya görseli.....	75
Görsel 4. Britanya'nın AB'den çıkmaması halinde terör tehdidine maruz kalacağını anlatan ve Işid militanlarını ellerinde silahları ve sembolleriyle gösteren afiş.....	79
Görsel 5. Türkiye'yi ekonomik tehdit olarak gösteren görsel.....	84
Görsel 6. Türkiye'nin komşularına dikkat çeken görsel.....	118

Yalova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tez Özeti

Tezin Başlığı: Brexit Referandumu Kampanyası Sürecinde Britanya Basınında Türkiye Söylemi	
Tezin Yazarı: Berkan AYGÜN	Danışman: Yrd. Doç. Dr. Salih BAYRAM
Kabul Tarihi: 26.12.2017	Sayfa Sayısı: 179
Anabilimdalı: Uluslararası İlişkiler Bilimdalı: Uluslararası İlişkiler	
Brexit referandumu olarak bilinen Birleşik Krallık AB referandumu küresel çapta neticeler üretebilecek, AB ve dünyanın geleceğine etki etme gücüne sahip bir oylamaydı. Bu referandumun kampanyası döneminde AB'den ayrılma ve AB'de kalma tarafları kendi kampanyalarını yürütmüşler, seçmenin kararını etkilemeye yönelik propaganda faaliyetlerinde bulunmuşlar bunun için ise çeşitli kampanya argümanları geliştirmişlerdir. Geliştirilen kampanya argümanlarının en önemlileri göç, ekonomi ve güvenlik bağlamında olurken, Türkiye'nin bütün bu meselelerle ilintili olarak kampanyanın gündeminde yer tuttuğu görülmüştür. Türkiye ilerleyen günlerde kampanyanın merkezine konmuş ve kampanyanın bir aracı haline getirilmiştir. Kampanya argümanı olarak neden Türkiye'nin seçildiği, Türkiye'nin Brexit referandumu kampanyasında nasıl, ne kadar ve hangi bağlamda yer aldığı tespit etmek bu çalışmanın amacıdır. Bu uğurda Birleşik Krallıkta ulusal çapta yayın yapan ve Tirajı yüz binin üzerinde olan gazeteler, Brexit ve Türkiye bağlamında çıkan haberler açısından içerik analizi yöntemiyle taranmış ve Türkiye'nin bu kampanyadaki mahiyeti, yeri ve bir kampanya aracı olarak neden kullanıldığının tespitine çalışılmıştır. Gazete haberleri üzerine yapılan çalışmada 25 gazeteden 254 haber elde edilirken, bu haberlerin incelenmesi sonucunda 6 ana konu altında toplanmış Türkiye'ye dair söylemi tarif eden 16 kod tespit edilmiştir. Brexit ile alakalı olarak çıkan Türkiye'ye dair haber ve yorumlardan tespit edilen söylem ve yer alışı biçimi postkolonyalist yaklaşım bağlamında değerlendirilip, yorumlanmıştır. Bu çalışmanın elde ettiği bulgulara göre Türkiye'nin Brexit referandumu kampanyasında öteki olarak yeniden tanımlanıp, referandum kampanyasının merkezine konduğu, çarpıtma ve yalanlarla seçmenin manipüle edilmesi ve korkutulması için kullanıldığı, ve bu bağlamda yeniden söylem üretilerek referandum döneminde istismar edildiği sonucuna varılmıştır.	
Anahtar kelimeler: Brexit, İçerik Analizi, Oryantalizm, Postkolonyalizm, Gazete Haberleri, Türkiye, AB	

Yalova University Insitute of Social Sciences Master Thesis Summary

Thesis Title: Discourse on Turkey In The British Press During The United Kingdom EU Referendum Campaign	
Thesis Author: Berkan AYGÜN	Advisor: Yrd. Doç. Dr. Salih BAYRAM
Date of Acceptance: 26.12.2017	Total Number of Pages: 179
Department : International Relations	Field of Study: International Relations
The United Kingdom EU Referendum - known as the Brexit referendum - was an election potent enough to create long lasting and global effects on the EU's and the world's future. During the course of this referendum's campaign, to make voters cast their vote for the desired option and to change voters' attitude towards the UK's EU membership, Leave and Remain campaigners propagated their ideas and ran their campaign by creating various arguments. While the most important campaign arguments created were about immigration, the economy and security, Turkey was observed to be in the focus of the campaign related with all the arguments that are mentioned above. In the successive days of the referendum campaign, Turkey was put in the center of the referendum discussions and turned out to be a campaign tool to convince voters. The aim of this study is to find out why Turkey was chosen as a propaganda tool and to see how often and in what context it was mentioned during the Brexit referendum campaign. To realize this aim, British national newspapers with a circulation in excess of one hundred thousand were studied by the content analysis method. In this way, it was hoped to discover why Turkey was used as a propaganda tool and what issues it corresponded to during the campaign. During the course of this study, 254 news items were obtained from 25 newspapers. Through analysis of these news items, 16 codes have been identified that describe the discourse on Turkey, categorised under 6 main themes. The Brexit-related rhetoric in the news and interpretations in the newspapers about Turkey have been discussed and interpreted in the context of Postcolonialism. In the light of the findings of this study, it was concluded that the image of Turkey was redefined, set in the heart of the campaing and used to scare voters by means of lies and distortions. In this context Turkey was re-produced in discourse and thereby abused as a campaign tool during this referendum period.	
Keywords: Brexit, Content Analysis, Orientalism, The UK Newspapers, Turkey, EU, Postcolonialism	

GİRİŞ

Dönemin “Majestelerinin Hükümeti” Başbakanı David Cameron, kamuoyuna Birleşik Krallık ile AB ilişkilerini düzenleyecek olan ve Britanya’nın AB’de kalmasının ya da çıkmasının oylanacağı bir referandumun sözünü verdiğinde, Türkiye’nin bu referandumda ne denli etkili olabileceğini muhtemelen hiç hesap etmemişti. Başbakanın 2016 yılı Şubat ayında Britanya’nın AB üyeliğinin oylanacağı referandumun Haziran’da olacağını ilan etmesiyle, Brexit Referandumu, ülke gündemine iyiden iyiye girmeye başlamıştı. Aslında Britanya’da 2015 yılında yapılan genel seçimlerden önce, seçildiği takdirde, Başbakan’ın parti içi muhalefet ve yükselen Avrupa şüpheciliği basıncını tahliye etmek için, Britanya’nın AB üyeliğini referanduma götüreceğine dair açıklaması, daha o dönemden itibaren referandum için çeşitli organizasyonların teşkil edilmesine yol açmıştı. AB üyesi olarak kalma ya da ayrılma tartışmaları, Başbakan referandum tarihini ilan edinceye kadar ki dönemde de bu gruplar tarafından gündeme getirilmekteydi. Ancak referandumun ülke gündemini domine etmesi 2016 yılı Nisan ayında Birleşik Krallık Seçim Kurulu tarafından resmi referandum kampanya taraflarının atanmasıyla gerçekleşti. Birleşik Krallığın AB referandumu, ayrıl ve kal taraftarları arasında kıran kırana bir kampanya dönemine sahne oluyordu. Bu dönemde her iki kampanya tarafı da kendi argümanları üzerinden kampanyasını yürütmüş ve seçmenin oyunun rengini etkilemeye uğraş vermişti. Bu aralıkta Britanya basınına üstten göz gezdiren her hangi bir kişinin gözden kaçırmasını imkansız kılacak sayıda ve yoğunlukta, Türkiye hakkında haber ve içerik gazetelerde boy göstermeye başladı. Bu dikkat celbeden durumu takip edildikçe, referandum kampanyası döneminde Türkiye’nin bir kampanya aracı olarak kullanıldığı ve Türkiye’ye dair tartışmaların referandumun kaderine etki edebileceğini fikri oluştu. Bu noktada Türkiye’ye dair içeriğin ne olduğunun tespiti adeta bir mesuliyet olarak belirdi. Bu açıklanması ve ortaya konması gereken, tarihi kökleri, siyasi referansları ve izah edici yönleri bulunan bir olgu olarak karşıda durmaktaydı.

Referandum kararı alınıp, kampanyası başladıktan sonra dikkat çekici biçimde Türkiye’nin gündeme gelmesi ve zikredilmesi, Türkiye’nin bu kampanya sürecinde

neden, nasıl, hangi araçlar ve motivasyonla öne çıktığı sorusunu akla getirmiştir. Bir ülkenin, başka bir ülke veya ulusüstü bir yapıyla ilişkilerini düzenleyecek bir referandum söz konusu olduğunda, referandum kampanya yürütücüleri neden üçüncü bir ülkeyi diline dolar? Bu ön plana çıkarılan ülke hakkında ne düşünülür? Brexit referandumu özelinde neden başka ülkeler değil de özellikle Türkiye kampanyanın odağına konmuştur? Coğrafi olarak uzak, referandum konusuyla birinci dereceden alakası olmayan bir ülkenin, gerçeklerin genelde manipüle edildiği ve popülist söylemlerin yükseldiği seçim kampanyası gibi bir dönemde gündeme getirilmesi ve kampanyanın odağına oturtulması düşünülmeye değerdir. Zira bu durum neden bu ülkenin seçildiğinin açıklanmasını gerektirir. Brexit referandumu kampanyasında Türkiye'nin konjonktürel ve taktik söylem olarak seçilmiş olduğunu düşünmek, naiflik olacaktır. Seçim kampanyalarının temel hedefi seçmene mesajı geçirip, algı ve karar mekanizmaları için gerekli veriyi sağlamak ve bu vesileyle seçmenlerin kararlarını istenilen yönde etkilemektir. Bu durumda kamuoyu ve seçmenlerin hassas olduğu, dikkat uyandıran mevzular işlenmektedir. Bu bilindiğine göre kamuoyu ve Birleşik Krallık harsında Türkiye'ye dair yerleşik bir algı mı söz konusudur ki, Türkiye seçilmiş ve referandum kampanyasının odağına konulmuştur? Bu çalışmanın amacı bu sorulara cevap bulmaya çalışmaktır.

Türkiye'nin referandum sürecinde nasıl ve neden gündeme geldiğinin tespiti için, Birleşik Krallıkta yayınlanan ve tirajı yüz binin üzerinde olup, ulusal çapta yayın yapan gazeteler taranmaya karar verilmiştir. Zira gazeteler çeşitli görüş ve fikirler yelpazesinde yayın yapan, takip edilebilir ve irdelenebilir en somut yazılı basın ürünleridir. İçerik analizi yöntemiyle gazetelerde, Brexit referandumu bağlamında, Türkiye'ye dair çıkan haberler incelenmiş ve Türkiye'nin haberlerde hangi şekilde geçtiğini betimleyen kodlar tespit edilmiştir. Bu kodların alakalı olduğu genel konulardan ise temalar oluşturulmuş, kodlar bu temalar altında birbiriyle ilintili olarak tartışılmıştır. Elde edilen bulguların rasyonel ve nesnel bilgilerin hilafında oluşu ve içerikte tespit edilen neredeyse nefret suçlarına varan ifadeler, bu tutumun arkasındaki güdüyü tespiti kapı aralamıştır. Tespit edilen kodlar ve temaların ortaya çıkardığı referandum kampanyasında Türkiye'ye dair söylem, teorik çerçevede içine

oturduğu, Postkolonyalist yaklaşımla ilişkilendirilmiş ve haberlerden elde edilen bulgular, bu çerçevede tartışılmıştır.

Uluslararası ilişkiler disiplinine 90'lı yıllarda dahil olan postkolonyal yaklaşım, sömürgeciliğin sona erdiği İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra edebi metinlerin incelemelerinde başlamıştır. Postkolonyalizm Batı'nın sömürge sonrası dönemde de öteki coğrafyalara tahakkümde bulunmaya devam ettiğini, onları istismar etmeye devam ettiğini öne sürer ve bu bağlamda eleştiriler getirir. Postkolonyalizm egemen güçler ve çıkarları tarafından kurulan dünya düzenini, bu güçlerin çıkarları doğrultusunda kurdukları hakimiyeti ve dünyanın geri kalanına bu güçlerin bakışını konu alır (Nair, 2017:75). Postkolonyal yaklaşıma göre Batı'nın dünyaya bakışı, devam eden istismarının en önemli araçlarından birisini teşkil eder. Batı bilgi üretim süreçlerine hakim olduğundan, temsil gücünü de elinde bulundurur. Temsil gücü Batı'nın hegemonyasını devam ettirmesinin birinci yoludur (Balcı, 2017:185). Bu temsil genelde yazın ve medyada vücut bulmaktadır. Temsil meselesine postmodern teorilere referansla yaklaşan postkolonyalizm, güç, kimlik ve gerçeğin söylemle kurulması noktasında bu teorilere başvurarak, Batı'nın bilgi üretme yetkesine hakim olduğunu, bu yolla söylemle "ötekileri" kurduğunu ve bu yolla onları istismar etmeye devam ettiğini tartışır. Buradan hareketle bu çalışmada, içerik analizi tekniğiyle elde edilen bulgulara Birleşik Krallık'ta Türkiye'ye dair söylemin mahiyeti, akıllara bu bulguların postkolonyalizm eleştirisi ışığında irdelenmesini getirmiş, Türkiye'ye dair referandum kampanyasındaki yaklaşım Said'in bu bağlamda çalışılmıştır.

Birleşik Krallık AB referandumu kampanyası boyunca Türkiye'nin neden kampanyada bu denli gündeme geldiği ve Türkiye'ye dair yer yer ayrımcılık ve yabancı düşmanlığına varan söylemin neden geliştirildiği sorusu karşımızda durmaktayken bu çalışma, batı bloğunun en önemli ülkelerinden Birleşik Krallık'ta, Türkiye'ye dair bakışı ortaya koyarak bu soruyu cevaplaması açısından önemlidir. Türkiye köklü bir geçmişe ve bir imparatorluk mirasına sahip önemli bir ülkedir ve geçmişte Avrupa ve Batı medeniyetiyle olan ilişkileri hasebiyle bugün halen bir değerler serisinin temsilidir. Türkiye'ye bakış sadece Türkiye'ye bakış değil aynı

zamanda Doğu'ya ve İslam dünyasına da bakışı akla getirmek durumundadır. Bu çalışma AB'ye tam üyelik için aday olan ülke Türkiye'nin, AB ile yollarını ayırmak üzere yola çıkan Batı medeniyetinin en önemli temsilcilerinden Birleşik Krallık'taki algısını ortaya çıkartırken aynı zamanda Batı medeniyetinin Doğu'ya dair algısı ve yaklaşımına dair de fikir vermesi açısından önem arz edebilir. Ayrıca çalışmanın Türkiye'ye batıdan bakışa dair fikir vermesi dolayısıyla, Türkiye'nin AB tam üyelik perspektifi noktasında, bu adaylığın tam üyeliğe dönüşme ihtimali hakkında da fikir vermesi hasebiyle dikkate değerdir. Dahası Türkiye'nin kendisine dair bakışı, kamu diplomasisi ve sair araçlarla yönetebilmesi için önce tespit etmesi gerektiğinden, bu çalışmayla yapılan Birleşik Krallık'taki yaklaşımın tespiti de öneme haizdir denebilir.

Çalışmanın ilk bölümü olan Brexit bölümünde AB ile Birleşik Krallık'ın geçmişten referanduma kadarki dönemde ilişkileri, referandum kararının alınması süreci ve etki eden etmenler ele alınırken yine bu bölümün devamında ayrıl ve kal kampanyalarının bileşenleri, argümanları ve önemli şahsiyetleri hakkında bilgi verilerek, referandumun çerçevesi çizilmiştir. İkinci bölümde ise Türkiye'ye dair referandum kampanyasındaki söylemin örtüştüğü uluslararası ilişkilerde postkolonyal yaklaşım ve oryantalist bakışla irdelenmiştir. Üçüncü bölümde gazetelerde çıkan haberlerin incelenmesi sürecinde izlenen bilimsel metot ve işleyiş ayrıntılı biçimde anlatılmıştır. Dördüncü bölümde ise bahsi geçen metodolojiyle incelenen haberlerin bulguları ortaya konmuş, oluşan 6 temadan her biri ve bu temalar altında toplanmış 16 koddan her biri ayrı ayrı değerlendirilmiştir. Bu bölümün ilerleyen kısımlarında bulguların nitel ve nicel verileri, haber örnekleri ile birlikte oryantalist bakış çerçevesinde tartışılmış ve Türkiye'nin Birleşik Krallık AB referandumundaki yeri açıklanmaya çalışılmıştır. Son bölüm olan beşinci bölümde ise çalışmanın ve bulguların geneline dair bir değerlendirme yapılarak, bulguların bilime, konuya ve alana katkısı tartışılmış; bu bölüm ve çalışma önerilerle sonlandırılmıştır.

1. BÖLÜM BREXIT

1.1 Brexit Nedir?

Brexit, Birleşik Krallık'ın AB'den ayrılması anlamında kullanılan bir kısaltmadır. Britanya anlamındaki “Britain” ve çıkmak, çıkış anlamında ki “Exit” kelimelerinin birleşiminden türetilmiştir. İlk olarak Wilding Peter tarafından kullanılmıştır (2012). 23 Haziran 2016 tarihinde Birleşik Krallık'ın AB'ye üye olarak kalması ya da AB üyeliğinden ayrılmasının oylandığı referandumla ilgili olarak medya organlarında ve halk arasında bu kelime yaygınlaşmış ve kullanılmıştır. Aslında Brexit kelimesinin, daha önce Yunanistan'ın ekonomik kriz nedeniyle gündeme gelen olası AB'den ayrılış senaryolarına ad olarak verilen, Yunanistan “Greece” ve çıkış “exit” kelimelerinin birleşiminden türetilmiş olan “Grexit” kelimesinden esinlenerek üretildiği bilinir.

1.2 AB - Birleşik Krallık İlişkilerinin Geçmişi

Avrupa Birliği yapısı itibariyle benzeri olmayan bir kuruluştur. AB, Amerika Birleşik Devletleri benzeri bir federasyon olmadığı gibi, Birleşmiş milletler gibi hükümetlerin sadece yardımlaştığı ve görüştüğü bir organizasyon da değildir. Bu iki örnekten ziyade, AB üye devletlerin Avrupa ölçeğinde ortak çıkarları gözetmek için belli egemenlik yetkilerini devrettiği ulus üstü yapıda bir birliktir. Egemenliklerin kısmi oranda devredildiği bu duruma Avrupa Entegrasyonu adı verilmektedir. Maastricht Avrupa Birliği Antlaşması'na göre AB'nin temel amacı Avrupalılar arasında daha yakın bir birliktelik yaratmaktır (McIver, 2011:11). Halen birlikten çıkma hazırlığında olan Birleşik Krallık da Brexit referandumuna kadar bu birliğin önemli bir parçası konumundaydı.

Birleşik Krallık AB'den önceki devirlerde ve tarih içerisinde de Avrupa'nın ayrılmaz bir parçası olagelmıştır. Bugün Britanya adasındaki ulusları oluşturan unsurların tarihi kökeni de Avrupalı'dır. Antik çağlar ve kavimler göçü döneminde Keltler (bugün ki Gallilerin, İskoçların ve İrlandalıların ataları) ve bir takım Germen

kabileleri (Anglosaksonlar ve Jütler), Britanya adasına Avrupa'dan geçerek burayı yurt edinmişlerdir. Köken ve kültür bağlamındaki bağlantının dışında tarih devirleri içerisinde Britanya ve Avrupa ilişkilerini siyasi boyutta da iç içe geçiren dönemler vardır. Bu dönemlerin başında Britanya adasının Romalılar tarafında fethi ve adanın Roma'dan yönetilmesi gelmektedir. Bu dönemde adanın büyük bir kısmı Kıta Avrupa'sından yönetilmiştir. Ada ve Avrupa başka dönemlerde de siyasi olarak entegre olmuştur. İlerleyen devirlerde Britanya Kıta Avrupa'sından gelen başka bir takım akınlara ve istilalara maruz kalmıştır. Bunların arasında bugün için en belirleyici olan ve Britanya adasının kaderini değiştiren istila, 1066 yılında Fransa'nın kuzeyindeki Normandiya Bölgesi'nden gelen Viking soylu Normanlar'ın istilasıdır. Normanlar ve halefi Angevinler döneminde Britanya adası, merkezi Avrupa kıtası olan devletlere bağlı olarak Avrupa kökenli hanedanlar tarafından yönetilmiştir (Schama, 2009). Bu süreçte Britanya adası idari, kültürel ve sosyolojik anlamda Kıta Avrupa'sından etkilenmiştir.

Rönesans dönemi ve keşifler çağı sonrasında Britanya gittikçe gelişmiş, kolonizasyon ve keşifler vasıtasıyla büyük bir devlet haline gelmiştir. Bu dönemden sonra gelen aydınlanma çağı ve endüstri devrimi dönemlerinde o dönemin İngiliz İmparatorluğu siyasi, kültürel ve ekonomik anlamda Kıta Avrupa'sıyla ortak parçası olduğu Batı medeniyetine büyük katkılarda bulunmuş; Avrupa ve dünya tarihine derin etkiler bırakmıştır. Bilim, sanat, felsefe, hukuk, edebiyat gibi Avrupa değerleri olarak tanımlanan alanlarda adalılar büyük katkılarda bulunmuşlardır (Sander, 2000). Britanyalılar da en az diğer Avrupalı ülkeler kadar Avrupalı olduklarını iddia etmektedirler (Thatcher, 1988).

Britanya Avrupa'nın ayrılmaz bir parçası olsa da ve Avrupa'dan ayrı tutulmаса da Kıta Avrupa'sı ile ilişkileri zaman zaman türbölanslı olmuştur. Doğal olarak yüzyıllar içerisinde diğer Avrupa devletleriyle defalarca savaşlar yapılmıştır. Britanyalıların dahil olduğu her savaş ve çatışma Avrupa'nın kaderine toptan etki etmiştir. I. ve II. Dünya savaşlarının gelişimi ve neticelenmesinde Büyük Britanya çok önemli roller oynamış ve Avrupa'nın kaderine etki etmiştir (Wilson, 2014:532).

II. Dünya Savaşı, I. Dünya Savaşı'nın ardından Avrupa ve dünya için, ilkinden çok daha büyük bir yıkım olarak tarihe geçmiştir. Avrupa bir taraftan modern dünyanın beşiği, yaratıcısı ve aynı zamanda öncüsü olurken diğer taraftan dünya tarihinin görüp görebileceği en büyük yıkım ve topyekûn savaşların da başlatıcısı ve merkezi olmuştur. Şüphesiz I. Dünya Savaşının ardından patlayan II. Dünya Savaşı, birincisinden gerekli dersin alınmadığının bir kanıtıydı ve her alanda maliyeti ilkinde rahmet okuttu (Armaoğlu, 2004). Avrupa ulusları bu dünya savaşlarının akabinde, artık savaşın Avrupa'ya ve dünyaya maliyetinin daha fazla farkına varmış ve savaş sonunda Avrupa içinde işbirliği daha fazla öne çıkmaya başlamıştı. Yüzyıllardan bu yana var olan birleşmiş Avrupa fikri büyük savaşların neticesinde rağbet görmeye ve daha fazla ciddiye alınmaya başlandı. II. Dünya Savaşından sonra Avrupa devletleri arasında ilk önce, zamanın ruhuna uygun olarak; geçmişte büyük sorunlara ve çatışmalara yol açan, sanayi ve savaş gücünün en önemli metalleri olan kömür ve çelik alanında işbirliğine gidildi (AB'nin Tarihçesi, 2013). 1951 yılında Belçika, Federal Almanya, Lüksemburg, Fransa, İtalya ve Hollanda'nın ortaklığıyla Avrupa Kömür ve Çelik Birliği kuruldu. Bu dönemde Birleşik Krallık topluluğa katılım için kendine yapılan daveti, bu topluluk ulus üstü bir yapı olduğu için reddetti. Avrupa Kömür ve Çelik Topluluğunun kurulmasının ardından, altı üye devlet 1957 yılında işgücü, mal ve hizmetlerin serbest dolaşımına dayanan bir ekonomik topluluk kurmaya karar verdiler. Bu durumda sadece kömür ve çelikte değil aynı zamanda diğer sektörlerde de ekonomik birliği kurma amacına yöneldiler. 1957'de Roma Antlaşması imzalanarak Avrupa Ekonomik Topluluğu (AET) kuruldu. Birleşik Krallık AET kurulduktan sonra daha fazla serbest ticaret alanı bulmak ve ortak pazardan istifade etmek için görüşmelere başladı ve 1961 yılında AET'ye başvurdu. Ancak bu başvuru 1963 yılında Charles De Gaulle öncülüğündeki Fransa tarafından veto edildi. Birleşik Krallık AET'ye ikinci defa 1967 tarihinde başvurdu ancak bu başvuru da aynı yıl içinde yine Fransa tarafından veto edildi (Wallace, 2012).

1.2.1 Birleşik Krallık'ın AET'ye girişi

Kuruluşu aşamasında Avrupa Kömür ve Çelik topluluğu tarafından yapılan daveti reddeden Birleşik Krallık, sonraki on yıl içinde iki defa Avrupa Ekonomik

Topluluğuna dönüşen birliğe üye olmak için başvurmuş ancak bu başvurular reddedilmiştir. Nihayet 1973 yılında Birleşik Krallık'ın başvurularını reddetmede başrol oynayan Charles De Gaulle'un Fransa'da iktidardan ayrılmasının da etkisiyle, ülkenin AET'ye üye olmak için yaptığı başvuru karşılık bulmuş ve Birleşik Krallık AET üyesi olmuştur. Bu noktadan itibaren Brexit Referandumuna kadar Birleşik Krallık, Avrupa Birliği ve öncül kuruluşları içerisinde yer almıştır. Ancak AB - Birleşik Krallık ilişkileri her daim inişli çıkışlı olmuştur. Aslında Birleşik Krallık'ın içinde AET'ye üye olmaya karşı ciddi bir siyasi duruş da söz konusuydu. Üyeliğinin hemen akabinde, ülke içinde AB karşıtları (Eurosceptics) tarafından, istenmeyen AET üyeliğini bir sınavdan geçirmek ve bu konudaki tartışmaları sonlandırmak için 1975 yılında bir referanduma gidildi. Bu referandum toplumun % 67'si gibi kahir bir ekseriyetin AET üyeliğini desteklemesiyle neticelendi (Wilson, 2014). Artık Birleşik Krallık'ın ilerleyen yıllarda bugünkü haline evrilecek olan Avrupa içerisindeki bu birlikteliğe dahil Britanyalılar¹ tarafından onaylanmıştı. 80'li yıllara gelindiğinde Avrupa Ekonomik Topluluğu kendi içerisinde yapısı ve geleceğiyle ilgili yeni kararlar almaya gebeydi.

Roma İmparatorluğu sonrası dönemden itibaren tarihin her döneminde, Avrupa düşününde, çeşitli şekillerde birleşik Avrupa fikri taraftar bulmuş ya da en azından zihinlerdeki yerini muhafaza etmiştir. Bu fikir Avrupa'nın birbirini kırdığı Dünya Savaşları sonrasında en revaçta olan haliyle ortaya çıkıyordu. Ekonomik topluluğun görece başarısı, Birleşik Avrupa hayali güden Avrupa muhiplerini² (Europhil) daha fazla kamçılıdı. 1985 yılında Sosyalist Jacques Delor'un Avrupa Komisyonu başkanı olmasıyla Avrupa Topluluğu daha ulusüstü bir ideale yöneldi (Wallace, 2012:532). Topluluğun amacı hukuki, siyasi, ekonomik ve kültürel anlamda birleşik bir Avrupa yaratmaktı. Siyasi anlamda Avrupa Topluluğunun uluslar üstü bir yapıya bürünmesi, üye devletlerin egemenlik anlamında daha fazla yetkiyi Brüksel'e aktarmasını gerektiriyordu. Dahası ekonomik anlamda da ortak para biriminin kullanılması öngörülüyordu. Bu Birleşik Krallık'ta kuşkuyla karşılandı. Birleşik Krallık'ta iktidarda olan Başbakan, nam-ı diğer Demir Leydi Margaret Thatcher, Birleşik

¹Birleşik Krallık'ta ülkenin adı çoğunlukla Britanya anlamında Britain şeklinde kullanılmaktadır. Bu çalışmada da Birleşik Krallık'a atfen Britanya ismi zaman zaman tercih edilmiştir.

²Tanım için Birleşik Krallık. <http://dictionary.reverso.net/english-definition/Europhile>

Krallık'ın egemenliğine dair belli yetkilerinin Brüksel'e aktarılmasına karşı tavizsiz bir tutum içerisindeydi (Thatcher, 1988). Ancak takip eden yıllarda iktidardan düştü ve yerine gelen John Major parasal ve mali birliği sağlayan ve siyasi birliğe yönelik en büyük adımlardan olan Maastricht Avrupa Birliği Anlaşması'nı imzaladı (Wallace, 2012).¹

1.2.2 Birleşik Krallık'ın AB İçerisinde Müstesna Olduğu Karar ve Uygulamalar

Birleşik Krallık, Avrupa Birliği ile olan ilişkilerinde her dönemde bir takım ayrıcalık ve istisnalar talep etmiş, adeta Avrupa Birliği ile olan ilişkilerinin seyri topluluğun diğer üyelerinden görece farklı olmuştur. Birleşik Krallık birliğe üye olmanın getirdiği çeşitli yükümlülüklerle bir takım çekinceler koymuş ve bazı yükümlülük ve ortak uygulamalardan istisna tutulmuştur (Nissen, 2006). Bu istisnalar (opt-out) belli AB ülkelerinin, diğer ülkelerce kabul edilen belli AB politikalarına katılmaktan, bu politikaları uygulamaktan ve bu politikalar konusunda karar alıcı olmaktan müstesna olmaları olarak tanımlanır (Opting Out, t.y.). Aslında bu durum Birleşik Krallık ile Avrupa Birliği arasındaki ilişkinin mahiyeti hakkında genel bir çerçeve ortaya koymayı sağlar. Birleşik Krallık 28 üye arasından, AB politikalarına dair istisna (opt-out) elde eden birkaç üyeden en fazla istisna elde eden üyedir. Bu istisnalar arasında en önemli ve en dikkat çekicileri şüphesiz ortak para birimi olan Euro'dan ve ortak mali politikalardan müstesna olmaktır. Maastricht anlaşması imzalandığında Birleşik Krallık anlaşmada öngörülen ekonomik katılımın 3. safhasına katılmayacağına dair bir opt-out imzalamış ve ortak para birimine geçmekten müstesna olmuştur (Nissen, 2006).²

Şüphesiz ortak para birimi ve sınır kontrollerini kaldıran Schengen anlaşması birleşik bir Avrupa'nın en önemli alamet-i farikalarındır. Ancak Birleşik Krallık ortak para biriminden müstesna olduğu gibi, Schengen anlaşmasından da müstesnadır ve AB

¹Anlaşma metni için Treaty of Maastricht on European Union (<http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=URISERV:xy0026>)

² Protocol (No 15) On Certain Provisions Relating To The United Kingdom Of Great Britain And Northern Ireland.
https://www.ecb.europa.eu/ecb/legal/pdf/en_protocol_15_from_c_11520080509en02010328-5.pdf
(17.01.2017)

vatandaşı olsa bile ya da AB bölgesinden gelse bile tüm yolculara pasaport kontrolü uygulamaktadır. Avrupa Birliği'nin gündelik hayatta ve pratikte gerçek bir birlik olduğunu hissettirecek en önemli iki uygulamasından da azade olması, Birleşik Krallık'ın AB ile olan ilişkisine dair önemli ipuçları sunmaktadır. Birleşik Krallık'ın müstesna olduğu politika ve uygulamalar bunlarla sınırlı kalmayıp göç, grev hakkı ve sosyal yardımları ilgilendiren kısımlardan; AB temel haklar şartından ve dahası adalet, güvenlik, özgürlükler alanında belirli karar ve politikalarından da müstesna olmuş ve bu konuda diğer AB ülkelerince kabul edilen ortak uygulamalardan azade olmuştur.

Özetle, tarihten bu yana Birleşik Krallık her alanda Avrupa'nın önemli bir parçası ve Avrupa'yı Avrupa yapan unsurlardan biri olmuştur. Ülke, Avrupa'nın gelmiş geçmiş en büyük Birlik projesi olarak adlandırılan AB'nin de önemli bir üyesi olagelmış ancak bu üyelik ve ilişki başından bu yana inişli çıkışlı ve netameli bir ilişki olmuştur.

1.2.3 AB Karşıtlığı ve Referanduma Götüren Süreç

Birleşik Krallık'ın AB üyeliğini referanduma götürmesinin geçmişe dönük olarak uzun vadede ve kısa vadede ortaya çıkan bir takım sebepleri vardır. AET'ye üye olduğundan bu yana Birleşik Krallık'ın AB ile ilişkileri inişli çıkışlı olmuştur. Birleşik Krallık Avrupa Birliğine giden yolda ilk atılan adımlar konusunda çekimser kalmış, birliğe katılımı 1973 yılını bulmuştur. Katılımından sonra ise bir takım uygulama ve politikalarından müstesna olmak için anlaşmalar imzalamıştır. Dahası ülke içerisinde birliğe katılım yönünde tartışmaların ilk başladığı dönemden itibaren Birleşik Krallık'ta AB'ye destek diğer bütün üye ülkelerden her dönemde daha az olmuştur. Birleşik Krallık vatandaşları diğer AB üyesi vatandaşlara göre kendini en az Avrupalı olarak tanımlayan vatandaşlardır. Bundan başka yine AB'ye üye ülke vatandaşları arasında ulusal egemenliği en fazla önemseyen vatandaşlar Britanyalılar olmuştur (Ormston, 2016). Bu noktada tabanda ve siyasetin içinde AB karşıtı bir görüş yer bulmuştur. Birleşik Krallık'ta AB'nin ulus üstü politikalarına, kurumlarına ve hatta AB üyeliğinin kendisine karşı muhalif olan ve karşı duran bir anlayış

olagelmıştır. Bu görüş Avrupa şüpheciliği (Euroscepticism) olarak adlandırılmaktadır.

Avrupa şüpheciliği, Taggart ve Szerszerbiak’a göre sert ve yumuşak karakterli olmak üzere iki türe ayrılarak tanımlanmaktadır: “Sert” olanı; yerel yetkilerin AB’ye transferi vurgusu ile AB üyeliğini ilke olarak reddetmektir. “Yumuşak” çeşidi ise; prensipte karşılıklı ifade etmemekte, bütünleşmenin kimi (mevcut/gelecek) planlarını onamamaktır. Sørensen ise, AB şüpheciliği olgusunu dört çeşide ayırmaktadır: 1) Ekonomik motivasyonlu AB şüpheciliği: Bu tür, saf bir gelir gider hesabına dayanmaktadır. 2) Egemenlik odaklı AB şüpheciliği: “Milli devlet ve kabiliyetleri, üyelik müktesebatı ile sınırlandırılacak ya da minimize edilecek” düşüncesi, bu bağlamda esas karakterdir. 3) Demokrasi temelli AB şüpheciliği: Burada, AB yapılarında bir demokrasi açığı dile getirilmekte ve karar mekanizmaları eleştirilmektedir. Bu yolla AB totaliter, elitist, merkezci ve bürokratik sıfatları ile betimlenmektedir. 4) Politika merkezli AB şüpheciliği: Bu çerçevede, AB’nin siyaset tarzı ve reformları “fazlaca liberal” bulunmaktadır. Sosyal ve ekonomik anlamda alt kesimlerin yeteri oranda gözetilip, ekonomik güvenliğin sağlanmadığı ileri sürülmektedir. (Taggart ve Szerszerbiak’tan aktaran Armağan, 2012: 152)

Britanya’nın Brexit Referandumuna gittiği süreçte aslında Sorensen’in tespit ettiği dört Avrupa şüpheciliğinden her biri Britanya’da tecelli etmişti. Buna paralel olarak Vasilopoulou’ya göre de Britanya’da Avrupa şüpheciliği artıran özelde durumlar, Avrupa’ya maliyet-fayda dengesi bağlamında bakıştan kaynaklanıyordu ve genelde serbest dolaşım, çok kültürlülük, sınırlar ve güvenliğe dair meselelerdi(2016:219). Avrupa şüpheciliği ülkede sadece bir siyasi partinin anlayışı olmamış, Britanya’da hakim olan her iki partide de karşılık bulmuş, dönem dönem hem Muhafazakarlar (Conservative Party) hem de İşçi Partileri (Labour Party) arasında rağbet görmüş ve savunulmuştur. Dahası partilerin kendi içlerinde de Europhil ve Eurosceptic anlayışlar çatışma halinde olmuş, bu durum ise Birleşik Krallık’ın AB ile olan ilişkilerini etkilediği gibi ülkenin iç siyasetini de derinden etkilemiştir. Parti içi çekişmeler, belli dönemlerde partilerin Avrupa Birliği politikalarını değiştirmelerine, politikaların değiştirilmediği noktalarda ise parti liderlerinin değişmesine yol

açmıştır. Brexit Referandumuna gelen süreçte Avrupa Birliği içinde olan gelişmeler de, Birleşik Krallık'ta Avrupa Birliği politikalarının sorgulanmasına daha fazla neden olmuştur (Vasilopoulo, 2016). 2008 Ekonomik krizinin AB ekonomisine etkileri ve Yunanistan'ın iflası, Birleşik Krallık içinde Avrupa Birliği'ne dair tartışmaları yükseltmiştir. AB içinde ortaya çıkan ve Birleşik Krallık'ta karşılık bulan en önemli meselelerden bir diğeri de göç meselesi olmuştur. Arap Baharının başlamasından sonra daha az istikrarlı hale gelen Ortadoğu ülkelerinden ve özellikle de 2011 yılında bir iç savaşa sürüklenerek yangın yerine dönen Suriye'den kaynaklanan ve sayısı yüz binlerle ölçülen göç dalgasına karşı AB'nin tutumu Britanyalılar tarafından onaylanmamıştır. Britanyalıların AB'ye negatif bakışı, AB'den gelen ve AB yasalarından kaynaklı kabul etmek zorunda kalınan göçmenlerin sayısı ile doğru orantılıydı. Bu dönemde Birleşik Krallığa gelen göçmen sayısındaki artış, gözlerin AB ve AB göçmen politikalarına çevrilmesine sebep olan bir başka etken olmuştur.

Bu süre zarfında Britanya demokrasisinde tarihten bu yana gelen iki hakim partili sistemde yeni bir parti daha yer bulmaya başlamış ve AB karşıtı söylem ve tutumla ciddi bir oy potansiyeli yakalamıştır. 2015 genel seçimlerinde %12 oy alan bu parti Birleşik Krallık Bağımsızlık Partisi'dir (UKIP). UKIP'in AB karşıtı söylemi AB'ye karşı tutumu gittikçe sertleştirmiş ve Muhafazakar Parti içindeki euroscepticler UKIP'in yakaladığı ivmeden etkilenecek kendi partilerinden Başbakan Cameron'a AB konusunda daha fazla baskı yapmaya başlamışlardır. AB karşıtlığı trendi karşısında Cameron 2015 genel seçimlerini kazanması halinde AB üyeliğini referanduma götüreceği sözünü vermişti. Cameron'u bu sürece iten unsurlar UKIP'in yükselişi, Muhafazakar Parti içinde UKIP'ten etkilenecek artan Avrupa şüpheciliği ve AB'nin kendi içinde göç, ekonomi ve bürokrasi gibi konularda yaşadığı sorunların Birleşik Krallığa yansımalarıydı. Öncelikle Muhafazakar Parti, hem tabanda, hem de seçilen vekiller bağlamında daha Eurosceptic bir çizgiye savruldu. Tabanda yeni ortaya çıkan bir seçmen grubu, Avrupa'ya karşı tutumu dolayısıyla UKIP'e kayma eğilimindeydi. Bu Cameron'u bu işe çözüm bulmaya iten sebeplerden biriydi. Cameron AB'nin, göç, iş piyasası ve sosyal harcamalar gibi konularında ülkesinin çıkarlarını ve gittikçe ağırlaşan bürokrasisiyle ülkesinin egemenliğini çiğneyen bir

hale geliyor olduğundan şikayetçiydi. AB'nin küresel ekonomik krizden çok etkilenmiş olması ve daha da fazla derinleşmesi beklenen AB üyeleri arası entegrasyon, Birleşik Krallık iç siyasetini, iç siyasette Başbakanı AB konusunda zorluyordu. Aslında Başbakan Cameron AB'den alacağı belli tavizler karşılığında Birleşik Krallık'ın AB'de kalması taraftarıydı. Cameron'ın referandum kararını almasında bu durum da etkili olmuştu. Cameron referandum bahanesiyle AB'den göç, ekonomi ve bürokrasi konularında daha fazla ayrıcalık ve istisna elde edecek, bu ayrıcalık ve istisnaları referandum kampanyasında kullanarak referandumdan AB'de kal sonucunu elde edecek ve bu sonuçla parti içinde ve seçmen nezdinde karşılık bulan Euroscepticlere karşı AB üyeliğini konsolide ederek tartışmalara bir son verecekti. Yani referandum bahanesiyle AB'den daha fazla ayrıcalık elde ederken, elde ettiği ayrıcalık ve istisnalarla referandumdan kal sonucunu çıkartarak AB tartışmalarına bir son verecekti. Bu arka plan ve saiklerle Başbakan Cameron Birleşik Krallığı Brexit Referandumuna götürdü.

1.3 Referandum Kampanyaları

Başbakan David Cameron'ın 20 Şubat 2016'da yaptığı konuşmada 23 Haziran 2016'yı referandum tarihi olarak duyurmasından sonra Birleşik Krallık'ta Brexit referandumu ülkenin gündeminde çok daha yoğun bir şekilde yer almaya başladı. Ancak resmi kampanya, Birleşik Krallık Seçim Kurulu tarafından 13-15 Nisan'da resmi kampanya gruplarının belirlenmesiyle başladı. Birleşik Krallık Seçim Kurulu resmi kampanya yürütücüleri olarak; Kal kampanyası için Britain Stronger in Europe grubunu, Ayrıl kampanyası için ise Vote Leave grubunu belirledi ve kampanya taraflarına, kampanya yürütme yetkisiyle beraber kaynak tahsis etti. Buna göre Vote Leave (Vote Leave Ltd.) ayrıl kampanyasının, Britain Stronger in Europe (The In Campaign Ltd.) ise Kal kampanyasının resmi kampanya tarafı oldular (The Electoral Commission, 2016). Resmi kampanyaların yanında siyasi partiler, dernekler, şirketler, sivil toplum kuruluşları da Ayrıl ya da Kal yönünde kampanyalar yürüttüler. Bu noktada siyasilerin kampanyalara yaklaşımı dikkate değer bir hal aldı. Ayrıl ya da Kal kampanyası boyunca her ne kadar siyasi partilerin ayrıl ya da kal yönünde parti politikaları olsa da, siyasilerden destek yer yer parti kararından

bağımsız olarak parti üyeleri, milletvekilleri ve bakanların bireysel tercihleri doğrultusunda gerçekleşti. Dolayısıyla aynı parti üyeleri ayrıl ya da kal yönünde farklı görüş belirtirken, rakip parti üyelerinin referandumla alakalı olarak aynı eğilimde yer alabildikleri gözlemlendi. Kampanyalar boyunca taraflar afiş, poster, pano, el ilanı, internet reklamı, TV reklamı, gazete ilanı, toplantı, miting gibi çeşitli araçlarla propaganda yaptılar. Bu propagandalarda göç, ekonomi, sosyal güvenlik gibi konular başta olmak üzere çeşitli argümanlarla seçmen etkilenecek, taraflarca istedik yönde oy kullanmaları sağlanmaya çalışıldı.

1.3.1 Kal Kampanyası

Kal kampanyası, Birleşik Krallık'ın AB'ye üye olarak kalmasını gerektiğini savunan ve Birleşik Krallık seçmenin Brexit Referandumunda AB'de Kal oyu vermesi için çalışmalar yapan kampanyadır. Birleşik Krallık Seçim Kurulu'nun belirlediği resmi kampanya yürütücüsü Britain Stronger In Europe organizasyonun yanı sıra Kal kampanyasına destek veren bir çok siyasi parti, dernek, şirket ve sivil toplum organizasyonu bulunmaktadır. Kal kampanyası, AB üyesi olarak kalmaya dair başta ekonomik olmak üzere çeşitli gerekçeler öne sürmüş ve argümanlarını çeşitli kampanya araçlarıyla anlatarak seçmenin kararını AB üyesi olarak kalma yönünde etkilemeye çalışmıştır.

1.3.1.1 Kal Kampanyasının Bileşenleri

AB'de Kal kampanyasını yürütme yetkisi resmi olarak Britain Stronger In Europe organizasyonundaydı. Ancak bu organizasyonun yanında Birleşik Krallık'ta faaliyet gösteren bazı siyasi partiler de ülkenin AB'ye üye olarak kalmasını savunmaktaydı. Bu siyasi partilerin şüphesiz en önemlisi İşçi Partisiydi. İşçi Partisi İngiliz demokrasisinin en önemli figürlerinden biri olarak Birleşik Krallık'ın AB'de kalması için "Labour In for Britain" isimli kampanyayı yürüttü. Birleşik Krallık demokrasisinin diğer en önemli partisi olan Muhafazakar Parti her ne kadar tarafsız kalacağını açıklasa da, Başbakan Cameron'un partilileri AB'den ayrılma ya da kalma konusunda kampanya için serbest bırakması hasebiyle, başta kendisi olmak üzere bir

çok bakan ve milletvekili Kal kampanyasını destekledi. Aslında Birleşik Krallık'ta faaliyet gösterip, dikkate değer oranda oy alan UKIP harici bütün partiler – çoğunluğu AB'de kalmayı desteklese de tarafsızlığını ilan eden Muhafazakar Parti de istisna olmak üzere- Kal kampanyasını desteklemiştir. Kampanyaya destek veren bu partilerin en önemlileri Liberal Demokratlar, İskoçya Milli Partisi, Galler Partisi, İngiltere ve Galler Yeşiller partisi, İskoçya Yeşiller Partisi, Kuzey İrlanda'dan da Sinn Fein Partisi'dir. Bu partiler, Birleşik Krallık genelinde UKIP ve Kuzey İrlanda'da Britanya Seçmeni'nin toplamda yüzde 1'inden azını temsil eden DUP, PBP ve TUV gibi küçük partilerin dışında kalan bütün partilerdir. Bu noktada Kal kampanyasının siyasi partilerden ciddi destek aldığını iddia etmek zorlama olmaz (Fraser, 2016).

Siyasi partilerden başka Genç Avrupa Hareketi, Britanya Etkisi gibi geçmişten bu yana Europhil olan gruplar da kampanya doğrultusunda çalışmışlardır. Bunun dışında akademisyenlerden oluşan "Academics for Europe", Doktor ve Sağlık sektörü temsilcilerinden oluşan "Healtier In the EU", hukukçulardan müteşekkil "Lawyers-In For Britain", bilim insanlarından oluşan "Scientists for EU" gibi çıkar grupları da Kal kampanyasının başarıya ulaşması için çaba sarf etmişlerdir. Çıkar grupları ve europhil gruplar dışında "Hug a Brit", "We are Europe", "Stay in Europe" gibi bağımsız ve etkili gruplar da Kal kampanyasına destek vermiştir (Rowena Mason and Cath Leveth, 2015).

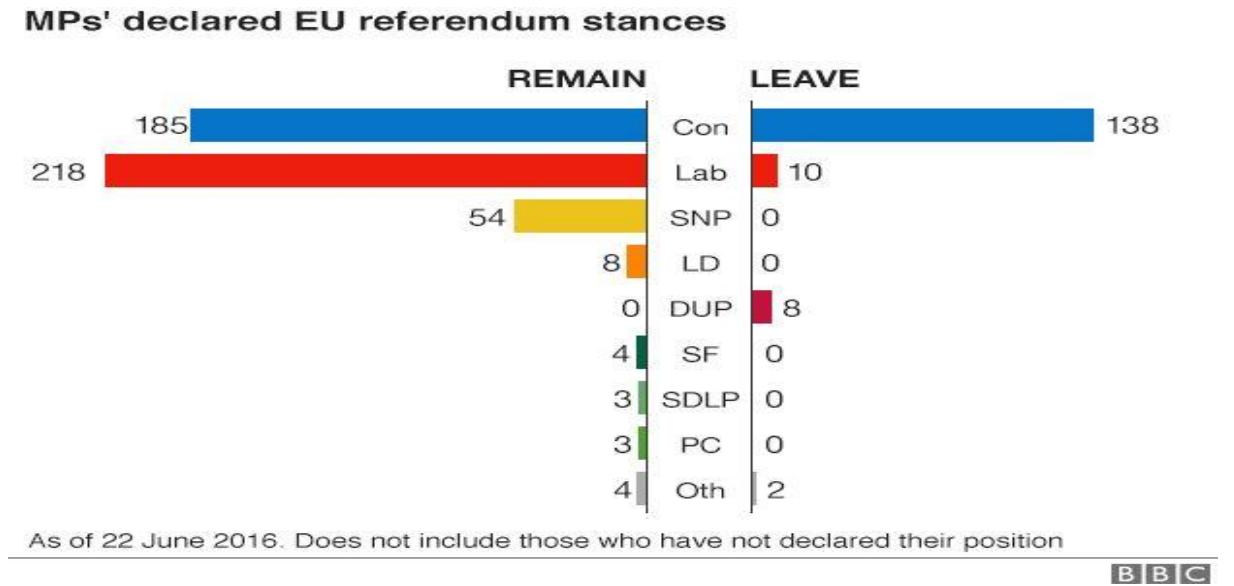
Ayrıca Avrupa Merkez Bankası, G7 organizasyonu, G20 organizasyonu, Dünya Ticaret Örgütü, Dünya Bankası, IMF, NATO ve OECD gibi önemli uluslararası örgütler de Birleşik Krallık'ın AB'de kalması gerektiğine dair görüş bildirmişlerdir.

1.3.1.2 Kal Kampanyasına Destek Veren Şahsiyetler

Brexit Referandumu, çeşitli yorumcular tarafından gerçekleştiği dönemde yaşayan Britanyalı seçmenin hayatının en önemli tercihi olarak değerlendirilmiştir (Devlin, 2016; Friedman, 2016; Elgot, 2016). Brexit referandumu diğer seçim ve referandum kampanyalarından daha farklı bir kampanya dönemi geçirmiştir. Bu farkların başında

politik şahsiyetlerin ait oldukları siyasi oluşumdan farklı bir referandum pozisyonu almaları gelir. Bir çok milletvekili seçildikleri partinin genel politikası dışında referandum tutumu almıştır.

Şekil 1. Partilere Göre Kal Ya Da Ayrıl Kampanyasını Destekleyen Milletvekili Sayıları “Remain” Sütunu Kal, “Leave” İse Ayrıl Kampanyasını Destekleyen Milletvekillerinin Sayısını Gösterir.



Kaynak : BBC, Where the cabinet and other MPs stand, 2016

Bu noktada başı çeken parti iktidardaki Muhafazakar partidir. Başbakan Cameron kabine üyelerini hangi kampanyayı destekleyeceği konusunda serbest bırakmasının da etkisiyle Majestelerinin Hükümeti’ni oluşturan partinin kabinedeki 30 bakanından 24’ü kalmayı, 6’sı ise ayrılmayı desteklemiştir. Ayrılma kampanyasına katılan bakanlar ; Avam Kamarası Lideri Chris Grayling, Kültür bakanı John Whittingdale, Kuzey İrlanda Bakanı Theresa Villiers, Adalet Bakanı Michael Gove ve İstihdamdan sorumlu devlet bakanı Priti Patel’dir. Bunlar dışında kalan, başta Başbakan David Cameron olmak üzere, önem sırası dikkate alındığında Dışişleri Bakanı Philip Hammond, Maliye ve Hazine Bakanı George Osborne, İçişleri Bakanı Theresa May, Savunma Bakanı Michael Fallon, Sağlık Bakanı Jeremy Hunt’ın da dahil olduğu 24

bakan Britanya'nın AB'ye üye olarak kalması gerektiğini deklare etmiş bakanlardır (Where the cabinet and other MPs stand, 2016).

Dünya liderleri de Birleşik Krallık'ın, dolayısıyla dünyanın kaderini etkileyecek referanduma dair görüşlerini bildirmişlerdir. Barack Obama Britanya seçmenini Birleşik Krallık'ın AB'den çıkması halinde yaşanacak olumsuzluklar konusunda uyararak, AB'de kalınması yönünde tutum sergilemiştir (Stewart ve Khomami, 2016). Obama'dan başka AB liderlerinden AB Konseyi başkanı Donald Tusk'ta Birleşik Krallık'ın AB'den çıkışının sadece AB'nin değil Batı dünyası politik medeniyetinin de sonu olabileceği konusunda uyarıda bulunarak Britanya'nın AB'de kalması yönünde görüş bildiren önemli şahsiyetler arasındadır(Maurice, 2016). Aynı şekilde Fransa Cumhurbaşkanı Holland ve Almanya Şansölyesi Merkel'de Birleşik Krallık'ın AB'de kalması gerektiğini vurgulayan diğer önemli şahsiyetler arasındadır. Eski BM Genel Sekreteri Kofi Annan, Hillary Clinton, Nato'nun son 5 genel sekreteri ve eski ABD dışişleri bakanı Madeleine Albright'ta AB'ye üye kalınması gerektiğini kamuoyuna duyurmaktan geri durmamıştır (Mason vd., 2016).

1.3.1.3 İncelemeye Konu Olan Gazetelerden Kal Yönünde Görüş Bildirenler

İngiliz gazeteleri seçim dönemlerinde, seçim kampanyaları başladığı zaman geleneksel olarak gazetenin seçimlerdeki kurumsal pozisyonunu yani oyunun rengini açıklar ve parti tercihinin ilan eder. Bu duruma endorsement denir. Bu gelenek halinde Britanya demokrasisinde devam ede gelmektedir. Bu tercih bildirimi, tercihin gerekçelerini bildiren bir baş yazı niteliğindedir. Aynı şey Brexit referandumu döneminde de yapılmış ve gazeteler kendi tutum ve tercihlerini açıklamıştır. Buna göre aşağıdaki gazeteler AB'de kalma yönünde tercihlerini bildirmişlerdir :

Daily Mirror

Guardian

Independent

Evening Standard

Mail on Sunday

Observer

Sunday Mail

Sunday Mirror

Sunday Herald

Sunday People

Daily Record

The Times (Bennett, 2016)

1.3.1.4 Kal Kampanyasının Argümanları

Birleşik Krallık'ın AB'ye üye olarak kalması noktasında fikir bildirenler, bu fikirleri için çeşitli gerekçeler öne sürmüşler ve bu gerekçeler marifetiyle seçmeni kal yönünde oy kullanmaya iknaya çalışmışlardır. Kal kampanyası Argümanları temelde ekonomi bazlı olmuş, ayrıca güvenlik ve kültür konularında da argümanlar ileri sürülmüştür. Ayrıl kampanyasının agresif ve itham edici kampanyası, Kal kampanyasının gidişatını etkilemiştir. Bu noktada Kal kampanyası, suçlama ve karşı propaganda karşısında savunma ve açıklama getirme pozisyonlarını almak durumunda kalmıştır. Temelde Kal kampanyasının argümanları ekonomi, ticaret, işçi hakları, istihdam, sosyal haklar ve kültürel kimliğe dairdir. Bu sayılanlara karşın, ayrıl kampanyasının propagandasına cevaben Kal kampanyası; göç, egemenlik, uluslararası ticari anlaşmalar ve güvenlik alanında savunma ve açıklama pozisyonunda mevzilenmiş ve cevap niteliğinde karşı argümanlar üretmiştir (Nunn, 2016:16).

Kal kampanyasının seçmeni etkilemede kullandığı en önemli argümanlar ekonomiye dair olmuştur. Kal kampanyası bu süreçte İngiltere Merkez Bankası'nın açıklamalarını kampanya aracı olarak kullanmıştır. İngiltere Merkez Bankası Birleşik Krallık AB'den ayrılırsa, bu durumun ülke ekonomisine büyük etkisi olacağını,

ekonominin resesyona gireceğini bunun da işsizliği artırıp aile bütçesi üzerinde baskıya yol açacağını açıklamıştı. Kal kampanyası AB’de kalmanın gıda, yakıt, konut harcamalarında aile için daha avantajlı bir durum yarattığını ileri sürmüştür. Dahası kampanya broşürleri ve internet sitelerinde, her 10 ekonomi uzmanından 9’unun AB’den çıkmanın Birleşik Krallık ekonomisini yaralayacağını belirttiğini ileri sürmüştür. Kampanya, bu uzmanlara göre AB’den çıkıldığı takdirde Pound’un değerinin düşeceği, bunun da emekli aylıklarını düşüreceği, mortgage faizlerinin artacağı ve ailelerin sahip olduğu evlerin değerlerinin düşeceği iddialarını ön plana çıkarmıştır (Get the Facts, 2016).

Kal kampanyasının en önemli argümanlarından bir diğeri ise yine ekonomiyle ilgili olan istihdam meselesidir. Britain Stronger In Europe organizasyonu resmi sitesinde istihdamla ilgili olarak Birleşik Krallık’ta 3 Milyon işin direk AB ile olan ticarete bağlı olduğunu bunun da her 10 işten 1’ine tekabül ettiğini açıklamıştır. Site AB’ye üye kalmanın 2030 yılına kadar 790 bin yeni iş yaratarak ülkede istihdamı artıracağını ve Britanyalılar için daha fazla iş fırsatı sunacağını belirtmiştir. Dahası kampanya boyunca kalma taraftarları, AB üyesi kalındığı takdirde diğer AB ülkelerinde de iş fırsatlarının Britanyalılar için bir fırsat olarak kalmaya devam edeceğini vurgulamışlar, AB’den ayrıldığında ise uzmanların birinci planda 950 bin işin kaybolacağını söylediğini iddia etmişlerdir. İstihdam minvalinde yapılan Kal kampanyasının diğer bir iddiası da ortalama ücretin haftalık 38 pound düşeceğidir (Get the facts, 2016). İstihdamla bağlantılı olarak Britanya toplumunun yaklaşık yüzde 70’inden fazlasını oluşturan ücretli çalışanlarında kal yönünde desteğini temin için, Kal kampanyasında AB’ye üye kalmanın ücretlilere ve işçi sınıfına faydası vurgulanmıştır (Cunningham vd., 2013). Buna göre AB yasalarının çalışanların haklarını teminat altına aldığına ve çalışanları koruduğuna dikkat çekilmiştir. AB yasalarıyla annelik izni, ücretli izin, emeklilik hakkı, sosyal güvenlik hakları gibi hakların teminat altında olduğu ve AB’den çıkılması durumunda bu hakların bir kısmının kısıtlanabileceği, AB’de kalındığı takdirde ise bütün bu hakların, çalışma yasalarının değişmesini savunan Ayrılıcıların hükümetleri döneminde bile saklı kalacağı, Kal kampanyasının ileri sürdüğü argümanlar arasındadır.

AB’de kalmak için öne sürülen sebepler arasında ticaret ve iş yaşamına dair olanlar da önemli bir yer tutmuştur. Buna göre Birleşik Krallık’ın ihracatının %44’ünü AB’ye yaptığı, Birleşik Krallık’ın AB üyeliğiyle dünyanın en büyük ortak pazarına dahil olduğu ve burada 500 milyon müşteriye ulaştığı vurgulanmıştır. Kampanya boyunca Birleşik Krallık menşeli 1 milyon işyerinin ithalat-ihracat harcı olmadan ve bürokrasi olmaksızın bu pazarla iş ve ticaret yapmakta olduğu, AB’den çıkıldığı takdirde belli başlı büyük firmaların Birleşik Krallık’tan çekileceği, çekildiği durumda ise bunun daha pahalı bir hayat, düşük ücret ve hane halkı için daha zor günler anlamına geleceği öne sürülmüştür (Why the government believes, 2016).

Özetle Kal kampanyası ekonomiyle ilgili olarak yaptığı kampanyada, Birleşik Krallık’ın AB ile olan birlikteliğinde ekonomik olarak birçok bağı olduğunu, yüzbinlerce iş yapıldığını, AB’de büyük bir pazara ulaştığını, gümrük birliği ve diğer ticari kolaylıklarla mallar ve hizmetlere daha kolay ve ucuz erişim sağlandığını, çıkıldığı takdirde ise bu iş ve imkânların kaybolmasıyla istihdamın azalacağını, hayatın pahalılaşacağını, aileler için yaşamın zorlaşacağını belirtmiş ve seçmenden AB’de kal yönünde oy istemiştir.

Ekonomi ile bağlantılı konular dışında Kal kampanyasına destek veren kişi, kurum ve organizasyonlar kültürel olarak da Birleşik Krallık’ın Avrupa’nın bir parçası olduğunu öne sürmüş ve Avrupa değerlerini yaratan, dolayısıyla ona bağlı bir ülke olan Birleşik Krallık’ın AB’den ayrılması durumunda bu değerlere halel gelebileceğini iddia ederek AB’de kalma yönünde kampanya argümanlarına bir diğerini eklemiştir. Dahası Britanya’nın AB üyesi kalarak dünya üzerinde ve alınan küresel kararlarda daha etkin bir pozisyonda olacağı belirtilmek suretiyle seçmen etkilenmeye çalışılmıştır.

Kal kampanyasının bir takım argümanı, Ayrıl kampanyasının argümanlarına cevaben geliştirilmiştir. Ayrıl kampanyası göç, egemenlik ve güvenlik konularını seçmene AB’den ayrılma noktasında oy verdirmek için kullanmıştır. Buna göre ayrıl kampanyası AB’den ayrılmak için öne sürdüğü sebepler arasında AB serbest dolaşım ve göçmen yasası kaynaklı göçmen akınını, yani göç meselesini ön plana çıkarmıştır.

Ayrıl kampanyasına göre AB yasalarından kaynaklanan göçmen akını Birleşik Krallık'ta bir takım sıkıntılara yol açmaktaydı. Buna göre göçmenler sosyal hizmetlerin, ekonomik olanakların Britanyalılara yeteri miktarda ulaşmasına engel oluyordu. Dahası AB'ye üye olarak kalındığı sürece göçmen akınının devam edeceğini vurgulamıştı. Bu durumda Kal kampanyası AB'den ayrıldığı noktada göçmen akınının duracağını garanti etmediğini, AB'den ayrılırsa AB vatandaşı olup Britanya'da çalışan kişiler yerine, onlardan boşalan işgücünü ikame için yine göçmenlerin gelmek durumunda kalacağını savunmuştur. Kal kampanyasının cevaben ürettiği diğer bir argüman ise güvenlik konusundadır. Ayrıl kampanyasının AB'de kalmanın göçmenler dolayısıyla güvenlik tehdidi oluşturduğuna dair savına karşılık Kal kampanyası AB'de kalmanın diğer AB ülkeleriyle istihbarat paylaşımı ve Europol gibi olanaklar dolayısıyla Britanya'nın güvenliğine hizmet edeceğini savunmuştur. Ayrıl kampanyasına karşı üretilen en önemli argümanlardan bir diğeri de egemenlik konusundadır. Ayrıl kampanyası Britanya'nın AB'nin ulusüstü bir organizasyon olması itibarı ile AB'ye devrettiği yetkilerin Britanya'nın bağımsızlığını zedelediğini öne sürerek, Britanya'nın Brüksel'den yönetildiğini iddia etmiştir. Buna karşın Kal kampanyası Birleşik Krallık'ın Avrupa parlamentosu ve konseyinde temsil edildiğini, AB kararlarında etkin olduğunu, hal böyleyken Birleşik Krallık yasalarının sadece %15'inin Brüksel'den yapıldığını ve bu yasaların işçi hakları, tüketici hakları gibi görece önemsiz konularda olduğunu savunmuştur (What does Leave Look Like, 2016).

1.3.2 Ayrıl Kampanyası

Ayrıl kampanyası, Birleşik Krallık'ın AB üyeliğinden ayrılması gerektiğini savunan ve Birleşik Krallık seçmeninin Brexit Referandumunda AB'den ayrıl oyu vermesi için çalışmalar yapan kampanyadır. Birleşik Krallık Seçim Kurulu'nun belirlediği resmi kampanya yürütücüsü Vote Leave organizasyonun yanı sıra ayrıl kampanyasına destek veren bir çok siyasi parti, dernek, şirket ve sivil toplum organizasyonu bulunmaktadır. Ayrıl kampanyası, AB üyeliğinden ayrılmak adına başta göç olmak üzere çeşitli gerekçeler öne sürmüş ve argümanlarını çeşitli

kampanya araçlarıyla anlatarak seçmenin kararını AB'den ayrılma yönünde etkilemeye çalışmıştır.

1.3.2.1 Ayrıl Kampanyasının Bileşenleri

Referandum tarihi resmi olarak Başbakan Cameron tarafından duyurulduktan yaklaşık 2 ay sonra, 13 Nisan 2016 tarihinde Birleşik Krallık Seçim Kurulu referandum kampanyasını başlattı ve Ayrıl kampanyasının resmi yürütücüsü olarak da Vote Leave organizasyonunu atadığını ilan etti (Electoral Commission, 2016). Vote Leave organizasyonu ayrıl kampanyasının başat ve resmi yürütücüsü olurken, bu organizasyonun yanında ülkelerinin kaderinin AB dışında şekillenmesini isteyen dernek, siyasi parti, meslek grubu gibi diğer bir takım organizasyonlarda, Britanya'nın AB üyeliğinden çıkması için çalışmalar yaptı. Bu organizasyonlardan en dikkate şayan olanlar siyasi partilerdir. Siyasi partiler nezdinde bir takım Muhafazakar Partililer, UKIP ve DUP, PBP, TUV gibi küçük partiler Birleşik Krallık'ın AB'den ayrılması gerektiği konusunda seçmeni iknaya çalıştılar. Bu noktada birçok Muhafazakar partili –parti referanduma dair görüşünü tarafsız olarak belirlediği için- Vote Leave grubunda kampanya yürütmüştür. Muhafazakarlardan ayrıl kampanyası yürütenler arasında kabineden 5 bakan ve milletvekillerinin ise neredeyse yarısı vardı. Birleşik Krallık'ın AB'den ayrılması yönünde çabalayan diğer bir siyasi oluşum da, bir bütün halinde ayrıl kampanyası yapan, son genel seçimlerde 4 Milyon seçmenin oyunu alarak %13 oy oranını yakalayan UKIP'tir. UKIP ve partilileri Leave.EU organizasyonunu yürüterek daha ziyade göç argümanına temas etmek suretiyle ayrıl kampanyasına destek verdi. Vote Leave kampanyası ekonomiye dair argümanları kullanırken, “Leave EU” göç ve göçmenler konusu üzerinde durdu. Bir süre sonra bu iki kampanya argümanlar ve yaklaşımlar noktasında karşı karşıya geldi. Ayrıl kampanyası içinde iki önemli organizasyonun çekişmesi Grassroots organizasyonunu ortaya çıkardı. Grassroots organizasyonu “Leave EU” ve “Vote Leave” organizasyonları kadar taraftar topladı. Bu organizasyon 1500 meclis üyesinin, çeşitli partilerden siyasetçilerin desteğini alırken, sosyal medya da 2.7 milyon takipçiye, ıslak imzalı ise 100 bin imza desteğine ulaştı. Partilerinin Kal yönünde karar almalarına rağmen ayrıl kampanyasına destek veren

İşçi partili bir takım siyasetçiler de oldu. Bu siyasetçilerin inisiyatifi “Labour Leave” adındaki organizasyondur ve 4 İşçi Partili milletvekili tarafından yürütülmüştür. İşçi partili Ayrıl kampanyacıları dışında bir de “Trade Unionist and Socialist Coalition”, Liberal Demokratlar ve Yeşiller Partisinin içinde de ayrıl kampanyası yapan gruplar söz konusu olmuştur. Son olarak ayrıl kampanyasına destek veren organizasyonlar arasında “Left Leave” isimli, komünist parti ve diğer sol partilerin ön almasıyla ortaya çıkan organizasyon da sayılabilir (Sabur, 2016).

Ayrıl kampanyasının bileşenlerinin sayısı ve organizasyon anlamında hacmi Kal kampanyasının gerisindeydi. Siyasilerin, meslek kuruluşlarının, sivil toplum örgütlerinin çoğunluğunun desteğini Kal kampanyası almıştır ancak Ayrıl kampanyasının güçlü mesajı ve kampanya sürecinde başı çeken simaların etkililiği sonucun belirlenmesinde etkili olmuştur.

1.3.2.2. Ayrıl kampanyasına destek veren Şahsiyetler

Birleşik Krallık AB referandumunda Ayrıl kampanyası neredeyse bütün anketleri yanıltarak kampanyalarının hedefleri doğrultusunda Birleşik Krallığı AB’den çıkarma sürecini başlatmıştır. Bilindiği üzere Brexit Referandumu genel ve yerel seçimlerden farklı olarak, çeşitli kampanya destekçilerinin standardın dışında bir biçimde örgütlendiği bir referandum tecrübesi olmuştur. Buna göre ayrıl ya da kal doğrultusunda ilke kararı alan siyasi parti, sivil toplum kuruluşu, dernek ve vakıf üyeleri çapraz bir örgütlenme sergileyerek, bağlı oldukları organizasyonlardan farklı seçim eğilimlerine meyledebilmişlerdir. Bu nokta itibarıyla kampanya sürecinde özellikle referandumdan istediği sonucu çıkarmayı başaran Ayrıl kampanyası için kampanyayı yürüten ve destek veren şahsiyetler çok önemli olmuştur.

Siyasi şahsiyetler göz önüne alındığında en çok öne çıkan iki isim şüphesiz Nigel Farage ve Boris Johnson olmuştur. Boris Johnson eski Londra Belediye başkanı olarak oldukça yüksek bir popüleriteye sahip olmasını kullanarak kampanya yürüttü. Aynı zamanda Muhafazakar parti milletvekili olan Johnson kabine toplantılarına da katılma yetkisine sahipti. Vote Leave kampanya organizasyonu dahilinde

konuşmalar, mitingler ve TV programlarıyla seçmeni AB'den ayrılmaya iknaya çalışan en önemli figürlerden biri olarak öne çıktı. Diğer taraftan ayrıl kampanyasının belki de Boris Johnson'dan bile önemli şahsiyeti Nigel Farage'dı. Birleşik Krallık'ta Avrupa şüpheciliğinin yüzü olarak bilinen UKIP'in lideri, Grassroots organizasyonu içinde yer aldı ve tüm kampanya boyunca sansasyonel çıkışlar yaptı. Göç ve göçmen konusu kampanya argümanı olarak daha çok kullanan Farage zaman zaman bu tutumuyla yabancı düşmanı olmakla eleştirildi. Bu eleştirilere rağmen Nigel Farage kampanya boyunca etkinliklerini sürdürdü ve Birleşik Krallık'ın AB'den çıkmasında önemli bir rol oynadı.

Bu iki öne çıkan isim dışında, kabineden Adalet bakanı Michael Gove, Kuzey İrlanda Bakanı Theresa Villiers, Kültür bakanı John Whittingdale ve Avam kamarası başkanı Chris Grayling ayrıl kampanyasına destek verdiler. Muhafazkar kabineden bu bakanlardan başka 138 Muhafazakar milletvekili daha Britanya'nın AB'den ayrılmasını istediklerini açıklamıştır. Muhafazakar partinin ezeli rakibi İşçi Partisinden de içlerinde Gisela Stuart ve Graham Stringer'ın bulunduğu 5 milletvekili ayrıl yönünde kampanya yürütmüştür (Bloom, 2016).

Birleşik Krallık gibi bir ülkenin böylesine önemli ve etkileri önümüzdeki on yıllara yayılacak referandumuna yönelik AB içinden ve dünyanın kalan kısmından da yorumlar gelmiştir. AB'de kalınması yönündeki çağrılar kadar yoğun olmasa da Britanya'nın AB'den ayrılmasını olumlulayan çağrılar gelmiştir. AB içinden gelen ayrılmaya destek genel de merkez siyasetin dışında aşırılıklarla adı anılan şahsiyetlerden olmuştur. Bunlar arasında Fransız Marine Le Pen, Almanya'dan Pegida'nın kurucusu Lutz Bachman ve Hollandalı Geert Wilders en dikkat çekici olanlarıdır (Chrisafis, 2016). 2017 yılı Ocak ayında ABD Başkanlığını Obama'dan devralan, referandum kampanyası sırasında Cumhuriyetçilerin Başkan adayı olan, 45. ABD Başkanı Donald Trump da Birleşik Krallık'ın AB'den ayrılmasını desteklemiştir (Hope vd., 2016).

1.3.2.3 İncelemeye Konu Olan Gazetelerden Ayrıl Yönünde Görüş Bildirenler

Britanya seçimlerinde geleneksel olarak gazetelerin tercihlerini bildirmeleri doğrultusunda, referandumdan önce ayrıl yönünde tercih bildiren gazeteler olmuştur. Bu Birleşik Krallık basınında bir gelenektir. Gazeteler seçimle ilgili tutumlarını açıklarlar. Buna göre ayrıl kampanyasını desteklediğini ve Britanya'nın ayrılmasını onayladığını bildiren gazeteler aşağıdaki gibidir (Bennett, 2016):

Daily Express

Daily Mail

The Daily Telegraph

The Sun

The Sunday Sun

The Sunday Telegraph

Sunday Mail

Sunday Express

1.3.2.4 Ayrıl Kampanyasının Argümanları

Birleşik Krallık'ın AB'den ayrılmasını savunanlar ayrılmak için çeşitli gerekçeler öne sürmüşler ve bu gerekçeler marifetiyle seçmeni ayrıl yönünde oy kullanmaya ikna etmeye çalışmışlardır. Ayrıl kampanyası argümanları temelde göç ve ekonomi bazlı olmuştur. Ayrıca egemenlik ve güvenlik konularında da kampanya yürütücüleri argümanlar ileri sürmüştür. Ayrıl kampanyası Kal kampanyasına karşı agresif ve itham edici bir tutum alırken temelde argümanları ekonomi, göç, egemenlik, sosyal güvenlik, kamu harcamaları ve güvenliğe dairdir (Nunn, 2016).

Brexit Kampanyası boyunca Ayrıl kampanyasının öne sürdüğü argümanların en önemlisi göç argümanı olmuştur. Google istatistiklerine göre kampanya boyunca

Google’da referandum bağlamında yapılan aramalarda başı göç ve göçmenler konusunun çektiği bildirilmiştir (Duncan, 2016). Bu, ayrıl kampanyasının, göç argümanını seçmenin zihninde yer edecek şekilde seçmene ulaştırdığı anlamına gelir. Ayrıl kampanyası, AB yasaları dolayısıyla göçmenlerin Britanya’da seyahat, yaşama, çalışma gibi haklar elde ettiğini söylemiştir. Buna göre göçmenler Britanya’da kamu harcamasına sebep olmakta, sosyal imkânların kullanımı kısıtlanmakta, eğitim ve sağlık gibi konularda Britanyalıların hakkı olan imkânları kullanmaktadırlar. Dahası göçmenlerle birlikte suç oranlarının arttığı ve bu durumun artık güvenlik problemi haline geldiğini iddia etmektedirler. Ayrıl kampanyası bu durumu değiştirmenin AB yasaları sebebiyle imkansız olduğunu altını çizmiş, eğer AB’den çıkılırsa ülke sınırlarının kontrolünün kendilerine geçeceğini iddia etmişlerdir (Briefing immigration, 2016). Göç konusu özellikle Nigel Farage tarafından sıkça işlenmiş, zaman zaman ayrıl kampanyası yabancı düşmanlığıyla suçlanmıştır.

Ayrıl kampanyasının üzerinde durduğu bir diğer mesele de egemenlik meselesidir. Egemenlik konusu sık sık Muhafazakar Milletvekili ve bakanlar Boris Johnson ve Michael Gove tarafından dile getirilmiştir. Buna göre Britanya, Britanya seçmeninin seçmediği AB Komisyonunun tarafından alınan kararları uygulamak zorunda kalmakta, bunun da Birleşik Krallık’ın egemenliğinin halefine olduğu gibi demokratik olmaktan da uzak olduğuna işaret edilmektedir. AB hukukunun Birleşik Krallık Hukukunun üzerinde olduğu dolayısıyla, ülkenin hukukunu ülke seçmeninin seçmediği kişilerce yapıldığı öne sürülmüştür. Birlik içinde toptan alınan kararları Britanya’nın uygulamak zorunda kaldığı, göç, balıkçılık, insan hakları gibi konularda karar alınamadığı bunun da ülke egemenliğinde zaafa neden olup, Britanyalıların Britanya’yı yönetmelerine engel olduğu iddia edilmiştir (Briefing control, 2016). Egemenlik anlamında bu noktalar ön plana çıkarılıp seçmenden ayrıl oyu vermesi talep edilmiştir.

Ayrıl kampanyasının öne sürdüğü bir takım diğer argümanlar ise ekonomi temellidir. İlk olarak ayrıl kampanyası bileşenleri AB’ye üyelik bedeli dedikleri bir bedel ortaya atmışlardır ve bunun haftalık 350 milyon pound olduğunu iddia etmişlerdir. Buna göre ödenen bu para karşılığı AB’den alınan destekleme ve yardımlar bu meblağın

sadece üçte biri oranında olduğu vurgulanmak suretiyle harcama bu paraların NHS gibi sağlık kurumlarına aktarılıp daha iyi bir sağlık hizmet standardı sağlanabileceğine dikkat çekmişlerdir (Briefing Health, 2016). Diğer taraftan ekonomi temelinde kampanya boyunca, AB dolayısıyla Birleşik Krallık'ın çeşitli ekonomik anlaşmalara imza atmadığı, belli vergileri kaldıramadığı için dar gelirliilere yük bindiği ve üyeliğinin Britanyalıları yaşam masrafları anlamında maliyetli olduğu, AB dolayısıyla çeşitli ticaret imkanlarının kaybedildiği ve dolayısıyla istihdamın düştüğü vurgulanmıştır (Briefing Cost, 2016).

Ayrıl kampanyasının güvenlik konusunda da ileri sürdüğü argümanlar söz konusu olmuştur. İlk olarak göç ve göçmenler dolayısıyla Britanya'nın güvenlik zafiyetine düştüğü vurgulandıktan sonra AB temel haklar şartı dolayısıyla suçlu yabancıların sınır dışı edilemediği öne sürülmüştür. Ayrıl kampanya yürütücüleri seçmene, Birleşik Krallık polis ve istihbarat servisinin kontrolünün AB'nin elinde olduğu ve AB'de kalmanın Birleşik Krallığı güvenlik zafiyetine uğrattığı propagandası yapmıştır (Briefing Safety, 2016).

1.4 Referandumun Sonuçları

Birleşik Krallık AB Referandumu Britanya'nın, AB'nin ve uluslar arası ilişkilerin kaderi açısından büyük önem arz eden bir demokrasi olayı olmuştur. Britanya seçmeninin tercihleri bütün dünyada yankılanacak ölçüde etkili bir sonuca dönüşmüştür. Beklentilerin aksine Kal kampanyasına uluslararası camia ve organizasyonlardan, Britanya entelektüel ve sanat kamuoyundan tevcih edilen muazzam destek karşılığını sandıkta bulamamış, hal böyleyken Ayrıl kampanyasının; yabancı düşmanı, yalan beyan gibi ithamlarla anılan agresif kampanyası seçmeni avlamayı başarmıştır. Birleşik Krallık'ta faaliyet gösteren birçok kamuoyu araştırma şirketi referandum sonuçlarını kestirmekte başarısız olmuşlar, çıkan sonuç belli oranda şaşırtıcı olmuştur.

Tablo 1. Birleşik Krallık AB Referandumu Sonuçları

Büyük Britanya Birleşik Krallık AB Üyeliği Referandumu 2016		
Tercih	Oy Sayısı	%
AB'den Ayrıl	17,410,742	51.89
AB Üyesi Olarak Kal	16,141,241	48.11
Geçerli Oy	33,551,983	99.92
Geçersiz ya da Boş Oy	25,359	0.08
Katılım Oranı	72.2	

Kaynak: Electoral Commission, 2016

Buna göre Birleşik Krallık %51.89 ayrıl oyuyla, AB'den ayrılma yönünde karar almıştır.

2. BÖLÜM TEORİK ÇERÇEVE

Birleşik Krallık'ta 23 Haziran 2016 tarihinde AB'de kalma ya da AB'den çıkmayı oylayan referandum gerçekleştirilmiş, referandum sonucunda ise Britanya seçmeni AB'den ayrılmaya karar vermiştir. Kampanya süreci muhakkak seçmenin tercihinin etki etmiş, tarihin akışını değiştirmiştir. Bu durumda kampanya sürecinde tarafların kullandığı argümanlar dikkate değerdir. Türkiye'nin bir kampanya argümanı olarak kullanıldığı bilindiğine göre, bu ülkenin hangi bağlam ve bakışla ele alındığı ve bu ele alışı fikri altyapısı önemlidir.

2.1 Postkolonyalizm

Kolonyalizm Türk Dil Kurumu sözlüğünde “sömürgecilik” olarak tanımlanmıştır. ‘Post’ ön eki ise genellikle zamana dair bir ifadedir ve ‘sonra’ anlamına gelir. Postkolonyalizm kelimesine baktığımızda kelimenin anlamının “sömürgecilik sonrası” gibi bir ifadeye denk geldiğinin tespiti yapılabilir. Postkolonyalizm, sömürgecilik sonrası dönemde, Batı'nın “öteki” olarak tarif ettiği coğrafyaları siyasi, ekonomik, kültürel ve söylemsel boyutta istismar ettiğini tartışan yaklaşımlara verilen addır. Postkolonyalizm çalışanların, “sonrası” anlamındaki “post” kelimesini kullanmaları sömürü döneminin geride kaldığı anlamını içermez. Dolayısıyla ‘post’ zamana atfen bir ifadeden çok, tarihe dair bir bakışa işaret eder. Bu açıdan birçok postkolonyal yazar kolonyalizmin hala devam eden yapısal bağıntılarına ve güç ilişkilerine vurgu yapar. Postkolonyalizm, Batı'nın tarihten bu yana uyguladığı tüm eşitsizlikleri ve hakimiyet tesis etmeye yönelik politikalarını ele alma eğilimindedir. (Abrahamsen, 2007:114). Postkolonyalizm, klasik batılı düşünce tarzını eleştiren ve eleştirerek, dünyaya hakim olduğunu varsaydığı Batı tarafından üretilmiş Batı-merkezci, devlet ve güvenlik odaklı bakış açısına karşı pozisyon alır. Sanat, edebiyat, filoloji, tarih, felsefe gibi disiplinlerden beslenen bu kuram; ırkçılık, ayrımcılık, ötekileştirme, yeni sömürgecilik ve kimlik inşası gibi farklı hakimiyet kurma türlerine odaklanır (Tepeciklioğlu, 2013: 85).

Postkolonyalizm, son dönemde sömürgecilikten farklı olarak, daha girift ve komplike bir biçimde ekonomik olarak sömürüyü, aşağılamayı, politik hileyi ve metin tahrifini ortaya çıkarmaya çalışan akademik ve kültürel bir çaba olarak ortaya çıkmaktadır (Şafak, 2014:356). Bir meydan okumayla, Batı'nın inşa ettiği episteme karşıt söylem geliştirilerek, Batı'nın ve araçlarının yeniden araştırılması, incelenmesi ve yazılması postkolonyal yaklaşımın en temel çalışma alanıdır (Tiffin, 2003:95).

Postkolonyalizm sömürgecilik çağı sona erdikten sonra, bu döneme ve arkasından gelen döneme dair bir düşünce hareketi olarak doğmuştur. Batı tarafından sömürülmüşlüğe, aşağı olarak nitelenmişliğe ve tarihi olarak bastırılmışlığa; Avrupa-Amerika merkezli bilgi ve yorum üretim kalıplarının hakimiyetine edebi-kültürel çalışmalarla, belli bir siyasi bakış açısını ve kolonyalizmin tarihi bağlamını kullanarak eleştirel bir yaklaşımla karşı koymayı temsil eder Abrahamsen, 2007:114). Dahası postkolonyalizm batılı olmayanlar üzerinde batılı hakimiyetin psikolojik ve kültürel etkisini de inceler (Nayar, 2015:122). Postkolonyalizm yaklaşımı Batı'nın biliminin, mantığının, etik değerlerinin ve hukukunun en ileri seviye olduğu ve batılı düşünürlerin ve bilimadamlarının dünyaya bakışlarının diğerlerinden daha üstün olduğu kabulüne karşıdır (Grovoqui, 2007: 231).

Postkolonyal teorinin temelini oluşturan metinlerin ve postkolonyalizm üzerine çalışmaların, kendisi Fransız ordusunda görevli olan ve daha sonra Fransa'ya karşı savaşımış Franz Fanon'ın eserleriyle başladığı kabul görmektedir. Fanon sömürgeleştirilenlerin, Batı'nın ötekisi olduğuna vurgu yapmış ve sömürgeleştirilenin kendini ifade için ötekileştirene benzemekten başka çaresi olmadığına dikkat çekmiştir. Bu yüzden sömürgecilikle mücadele için sömürge öncesi kültürün yeniden inşa edilmesinin şart olduğunu tartışır (Balcı, 2014:181); çünkü Fanon sömürgecilerle karşılaşmanın sömürülenlerde bir aşağılık kompleksiyle sonuçlandığını vurgulamıştır (Abrahamsen, 2007:115).

Postkolonyalizme göre, Batı epistemi egemendir ve Batı'nın ötekisi olan toplum, birey ve kültürler kendilerini ifadeden yoksun bırakılmıştır. Hintli kuramcı Gayatri Chakravorty Spivak bu noktada postkolonyalizm kuramı içerisinde ötekileştirilen toplumlar için 'madun' (subaltern) terimini kullanarak, postkolonyalizm kuramına

katmıştır. Ona göre sömürgeci söylem öylesine kuşatıcıdır ki, sömürülen otantik kültürler kendilerini ifade edecek bir alan bulamazlar (Spivak, 2003). Nitekim sömürülenlerin yarattığı ve işbirlikçi seçkinlerin de kullandığı epistem, ötekileştirilenlerin dünyasına yabancısıdır. Bu yüzden Fanon'ın sömürü öncesi kültürün yeniden inşası söyleminin aksine bu kimliğin çok daha karmaşık bir mesele olduğunu vurgular (Spivak, 2003).

Postkolonyalizm, Batı'nın tarih boyunca Batılı olmayanlara muamelesiyle ve bunların sonuçlarıyla ilgilenir. Kolonyalizmin etkisini irdeleyen ve postkolonyalizm yaklaşımının en önemli teorisyenlerinden bir diğeri de Homi Bhabba'dır. Bhabba Batı ve ötekisi arasında kimlik bağlamında bir açmazdan bahisle, kolonyalizmin etkileri tartışmasına katkı yapmıştır. Ona göre Batı ve Ötekisi olan kültürler karşılaşmalarının ardından birbirlerine zıt kimlikler üretmek yerine birbirine benzeşen melez kimlikler üretirler. Bhabba Batı kültürünü ana kültür, melezleşen ötekinin kültürünü ise ana kültürün piçleri olarak tanımlar. Bhabba'ya göre bu piç kimlikler egemen kimliği tahkim ederken aynı zamanda deforme etmektedir (Bhabba, 1994:34).

Dünya çapında postkolonyal çalışmaların kurucu metinlerinin anasının yazarı ise Filistinli bir Hristiyan olan Edward Said'dir. Said Doğu hakkında Batı'nın ürettiği ve dolaşıma soktuğu bilginin ne ölçüde kolonyal iktidara eşlik ettiğine Oryantalizm kitabında dikkat çekmiştir. Said bu kitabında kolonyalizm incelemesini yeniden düzenlemiştir (Loomba, 2000:64). Doğu ve özelde yakın doğu incelemeleri disiplini olarak kendini tanımlayan oryantalizmi, paradigmayı yeniden kurarak postkolonyal bir bağlamda yeniden tanımlamış ve bu yönüyle bir çığır açmıştır. Böylelikle Said'den sonra kolonyalizm hakkında yeni türde bir çalışma başlamıştır denebilir (Loomba, 2000:65). Said kolonyalizmin keşif kolu olduğunu iddia ettiği oryantalist çalışmaların incelemesini yeniden düzenlemek için söylem kavramına başvurur. Yeniden tamınlanan Oryantalizm Doğu hakkındaki biçimsel incelemenin belli bir takım görme ve düşünme tarzlarını nasıl pekiştirdiğini ve bunların da kolonyal iktidarın işlev görmesine nasıl katkıda bulunduğunu inceler (Said, 1978).

Postkolonyal yaklaşımlar ortaya çıktıkları şartlar ve dönemler hasebiyle çeşitli şekillerde uluslararası ilişkilere uyarlanmıştır. Bu uyarlamalar uluslararası ilişkilerin

büyük teorileri gibi bütüncül değil ancak farklı yönlerden tutularak yapılmıştır. Bir açıdan bu bütüncül ve bağlantılı olmama durumu postkolonyal yaklaşımların zayıf noktasını teşkil etmektedir. Postkolonyal yaklaşımların uluslararası ilişkilere uyarlanması Said'in Oryantalizm eseri ve Said'in yaklaşımı ağırlık bulmaktadır (Rumelili, 2014:218).

2.1.1 Oryantalizm

Postkolonyal çalışmalarda, Batı'nın batılı olmayanlara bakışını ve söylemini inceleyen, bu bakışın hangi ereklere hizmet ettiğini irdeleyen, bütün sömürge sonrası ülkeler üzerinde, ancak daha ziyade yakın doğu ve eski Osmanlı coğrafyası üzerinde duran boyutuyla Said tarafından geliştirilmiş oryantalizme yaklaşım önemli yer tutmaktadır.

Oryantalizm kelimesinin sözlük anlamı “Doğu bilimidir”. Dilimize Fransızcadan adapte edilen bu kelime için, Doğu bilimi kelimesinin eş anlamlısı olan Şarkiyatçılık kelimesi de kullanılır (TDK, 2017). Oryantalizm İslam Ansiklopedisinin aynı isimli maddesinde “Din, dil, bilim, düşünce, sanat, tarih gibi alanlarda Doğu dünyasını inceleyen ve Doğu hakkında değer yargıları üreten Batı kaynaklı kurumsal faaliyet” (İslam Ansiklopedisi, 2007) olarak tanımlanmaktadır. Bir diğer saygın ansiklopedi Britannica ise oryantalizmi “Hassaten antik toplumları olmak üzere, doğulu toplumlara dair dil, edebiyat, din, felsefe, tarih, sanat ve hukuk çalışmalarını kapsayan 18. ve 19. Yüzyıl Batı akademik disiplini” olarak tanımlamaktadır (Encyclopedia Britannica, 2014).

Bir disiplin, bir meslek, uzmanlaşmış bir dil ya da söylem olarak oryantalizmin ortaya çıkışının tarihi tam bir muammadır. Oryantalizmin ortaya çıkışını milat öncesinden bile başlatan araştırmacılar vardır (Bahadıroğlu, 2006). Bryan S. Turner'a göre Oryantalizm, ilk olarak on dördüncü yüzyılın başlarında Viyana Kilise Konseyi tarafından bir dizi üniversitede kürsü kurulmasıyla birlikte ortaya çıkan bir bilim dalıdır. Turner Avrupa'da ayrıntılı doğu araştırmalarının yayınlanmasının, on sekizinci ve on dokuzuncu yüzyıllarda gerçekleştiğini söylemektedir. Britanya'da,

1784 yılında Asiatic Society'nin ve 1823 yılında da Royal Asiatic Society'nin kurulması, batılı bakış açılarının oluşmasında önemli köşe taşları olmuştur. Benzer gelişmeler Fransa' da 1821 yılında Institut d'Egypte ve Societe Asiatique'nin kurulmasıyla birlikte yaşandı. Almanya'da ise ilk oryantalist dernek 1845 yılında kurulmuştur. Bundan sonra Batı sanat, kültür ve yazınında Doğu'ya dair bir çok eser meydana getirilmiştir. (Turner, 2002: 67)

Tanımlardan hareketle ilk planda, Oryantalizmin temelde doğuyu ve tali olarak Batıyı konu alan bir disiplin olduğu söylenebilir. Ancak Doğu ve Batının tanımı oryantalistlerin temel meselelerinden biridir. Dünya üzerinde coğrafi olarak yapılan tasnifler ve tasvirlerin çizdikleri resimlerde bahsettikleri coğrafyaların çoğu zaman kesin sınırları ya da belli bir tanımı yoktur. Doğu nereden başlar, Batı nerede biter sorusu, çeşitli çevrelerden meşrebe, görgüye, emellere göre farklı cevaplar getirebilir. Oryantalizm bağlamında var olan Doğu Batı meselesinde de Doğu ya da Batının tanımı muğlak olmak durumundadır. Hâlihazırda dünyada medeniyetin başat gücü Batı medeniyeti askeri, teknik, bilimsel, ekonomik, siyasi ve toplumsal örgütlenme anlamında dünyanın diğer bölgelerine üstünlük sağlamıştır (Sander, 2009). Bu üstünlükten sonra yapılan tanım ve konumlamalar Batı merkezli olmak durumundadır. Kendini Batı olarak tanımlayan medeniyet doğuya da kendi perspektifinden isim vermiştir. Bu noktada Oryantalizm kavramının kelime anlamı ve etimolojik kökeni anlaşılabilir. Oryantalizm kelimesi Latince Doğu anlamında ki “Oriens” kelimesinden türemiştir¹. Oryantalizm dendiğinde Batı'nın doğuyu anlama veya araştırma biçimleri anlaşıldığı varsayıldığında, Batı kendisini tanımlarken, kendini tanımladığı sınırların dışında kalan kısmı yani ötekini Doğu olarak tanımlamaktadır (Parla, 2001). Oryantalizme konu olan Doğu ve Batının sınırları sadece coğrafyayla açıklanabilmekten münezzehtir. Doğu ve Batı tanımlamalarının coğrafyayla açıklanamayacağı kabul edildiğinde, oryantalistlerin ne olduğu konusunun ne kadar tartışmalı olduğu kestirilebilir. Farklı görüşlerdeki önemli araştırmacılar, Doğu'nun ne olduğu, nasıl tanımlandığı konusunda ve Oryantalizm kavramının tanımlanması konusunda fikir ayrılıklarına düşmüşlerdir.

¹ Madde açıklaması için http://www.etymonline.com/index.php?allowed_in_frame=0&search=Orient ziyaret edilebilir.

Edward Said Oryantalizm denince akla ilk gelen isimdir ve oryantalizme dair kendi zamanına değin gelen paradigmayı bozmuş ve yeni bir tanımlamaya gitmiştir. Edward Said'e göre de Şarkiyatçılığın 1312'de Viyana'da toplanan kilise şurasının "Paris, Oxford, Bologna, Avignon ve Salamanca" üniversitelerinde "Arapça, Yunaca, İbranice ve Süryanice" kürsülerinin kurulmasıyla başladığı kabul edilmektedir (Said, 1998:79). Said, bahsedilen dönemden itibaren şarkiyatçılığın sadece "Doğu dünyasına dair yapılan entelektüel ve kültürel çalışmalar ve incelemeler" tanımını çok naif bulmuştur. Said oryantalizmi şu şekilde tanımlamıştır:

Şarkiyatçılık en kolay kabul gören nitelemeye göre, akademik bir şeydir; bu etiket birtakım akademik kuruluşlarda hala kullanılıyor. İster özel ister genel yönleriyle uğraşsın –antropolog, sosyolog,tarihçi ya da filolog olması fark etmez –Şark hakkında yazan, ders veren ya da Şark'ı araştıran kişi Şarkiyatçıdır, yaptığı iş de Şarkiyatçılıktır.Şarkiyat, "Şark" ile (çoğu zaman) "Garp" arasındaki ontolojik ve epistemolojik ayrıma dayanan bir düşünce biçimidir.Şarkiyatçılık, Şark'la –Şark hakkında saptamalar yaparak, ona ilişkin görüşleri meşrulaştırmak, onu betimleyerek, öğreterek, oraya yerleşerek, onu yöneterek –uğraşan ortak kurum olarak, kısacası Şark'a egemen olmakta, Şark'ı yeniden yapılandırmakta, Şark üzerinde yetke kurmakta kullanılan bir Batı biçimi olarak incelenebilir, çözümlenebilir (1998: 13)

Said'e göre Oryantalizm batılilar tarafından safiyane bir biçimde ortaya çıkartılmış politik bir alan ya da eserler koleksiyonu değildi. Ona göre Oryantalizm doğuyu ezmeye yönelik oluşturulan ısmarlanmış bir yazın ve disiplin de değildi. Said Oryantalizmin bir takım bilimsel, kültürel, sanatsal metinler aracılığıyla aktarılmaya çalışılan bir tür jeo-ekonomik görüşler toplamı olduğunu ileri sürer. Ona göre Oryantalizm bir çıkarlar toplamıdır ve Batı'nın kendinden ayrı gördüğü dünyanın yönlendirilmesi, kullanılması ve istismar edilmesi için gösterdiği çabaların tamamını kapsar. Said Oryantalizmin kültür, siyaset, düşün dünyası gibi alanlara yayılsa da, gerçekte var olan doğuyla neredeyse hiç gerçekçi bağı olmadığını belirtir (1998:27). Said, Oryantalizm eleştirisi yapmış ve temelde gerekçeleri; Batı'nın Doğu'ya dair bir stereotip edindiği, bu kimliği Doğu'ya da dayattığı, bu kimlikle aslında geçmişten bu yana gelen yanlış ve zaman zaman da kasıtlı bir takım nitelemeler yaptığı olmuştur. Said, oryantalizmi teşhiste Foucault'un söylem kuramından ve Gramsci'nin hegemonya kuramından istifade ettiğini belirtir. Ona göre Oryantalizmi bir söylem ve düşünce biçimi olarak incelemeksizin, Avrupa kültürünün Aydınlanma Çağı

sonrasında Doğu'yu politik, sosyolojik, askeri, ideolojik, bilimsel ve fikri bakımdan yönlendirmek için sistemleştirdiği disiplini anlamının imkânı yoktur (1998:14). Said'le paralel düşüncede olan Jale Parla'ya göre de oryantalizm Batının kendini tanımlamak için doğuyu kullanması ve bu arada Doğu'yu da sömürebileceği bir öteki olarak tanımlaması ile ilintilidir (Parla, 2001). Bununla beraber oryantalizmin aslında sadece İslam'ı hedef aldığını görüşü de vardır. Necdet Sevinç'e göre Oryantalizm, Avrupalılar'ın doğuya hâkim olmak, Doğu'yu yeniden kurmak ve doğunun âmiri olmak için geliştirdikleri bütün silâhların adıdır. İslam dünyasını önce çökertmek, sonra da onu kendi emellerine göre yeniden kurmak ve onun efendisi olmak için batılıların yürüttüğü tüm çalışmalara oryantalizm veya Şarkiyatçılık denebilir (2009:11).

Said'i ve Said'in Oryantalizmi yeniden tanımlayıp, kavramı ve içeriğini yeni bir anlayışla yorumlamasını, Oryantalizm konusunda çalışan Bernard Lewis eleştirmiştir. Ona göre Said Oryantalizm kavramını çarpıtmıştır. Lewis'e göre Oryantalizm Batı Avrupa'da çıkmış ve Rönesans'tan bu yana var olan ve Doğu'yu inceleyen bir çalışma alanıdır. Ona göre Avrupa'nın Doğu'yu incelemesi kaçınılmazdı çünkü doğuyla tarihin en eski çağlarından beri tanışmakta ve ilişki kurmaktaydı. Bu inceleme zaman zaman merakla, zaman zaman endişeyle ve kimi zamanda korku motivasyonlarıyla olmuştu. Lewis, Oryantalizmin ne olduğu konusunda Said'i eleştirmiştir. Ona göre oryantalizmi, egemen Batı'nın doğudaki keşif kolu ve aracı olarak görmek Said'i ve ünlü eserini bilimsellikten uzaklaştırmıştır. Zira ona göre Oryantalizm, tarihin cilvesiyle karşı karşıya gelen iki kültürden Batı'nın, akademik ve sanatsal çalışmalarla Doğu'yu anlamasıdır. Oryantalistler ise bu sahada araştırma yapan kişilerdir (Aktaran: Bulut, 2004:5).

Turner da, Lewis gibi oryantalizmi Said ve taraftarlarından farklı okumaktadır. Ona göre Oryantalizm Batı'nın doğuyu tanıma çabalarının kurumsallaşmasıdır. Bu kurumlar aracılığıyla Doğu toplumları hakkında bilgiler, filoloji araştırmaları ve oryantal dillerde yeterlilik geliştirilmiştir. Turner Oryantalizmi teşvik eden ana itici gücün, ticaret, rekabet ve askeri çatışmadan kaynaklandığını söyler. Turner'a göre

İslam ve İslam'ın asıl yerleşim bölgeleri, Doğu'ya ilişkin Batılı bakış açılarının oluşumunda önemli bir yer tuttular (Turner, 2002:68).

2.1.2 Oryantalizm ve Kolonyalizmle İlişkisi

Oryantalizmin Doğu dünyasını araştırmak ve incelemek anlamına geldiğini savunan ve sömürgecilikle ilişkisi olmadığını iddia eden kimi araştırmacılar olduğu gibi bunların aksine Oryantalizme üstü örtülü bir ajanda isnad eden, Doğu ve Batı dünyasından, birçok araştırmacı vardır ve ikincileri Oryantalizmle sömürgecilik arasında organik bir ilişki olduğundan bahseder. Yukarıda zikredilenlerden ikinci grupta yer alan Said'e göre Oryantalizm sömürgecilikle bağlantılıdır. Ona göre sömürmek için Batı önce doğuya üstünlüğünü kurgular. Doğuyla ilgili olarak birikmiş her türlü bilgi, düşünce sonucu oluşmuş hacimli oryantalist eserler aslında Batı'nın üstünlüğünü batılı gözler önüne sermek içindir ve bunlar pozitif yöntemlerle değil sınırlı ve doktriner bir kafayla yapılmıştır (Said, 1978). Bu eserler yerleşik bir biçimde Batı'nın üstünlüğü ve Doğu'nun geriliği esasına dayanmaktadır (1998:66). Bu üstünlüğün ikamesi aslında Oryantalist metinlerin birbirlerini kopyalaması ve aynı algı ve fikirleri tekrarlayarak doğuyu ideolojik bir fenomen haline dönüştürmeleriyle mümkün olmuştur. Said doğuya dair edinilen bu ideolojik olgu ve Doğu hakkında elde edilen bunca bilginin siyasal ve ekonomik amaçlara hizmet ettiğini söyler zira Said'e göre Oryantalistin bakış açısına kaynaklık eden gerçeklik Batının hegemonyasıdır. Said Oryantalizmde Batı ile arasında "hayali bir coğrafi ayrım" yaratan, yazıyla, edebiyatla ve imgelemle yaratılmış bir Doğu dünyasının varlığına okuyucusunu uyandırmıştır ve bu ayrımla yaratılan yazılı kaynaklarda, resimlerde, betimlemelerde nesneleştirilen hayali ve kurgusal öteki olan Doğu, oryantalizm marifetiyle eksiklikleri, kusurları ve akla yabancılığıyla sömürülmeye mütemayil, hatta müstehak bir coğrafya olarak tahayyül edilmiştir (Said ,1998).

Jale Parla'ya göre ise Doğu'ya ilginin doğmasında da, gelişmesinde de etkin unsur sömürgeciliktir. Sömürgeciliğin Doğu'ya bakışıyla, Oryantalizmin doğuyu algılayışı zorunlu olarak sömürgeciliğin temel ilkeleriyle uzlaşmalıydı. Parla'ya göre Avrupa oryantalizminin ve oryantalist edebiyatının gerek Doğu'ya ilgisini, gerek Doğu'yu

yansıtmasını, gerekse Doğu'yu değerlendirmesini incelerken bunları sömürgeciliğin koşullandırıldığını ve Doğu'ya bakışın sömürgecilikten azade olmadığını gözden kaçırmamak gerekir. Jale Parla oryantalizmin doğuşunun, doğrudan sömürgeciliğin çıkışına bağlı olduğunu ve sömürgeciliğin hız kazandığı yöreler ile oryantalizmin ilgisini yönelttiği kültürler arasında tam bir ilişki olduğunu ileri sürer (Parla, 1991). Parlaya göre oryantalizm; Batı'nın ürettiği hayali bir Doğu'dur ama bu uçuk bir Batı rüyası da değildir. Oryantalizm, Doğu'nun ve ona ait özelliklerin batılı gözle yeniden kurulmasıdır. Batı doğuyu kendine göre tanımlarken, onu karşıt imge olarak tasarlar ve yarattığı karşıt imgesine bakarak da kendini tanımlar. Parla'ya göre Batı doğuyu ötekileştirdikten ve kendini de doğuya göre tanımladıktan sonra artık doğuyu sömürebilmek için gerekçelerini yaratmıştır. Ona göre bu ötekileştirme ve tanımlamalar, kendini savunmaya mecali olmayan doğuyu sömürgeleştirmek içindir. Parla Oryantalizmin Batı'nın Doğu'yu nesneleştirip her türlü sömürüsünü meşru kılması için gerekli zemini yarattığını, sömürüye kılıf hazırladığını söyler (Parla, 1991).

Sömürgeciliğin oryantalizmle ilişkisini daha müspet manada açıklayan araştırmacılar da vardır. John M. MacKenzieye göre, oryantalizm teriminin olumlu bir çağrışımı vardır. Oryantalizmin Doğu'nun kültürünün ayakta kalabilmesi için önemli olduğunu, yoksa bu kültürün Batı kültürü karşısında yok olabileceğini iddia eder. Ona göre, oryantalistler Doğu'nun dillerini, edebiyatını, dinini, düşüncesini, sanatını ve sosyal hayatını incelenmesiyle doğunun zenginliklerini ortaya çıkartarak, doğuyu korur (Bulut, 2004:5). Said'le davası dillere destan Bernard Lewis de, Said'in argümanlarını reddederek oryantalizmin sadece Doğuyu anlamaya yönelik bir çaba olduğunu, oryantalizme sömürgecilik bağlantısı isnad etmenin haksızlık olduğunu iddia eder ve konuda Said'i itham eder (Bulut, 2004:6). Said ise cevaben Lewis'in tam da kendisinin bahsettiği türden bir oryantalist olduğunu iddia ederken, Lewis'in Doğuyu karalamak, küçük göstermek, gözden düşürmek işine kendisini kaptırmış, bilimsel skandallara imza atan ilginç birisi olduğunu söyler (Said, 1998:426).

2.1.3 Oryantalizmin Doğu Algısı

Oryantalizm kavramı, bu konuyu çalışan, eleştiriler getiren çalışmacılar ve oryantalistlerin görüşlerine göre değişiklik gösterebilir. Ancak zikredilen zevatin kendi meşrebine göre; doğuyu çalışma, onu anlama, sömürmek için inşa etme veya doğuyu yaratma bağlamında açıkladığı oryantalizm okumalarının her biri için muhakkak ki bir Doğu ve doğulu algısı ve imgesi söz konusudur.

Edward Said, doğuyu anlatan batılı metinler, doğuyu ve doğuluyu her zaman kendi ihtiyaçlarına göre yorumlamış, Doğu hakkında bilgi üretirken Doğu gerçekliğini de kendi ihtiyaçlarına göre yaratmıştır demektedir(1998:95). Said'e göre Batı ve Doğu arasında bir ayrım vardır. Ona göre bu ayrımda Batı Doğu'yu tek ve değişmez bir kimlikle tanımlar. Batı Doğu'yu tanımaz, kendi kurduğu ve tanımladığı şekliyle algılar. Doğu ve İslam'a dair sunulan Batı'lı tasvirler, bu algıdan neşet eder (Said, 1998). Keyman Said'den hareketle oryantalizmin Doğu imgesi hakkında şöyle demektedir;

“Doğu ve Batı (Occident) arasındaki epistemolojik ve ontolojik ayrım temelinde Öteki, Avrupa'nın maddi uygarlığının ve kültürünün ayrılmaz bir parçası olarak kurulur. Batı böylece kendisini modern, gelişmeci, kalkınmacı, demokratik ve bireyci gösterirken, farklı olana kendisinin zıttı nitelikler yükler: geleneksel, fanatik, azgelişmiş, toplulukçu, otoriter.” (Keyman, 2012:21).

Said'e göre oryantalistler söylemlerinde tekdüzedirler, doğu imgelemleri birbiriyle tutarlıdır ve aynı biçimde doğuyu tanımlayıp betimlemektedirler. Said'e göre bu oryantalizmin örtük işlev ve amacının bir göstergesidir (Said, 1998). Said, Oryantalistlerin doğuluları enerji ve inisiyatif yoksunu, saf, entrika ve kurnazlığa yetenekli ve sadakatla yaltaklanmaya hazır kişiler olarak tanımladığını söyler (1998:62). Ona göre oryantalizm batı bilinciyle oluşmuş bir takdim sistemidir ve batının imparatorluğuyla ortaya çıkarılmış ve bazı politik çevreler tarafından üretilmiştir. Said'e göre Oryantalizm söylemi Doğu hakkında değişmez "doğrular" yaratmıştır, öyle ki batıda doğuya dair söylenen her söz kaçınılmaz olarak ırkçı, emperyalist ve ırk merkezli olmaktan öteye gidememiştir (1998:279).

Aydınlanma döneminden sonra Batı, kendi kimliğini, Doğu olarak tanımladığı “öteki” kimliğe karşı konumlanmış, farklı olan Doğu ötekileştirilmiştir. Oryantalist bakışta Doğu, Batı gözüyle kurulur ve isteğe ve ihtiyaca göre yeniden kurulur. Dünyaya hakim olan Batı bu sürecin bir parçasıdır çünkü öteki yani Doğu bir varlık değil, söylemsel bir kurgudur. (Keyman, 2002).

Oryantalistlerin sonsuza değin değişmeyecek bir Doğu’su vardır. Bu Doğu Jale Parla’ya gör bir tezatlar ülkesidir. Orada en korkunç suçlarla en arı masumiyet, en affetmez tabularla en çıldırtıcı duygusallık ve yasak zevkler, efendilikle kölelik, kişiliklerde yoğun çelişkiler birlikte bulunur (Parla, 2005:25).

Batı’ya göre Doğu bir nesnedir ve batı tarafından keşfedilir, zapt edilebilir, betimlenir, ve bilumum amaçlar için kullanılacak şekilde söylemleştirilebilir bir obje olarak algılanır. Bu görüş oryantalist ideolojinin temelinde yatar. Doğu kendinden söz etmeyen; duygularını, kişiliğini, kimliğini ifade etmeyen, kendisini temsile muktedir olmayan bir imajdır. Bu yüzden Batı tarafından temsil edilmesi gerekir. Doğu aynı betimlemelerle ve imgelerle sürekli tanımlanan pasif bir imgedir ve değişmezdir. Batı, karşıt imgesi olarak doğuya göre kendini tanımlar, onu ötekileştirir ve ötekileştirdiği doğuyu rahat bir vicdanla sömürür. Doğu Batı’nın ötekisidir. Doğuyu ötekileştiren Batı kuvvetli olduğu için egemen öznedir, Doğu ise istismar edilecek, kullanılacak, sömürülecek ve sürekli olarak egemen batı tarafından ötekiliğini tarif edilecek nesnedir. (Parla, 2001).

Özetle, Oryantalizmin kolonyalist emellere ve postkolonyal dönem politikalarına hizmet eden bir söylem biçimi olarak edebi ve sanatsal eserlerde ifadesini bulan bir olgudur. Oryantalizmin Doğu imgesinin, uzun bir tarihsel süreç içinde, ihtiyaç halinde ve ihtiyaca göre zaman zaman yeniden yaratılan, durağan, gerçekte olmayan bir hayali Doğu olduğu söylenebilir. Bu kurgusal Doğuda, doğulu tek tip, zekası Avrupalınınkinden kıt, tembel ama kurnaz, geri, kendini yönetemez ve bazı yazın ve görsellerde de cinsel bir objedir. Doğu gizemli bir ülke, doğulu ise kendini idare edemeyen despotizmin zulmü altında inleyen bir imaja sahiptir. Doğu, Batı’nın ona bakarak kendini tanımladığı ötekisidir. Oryantalistler batıyı özne, doğuyu ise nesne

olarak kurgulamışlardır. Buna göre Batı doğunun hamisi ve mürşidi olma rolüne sahip olabilecek bir pozisyona geçebilir zira doğuya göre tanımladığı kendisi daha uygar, daha medeni, daha aydıındır. Aslında doğuya atfedilen bütün kötü sıfatların zıtlarıyla teçhiz olmuştur. Bu durumda doğuyu dönüştürmek, yönetmek, ıslah etmek kendine yakışırdı çünkü Doğu Batı'nın gözünde bütün bunlara müstahaktı.

2.2 Uluslararası İlişkiler Yaklaşımı Olarak Postkolonyalizm

80'lerin sonunda Berlin Duvarı'nın yıkılması ve iletişim, ulaşım gibi olanaklarla küreselleşen dünyada devlet dışı aktörlerin daha fazla ön plana çıkmasıyla, büyük uluslararası teorilerin uluslararası gelişmeleri güç ve çıkar bağlamında açıklamaktan aciz kalması neticesinde ortaya çıkan eleştirel yaklaşımlardan birisi de Postkolonyalizm yaklaşımıdır. Batı'nın dünya üzerindeki hakimiyetine ve bunun etkilerine dair edebiyat çalışmalarında ve sosyolojide başlayan postkolonyal bakış, uluslararası ilişkiler disiplinine de yansımış, Uluslararası ilişkiler disiplinine postkolonyal yaklaşım 1990'larda dahil olarak, büyük teorilere eleştiriler getiren eleştirel teorilerden, yani post-modern yaklaşımlardan biri olarak ele alınmıştır. Postkolonyalizm, postyapısalcılıktan mülhemdir. Postyapısalcılığın eleştirel tutumunu benimser ve bunu Batılı devletler ile daha önce kolonize edilmiş ya da domine edilmiş ülkelerin ilişkilerine uygular (Jackson ve Sorensen 2013:239). Postkolonyal yaklaşım, postyapısalcı ve feminist teorilerle yakın bir tutum takınır ve temelde üst anlatılara sahip uluslararası ilişkiler teorilerini eleştirir. Postkolonyal teori genel olarak uluslararası ilişkilerin düzeninin Batı dışındaki dünyayı sömüren ve yayılmacı olan Batı tarafından kurulduğunu, bu düzenle birlikte uluslararası ilişkilerde geçerli pek çok kavramın da Batı'da oluşturulduğunu ileri sürer ve temelde bu kavramların ve düzenin yanlışlığına ve eleştirilmesi gerekliliğine vurgu yapar. Ana akım uluslararası ilişkiler kuramlarının bu durumu ıskaladığını ve ihmal ettiğini ileri sürer. Bu haliyle Sheila Nair'e göre Postkolonyalizm Batı dışındaki toplumların, halkların ve hükümetlerin uluslararası ilişkileri nasıl deneyimlediğini inceler (Nair, 2017:71). Postkolonyalizme göre Batı hakimiyetine dayanan bu

durumda, uluslararası düzen ve dünyanın halihazırdaki durumu kabul edilemez ve yeniden düzenlenmelidir. Bu sebeple postkolonyalistler mevcut uluslararası ilişkiler kuramlarına bir alternatif sunmayı amaçlarlar. Düşün dünyasında Batı'nın hakimiyetini aşmak için uluslararası ilişkileri dekolonize etmek gerekir. İşte postkolonyalizm bu dekolonizasyonu gerçekleştirmenin farklı yollarını aramakla alakalı bir süreçtir (Jackson ve Sorensen 2013:241).

Postkolonyal yaklaşımlar, Avrupa ve Batı'yı akıl, ahlak, düzen gibi bağlamlarda dünyanın diğer kısımlarından üstün gören yaklaşımlara ve evrensel normların Avrupa ve Batı'ya özgü olduğunu anlayışına itiraz eder (Rumelili, 2014:212). Young, Batı'nın bu bakışla batılı olmayan halklara çarpık bir bakışa sahip olduğunu ileri sürer ve Batı'nın bakışının gerçekleri görmektense, aynada kendi yansımaları görmesi olarak niteler (Young, 2003:2). Postkolonyalist bakışta Batı'nın sömürsünün sona ermediği ve sömürünün şekli değiştirerek devam ettiği tartışılır. Batı, batı dışı toplumları Batıya göre eksik, aşağı ve geri olarak temsil etmekte ve üstün ve ileri Batı'nın gözetimine muhtaç olarak tanımlanmaktadır. Bu haliyle uluslararası ilişkileri postkolonyalizm yaklaşımı, Avrupa-merkezci olarak ya da batı-merkezci olarak eleştirmektedir. John Hobson'a göre 'Batı'nın dünyadaki her şeyin merkezinde olduğu ve Batı'nın tek yönlü bir güç difüzyonuyla iradesini muktedir kılarak, dünyayı kendi imajıyla yeniden üretmesi' Avrupa-merkezcilik olarak tanımlanmaktadır (Jackson ve Sorensen 2013:239). Bu kabulle Postkolonyalizm, Batı'nın uluslararası bir tür hiyerarşi ürettiğini ve Batı'yı üstün kıldığını vurgular (Nair, 2017:72). Göle'ye göre ise, postkolonyalizm Batı'nın varsaydığı şekilde tek bir modernliğin olmadığını vurgular ve bahsi geçen hiyerarşide Batı'nın Doğu'ya göre üstün olduğu iddiasının, Batılı olmayan ülkeleri tahakküm altına aldığını açığa çıkarır (Göle, 2010:102).

Postkolonyalizme dair çalışmalarda batılı terminolojinin eleştirisi üzerine bir diğer nokta bu terminolojinin Batı dışı dünyaya uygulanamayacağıdır. Mohammed Ayoob bu konuda devlet sınırlarının içindeki sorunlarla uğraşan üçüncü dünya ülkelerinin güvenlik kaygılarını, devlet oluşum sürecini tamamlamış Batılı ülkelerin güvenlik tanımları ile analize etmek problemlidir demektedir. Ona göre Batı'nın bilgisi

Doğuyu açıklamaya uygun değildir. Ayoob bu yaklaşımıyla postkolonyal bir uluslararası ilişkiler teorisinin gelişimine önemli katkılar sağlamıştır. (Ayoob, 1995) Postkolonyalizmin uluslararası ilişkilerdeki mevcudiyeti bu noktada anlam bulmakta, bu yaklaşım Batı tarafından kurulmuş bilgi iktidarını terk ederek, önceden domine edilmiş bölgeleri, oraların kendi terminolojisiyle yeni ve farklı bir analizle ve saygıyla yaklaşan bir düşünme biçimini ortaya koymaktır. Yani Batılı olmayı nesneleştirmeyen, edilgen kılmayan bir yaklaşımı önermektedir. Çünkü bu haliyle uluslararası ilişkiler disiplininde Batı'nın teorik olarak bilinebileceği ve dünyanın geri kalanının ise Batı üzerinden açıklanabileceği fikrini içeren sorunlu bir paradoks vardır (Chakrabarty, 1992:3).

Uluslararası ilişkilerde Postkolonyal çalışmaların bir diğer önemli ismi Grovogui'dir. Kolonyalizm sonrası dönemde, eski kolonilerin bağımsızlıklarını kazanmaları ve eski sömürge ülkelerinin bugünkü durumları Grovogui tarafından çalışılmıştır. Grovoui esasen hali hazırda eski sömürge ülkelerinin bellerini doğrultamayışlarını, Batı'nın bu ülkeler kendilerinden bağımsız olurkenki müdahalesine bağlamıştır. Bu çalışmasıyla kolonyal dönemin etkilerinin hala devam ettiğini eleştirel biçimde ortaya koymuştur (Doty, 1996) Batı'nın kolonyal dönem sonrasında, eskiden hakim olduğu coğrafyalarla ilişkisini çalışarak uluslararası ilişkilerde postkolonyal yaklaşımı benimseyen bir diğer önemli isim ise Roxanne Lynn Doty'dir. Doty, Batı'nın hegemonyasının temsil üzerinden hal devam ettiğini vurgular. Said'le paralel çizgide Batı'nın "ötekileri" tanımladığını, tanımlama yetkesini kendinde bulduğunu ve bu tanımlama neticesinde hakimiyetini tesis ve idame ettirdiğini ileri sürer (Doty, 1996).

2000'li yılların başında, 11 Eylül saldırıları Batı ve "ötekileri" arasındaki ilişkilerin sıcak bir gündem haline gelmesine sebep olan önemli bir olaydı. Bu tarihten sonra Batı ve özellikle Doğu ile olan ilişkisi tekrar ele alınmış, araştırmacıların ve sosyal bilimcilerin gözü bu ilişki durumuna çevrilmiştir. Uluslararası ilişkilerde postkolonyal bakışın uluslararası ilişkiler disiplinine katkısının ve işlevinin ne olduğuna dair bu bağlamda ve dönemde çıkan en dikkat çekici çalışma Chowdhry Geeta ve Sheila Nair'in çalışmalarıdır. Yazarlara göre postkolonyal yaklaşım,

uluslararası ilişkiler disiplininde ihmal edilmiş alanlar olan temsilin gücü, ırk ve cinsiyet meseleleri, küresel kapitalizm ile sınıf ilişkileri ve direniş konularına yeniden dikkat çekecektir (Nair, 2017). Christine Sylvester'e göre ise Postkolonyalizmin uluslararası ilişkiler çalışmalarına üç yönlü katkısı mevcuttur. Bunlardan ilki çalışma alanına eski kolonyal egemen güçlerin, kolonileriyle olan tarihi ilişkilerini gündeme getirmek; ikincisi bu ilişkilere büyük kolonyal güçlerin gözünden bakmak yerine, Batılı olmayanların ve istismar edilenlerin gözünden bakış sunma ve üçüncü olarak roman, şiir, günlük gibi kaynakları önemli kaynaklar olarak alanda kullanımını cesaretlendirmektir (Sylvester, 2014:186).

Uluslararası ilişkilere postkolonyal yaklaşımın en önemli odakları, sömürünün form değiştirerek devam ettiği ve batı bilgisi ve bu bilgiyle kurulmuş yapı ve disiplinlerin sömürüye araç olduğu noktalarından başka biri de Batı'nın bu sömürüyü devam ettirmek ya da kendini egemen olarak tanımlamak için temsil yetkesini elinde bulundurmasıdır. Bu noktada kendi bakış açısı ve çıkarları doğrultusunda Batı'nın kimlikleri tanımlama, kültürleri kategorize etme gücünü elinde bulundurması, iktidarını koruyan ve idame ettiren bir araç olarak değerlendirildiği için temsil, güç ve sömürü ilişkisi postkolonyal yaklaşımda dikkate değerdir.

2.3 Postkolonyalizm Yaklaşımında Güç/Bilgi Ve Temsil

Batı medeniyetinin her alanda dünyanın geri kalanına üstünlüğünü iyiden iyiye tesis ettiği 18. Yüzyıl sonrasında dünya üzerinde kurduğu hakimiyet, günümüze kadar sirayet eden ve dünya tarihi açısından çok önemli olan bir olgudur. Bu dönemde, Batı dünyanın kalan yerlerinde siyasi, iktisadi, kültürel ve ekonomik hakimiyet kurmuş, bu bölgelerdeki kaynakları kendi coğrafyasına akıtmış ve hakimiyeti altında tutmuştur. Bu hakimiyet siyasi anlamda ve zevahirde İkinci Dünya Savaşı sonrasında son bulmuş görünse de, etkileri ve sonuçlarıyla var olmaya devam etmektedir. Batı ve Doğu'nun, ya da dünyada Batı'nın öteki olarak tanımladığı yerlerin bu karşılaşması ikincileri için kendilerince bir kayıp ve sömürü olarak görülmektedir. Bu dönemde var olan sömürünün, şu an bittiği varsayımı ve bu dönemin etkileri edebiyat, sosyoloji, uluslararası ilişkiler gibi disiplinlerce incelenmekte ve bu uğraş

postkolonyal çalışmalar olarak nitelenmektedir. Bu alışmalar çeşitli alanlarda olmakla birlikte, kendi içinde bütüncüllük arz etmemektedir (Rumelili, 2014:218). Hal böyleyken, postkolonyal çalışmaları kuran Fanon, Said gibi araştırmacılar ve postkolonyal çalışmalar yapan Spivak, Chakrabarty, Doty gibi bilim insanlarının ittifak ettiği nokta, Batı'nın hakimiyetinin konvansiyonel olmayan başka bir formda gizil ya da dolaylı biçimde devam ettiğidir. Bu durumun açığa çıkarılması ve irdelenmesi noktasında mezkur teorisyenlerin ve bilim insanlarının ulaştığı sonuç Batı'nın hegemonyasının devam ettiği, bu durumun sömürülenler ya da ötekileştirilenler üzerinde bir takım ıktıları olduğudur.

Genel itibariyle önceki bölümlerde vurgulandığı üzere bu hakimiyet Batı'nın uluslararası sistemi kuran ve uygulayan güç olması, aynı zamanda bilgi üretme yetkesini kendi elinde bulundurması vasıtasıyla idame ettirilmektedir. Chakrabarty, güç ve bilgi üretiminin sömürgeciliğin en önemli araçlarından olduğunu söylemektedir (1992:1). Aynı şekilde Said, Batı sanatında, edebiyatında, resiminde Doğu'ya dair üretilen bilginin, sömürgeciliğin keşif kolu olduğunu ileri sürmektedir (Said, 1998). Bu bilgi batılılarca batılıların dünyaya bakışı, mantığı, bilimi ve etiğinin en ileri seviyede olduğu ön kabulüyle var olur (Grovoqui, 2007:231). Bu haliyle Batı ve "ötekisi" bölgeler arasındaki ilişkiyi belirleyen mantık ve fikirler, Batı lehine hiyerarşiktir ve batı anlayış ve perspektifini yansıtan fikirlerdir (Jackson ve Sorensen 2013:241). Batı tarafından üretilen bilgi, Batı çıkarlarına hizmet etmekte ve Batı "öteki" hakkında kendi diliyle konuşmaktadır (Spivak, 2016). Aynı şekilde, yine Said'e göre de Batı'da yapılan çalışmalar ve üretilen bilgi masum çalışmalar olmaktan uzaktır (1998:279). Batı bilgisi ve gücü batılı olmayan dünyayı kolonyal biçimde marjinalize etmektedir (Nair, 2017:69). Daha başka birçok postkolonyal yazar efkar-ı umuminin Batı perspektifiyle kurulduğuna dikkat çeker ve Batı'nın epistemolojik temelli gücüne vurgu yaparak, bunun diğer bölgeleri sömürmek için batılı olmayan dünyanın temsilinde ve onlara dair söylemde kullanıldığını ileri sürer (Abrahamsen, 2007; 115).

Ana akım pozitivist uluslararası ilişkiler teorileri genelde askeri, ekonomik güç gibi konseptlere dayanır. Postkolonyal yaklaşımın öncü eserleri ise bu yaklaşımların Batı

ve “ötekisi” arasında asimetrik ve ast-üst temalı bir özne-nesne ilişkisini yansıtıp pekiştirdiğini savunur. Postkolonyal yaklaşım, postmodern bir tutumla, kimlik, temsil gibi konulara yoğunlaşır. Postkolonyalizm, bilgi üretiminin üzerinde ısrarla durur. Zira, Batı’nın sömürme araçlarından birisi ve en önemlisi Batılı olmayanları tasvir etme onları temsil etme, tanımlama gücünü elinde bulundurmasıdır. Bu yaklaşıma göre kolonyalizm aynı zamanda günümüze kadar devam eden, Doğu-Batı kimliğini ve ilişki biçimini inşa eden söylem ve davranışlardır. Postkolonyal yaklaşım, hegemonya ve temsil üzerinde durduğundan, post-yapısalcı teoriye ve özelde de büyük ölçüde Foucault’ın düşüncelerine dayanır. Bu bakışla güç artık materyal ve kurumsal bir mahiyette baskı aracı olarak tezahür etmektense, izafi olarak temsilleri yaratan, gerçekliği üreten şekliyle ortaya çıkar. Gerçek ve mantık örgüsü özneyi tanımlama ve ötekileri temsil gücü ile güçlünün emrindedir. Foucault’a göre gerçek, sosyal realitenin egemenler tarafından söylem vasıtasıyla tanımlanmasıdır (Foucault, 2005). Bu durumda güçlü söylemle, kendini özne olarak tanımladıktan sonra hakkında konuştuğu nesneyi dilediği biçimde, hegemonyasını tesis edecek şekilde tanımlar. Postkolonyalizm de buradan hareketle Batı’nın hegemonyasını, batı’nın sömürdüğü ya da hakimiyet tesis ettiği dünyaya söyleminde ve bu dünyayı kendine göre temsilinde arar ve batılı gerçekleri, anlayışları ve temsilleri analiz eder (Abrahamsen, 2007:115). Zira Batı’nın “gerçeklik” öğretileri kolonyalizmin sona ermesiyle bitmemiştir. Tersine uluslararası gerçeklik temsilleri de Batı tarafından söylem üzerinden kurulmakta ve Batı’nın kolonyalist bakışı halen devam etmektedir. Mesela sömürgecilik sonrası kurulan devletlere yönelik gelişmişlik söylemi gerçekliğin yeniden üretilmesi ve ötekinin nesne olarak tanımlanması için bir örnektir. “Gelişmemiş ülkeler”, “gelişmekte olan ülkeler”, “kıtık olan ülkeler” gibi söylem bazında yapılan kategorizasyon, bu ülkeleri bu tanımlı yapanlardan geri olarak etiketlemeye yol açar. Bu durumda bu ülkeleri aynı zamanda müdahale edilebilecek, uyarlanabilecek ve yeniden şekillendirilebilecek nesneler haline indirger (Abrahamsen, 2007:116). Doty’e göre de temsil Batı ile üçüncü dünya arasındaki ilişkiyi belirleyen temel unsurdur. Ona göre Batı tarafından üretilen bilgi, kimliklerin ve gerçeklerin yeniden temsil edilmesine ve üretilmesine yol açarak, Batı’nın çeşitli eylemlerini meşrulaştırır. Doty’e göre Batı kendini özne olarak üretmekte ve hegemonyası doğrultusunda gerçeklikleri yeniden

tanımlamaktadır. Postkolonyal yaklaşımda bilgi, temsil ve güç ilişkisine dair çalışmalar yapan diğer önemli araştırmacı Spivak'tır. Spivak kolonyal söylemin etkisinin çok kapsayıcı olduğu ve doğu ya da sömürülenlerin kendini ifadeden yoksun kaldıklarını ifade eder (Spivak, 2003) Bu haliyle gerçeklik, kimlik ve özne Batı tarafından tanımlandığı ve sömürülen edilgen pozisyonda kaldığı için sömürgeciliğin anlam yapıları güçlenmektedir (Rumelili, 2014:216).

Postkolonyal bakışta, bu yaklaşımın kurucularından olarak kabul edilen Said, Batı'nın bilgi üretimine, kendini ve kimlikleri sömürmek için yeniden tanımlamasına ve bu yollarla gücünü ikame etmesine en çok vurgu yapan bilim adamıdır. Ona göre, Batı kendi kimliğini doğuya rağmen tanımlayarak, üstünlüğünü bu yolla hakim kılar. Batı ürettiği bilgi vasıtasıyla, gerçekliği kendine göre yorumlayarak, kolonyalist emellerine hizmet eder. Bu emeller için doğu geri olarak temsil edilir (Said, 1998:66,95). Böylelikle Doğu öteki ve geri olarak nesneleştirilip tanımlanırken, Batı bilgi üretme tekeli sayesinde kendini medeni, gelişmiş ve hakim addeder. Buradan hareketle Batı "ötekisini" dönüştürme, yönetme ve evcilleştirmeye yetkili ve mahirdir.

Özetle postkolonyalist yaklaşım, eleştirel teorilerden, özellikle post yapısalcı yaklaşımın hegemonya ve hegemonyanın söylem yoluyla kurulması ve bilgi iktidarının gerçekliğin yeniden yaratılmasında kullanılmasını ödünç alarak Batı'nın, batılı olmayan dünyanın kalanı üzerinde, sömürge sonrası dönemde hakimiyetini sürdürmesini irdeler. Son tahlilde uluslararası ilişkilerde postkolonyalizm, büyük devlet aktörler tarafından domine edilen dünya düzenini, bu devletlerin çıkarları için yaptıklarını ve dünyanın geri kalanına bakışını ırdeleyen bir yaklaşımdır.

3.BÖLÜM METODOLOJİ

Brexit referandumu kampanyası boyunca kampanya tarafları tarafından bir kampanya aracı olarak kullanılan Türkiye'nin Birleşik Krallık gazetelerinde yer alış biçimini ortaya çıkarmak için aşağıda bahsedilen yöntem ve teknikler kullanılmıştır.

3.1 Araştırmaya Konu Olan Soru

Birleşik Krallık AB referandumu kampanyası boyunca Türkiye referandum bağlamında Birleşik Krallık'ta yayınlanan gazetelerde ne kadar ve nasıl yer bulmuştur?

3.2 Araştırma Yöntemi

Araştırma sorumuz için uygun araştırma yöntemi içerik analizi olarak belirlenmiştir. İçerik analizi birçok alanda kullanılan bir araştırma tekniğidir. Krippendorff'a göre içerik analizi metinlerin kullanıldığı bağlam yönelik, aynı metinlerden tekrar edilebilir ve geçerli çıkarım yapmak için kullanılan, hususi bir takım prosedürlere sahip bir araştırma tekniğidir. Krippendorff içerik analizini bilimsel bir araç olarak tanımlar (Krippendorff, 2004). Berelson'a göre ise, "iletişimin yazılı/açık içeriğinin nesnel, sistematik ve nicel tanımlarını yapan bir araştırma tekniği" olarak tanımlanır. Neuman da içerik analizini iletişimin geçtiği ortamın içeriğinin sistematik bir şekilde kaydedilmesi ve analiz edilmesi olarak tanımlar (Aktaran: Tavşancıl-Aslan, 2001) .

İçerik analiziyle kitaplar, dergiler, gazeteler, şiirler, internet sayfaları, şarkılar, resimler, filmler, televizyon programları, görüşmeler, siyasi partilerin seçim bildirileri, günlükler gibi çeşitli metinler incelenebilir. İçerik analizi özellikle iletişim çalışmalarında kullanılmış ve kimin, kime, neyi ve hangi etkiyle söylediği soruları üzerine yoğunlaşmıştır.

İçerik analizinin sahip olması gereken bir takım özellikler vardır. Krippendorff'a göre içerik analizi güvenilir olmalıdır. Güvenirlik için en önemli koşul içerik analizinin

tekrarlanabilir olmasıdır. Yani araştırmacının yaptığı analiz başka bir araştırmacı tarafından, başka bir zamanda aynı data üzerinde aynı teknikle yapıldığında aynı sonucu vermelidir. Dahası analizin sonuçlarının geçerli olması gereklidir. Sonuçların incelemeye açık olmalı ve araştırma sonuçları açık seçik kanıtlarla savunulabilmelidir (Krippendorff, 2004:17).

İçerik analizi bir araştırma yöntemi olarak kullanılırken belli aşamalar takip edilir. Önce bir araştırma sorusu belirlenir ve tanımlanır. Araştırma sorusu belirlendikten sonra araştırmanın analiz birimi ve örnekleme belirlenir. Bunun ardından araştırma kategorileri oluşturulur ve kodlar yazılır. Oluşturulan kodlama cetvelinin geçerliliği ve güvenilirliği ölçülür. Bundan sonra sonuçlar betimlenir, yorumlanır ve çıkarım yapılır (Çarkoğlu, 2013:134).

Özetle içerik analizi bize çok fazla sayıda materyalde bulunan ve içerik analizi olmasa fark edilmeyecek, özellikleri keşfedip, belgelememizi sağlar. Bir araştırma tekniği olarak içerik analizi araştırmacıya yeni anlayış biçimleri kazandırır, olguları daha iyi anlamasını sağlar (Krippendorff, 2004).

3.3 Neden Gazeteler Seçildi ve Birleşik Krallık'ta Gazetelere Genel Bir Bakış

Günümüzde iletişim teknolojilerinin geldiği nokta, haberleşme yöntemlerini ve haber alma yöntemlerini de geliştirmiş ve çeşitlendirmiştir. İnsanlar haberlere internet üzerinden, radyolardan, televizyonlardan, dergilerden ve gazetelerden ulaşabilmektedirler. Bu medya araçları arasında en köklü ve şüphesiz en eski olanı gazetelerdir. Gazeteler çok erken bir dönemden itibaren insanlar tarafından haber almak için kullanılan bir medya aracıdır. Bugün bahsi geçen bütün diğer gelişmiş medya araçlarına rağmen halen gazeteler önemini korumaktadır. Günümüzde 2.7 milyar kişi her gün gazete okumaktadır. Halen gazetecilik mesleği gazeteler etrafında devam etmekte ve gazeteler dışında yayın yapan medya araçları haberlerini gazete muhabirlerinden almaktadırlar. Tüm kültür endüstrisinde gazeteler dergilerle birlikte en büyük üçüncü sektör olarak yer almaktadır. Gelişen teknolojiye ve iletişim imkanlarına rağmen insanlar haber alma alışkanlıklarını çok hızlı değiştirme

eğiliminde değildirler ve eski haber alma alışkanlıkları olan gazeteleri almaya devam etmektedirler. Dijital ortamlarda haberleri takip edenlerin yüzde 40'ının da gazete almaya devam ettiği tespit edilmiştir. Bu noktada gazetelerin önemi halen toplum ve medya içerisinde belirleyici ve yönlendiricidir (World Press Trend Reports, 2016).

Birleşik Krallık'ta da gazeteler önemli bir medya aracıdır. 17. yy'dan başlayan bir geleneğe ve tarihe sahiptir (Curran vd., 1978). O çağlardan günümüze kadar Britanya'ya siyasi, kültürel ve sosyal anlamda büyük etkilerde bulunmuştur. Gazetelerin toplumların hayatındaki yeri ve toplumu yönlendirme noktasında geçmişten günümüze önemi bilinmektedir. Hal böyleyken Birleşik Krallık'ın yakın tarihinde en önemli olaylardan biri olarak değerlendirilen Brexit referandumunun gazeteler gibi önemli yayın organlarına yansması tabii olduğu kadar dikkate de şayandır. Gazetelerin kamuoyu ve medyadaki bu önemli pozisyonu göz önüne alınarak, araştırma sorusunun gazeteler ölçeğinde yapılması değerlendirilmiştir. Dahası gazeteler, günümüzde bir diğer iletişim ve haber alma aracı olan sosyal medya ve sanal ortamlardan farklı olarak, anonimlikten uzaktır. Sosyal medya ve internet medyasının anonimliği hesap sorulabilirliği ve her türlü adli, idari takibi zorlaştırdığı için haberde dezenformasyona, okuyucu üzerinde ise operasyona kapı açmaktadır.¹ Bu durum gazeteleri daha emin kaynaklar haline getirmektedir. Bu sebeplerle gazeteler tercih edilmiştir.

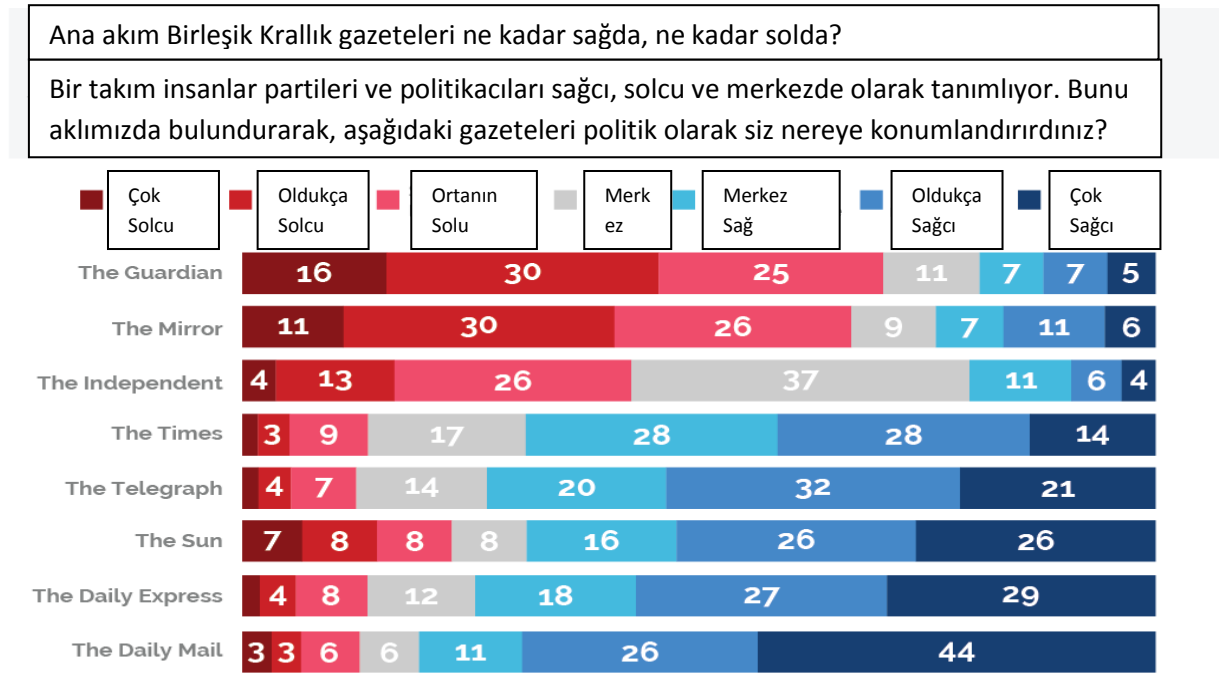
Birleşik Krallık'ta gazetelerin temelde iki ana gruba ayrıldığı söylenebilir. Bu gruplar Tabloid gazeteler ve Broadsheet diye adlandırılan gazetelerdir. Tabloid gazeteler daha popülist içeriğe sahip, magazin haberlerine ve sansasyonel haberlere ağırlık veren, boyut itibariyle de Broadsheet gazetelerden daha küçük ebatlarda olan kompakt yapıda gazetelerdir. Bu gazeteler için en iyi örnek The Sun gazetesidir. Broadsheet gazeteler ise daha geniş ebatlarda kağıda basılan, içerik itibariyle politika, ekonomi, görüş yazısı gibi daha ciddi konuları haber edinen gazeteler olarak bilinir. The Guardian, The Observer bu gazetelere örnektir. Son yıllarda içerik olarak popülist olmayan, önceki dönemde broadsheet olarak basılan gazeteler de artık daha

¹ Referandum sürecine Rusya'nın müdahalesi İngiliz kamuoyunda gündeme gelmiştir. Gerçekliği tartışmalı olsa da, internet ortamının sağladığı olanaklar sebebiyle dikkate değer bir iddia olarak karşımızda durmaktadır.

kompakt yapıda basılmaya başlanmıştır. The Times bunlardan bir tanesidir. Gazete ebatlarının benzeşmeye başlaması sonucunda Birleşik Krallık'taki gazeteleri ciddi içerikli ve popülist içerikli gazeteler diye ayırmak daha sağlıklı bir tasnif olabilir.

Her ne kadar yapılan çalışmada gazetelerin siyasi eğilimi araştırma sorusu bağlamında bir fark yaratmasa da gazeteler için yapılabilecek diğer bir tasnif ise bilinen siyasi eğilimleridir. Bu konuda bir tasnife gitmek her ne kadar sakıncalı olacak olsa bile belki de Birleşik Krallık toplumunda hangi gazetenin, hangi siyasi eğilimde olduğuna dair algı bu tasnifi geçerli kılabilir. Buna göre 2017 yılı için bu araştırma kapsamında haberleri incelenen belli başlı gazetelerin siyasi eğilimi aşağıdaki tablodaki gibidir (YouGov, 2017):

Şekil 2. Ana Akım Birleşik Krallık Gazetelerinin Siyasi Pozisyonuna Dair Sorulan Soruya Gazete Okurlarının Verdiği Cevapları Gösterir Grafik.



YouGov | yougov.com

February 20-22, 2017

Kaynak : YouGov

3.4 Hangi Gazetelerin Seçileceğini Belirleyen Etmenler

İncelenecek yayın organı olarak gazeteler belirlendikten sonra, hangi gazetelerin seçileceği araştırmanın seyri ve olası en fazla nüfusa ulaşan haberlerin değerlendirilmesi için gazete tirajları göz önüne alınarak hangi gazetelerin çalışılacağı değerlendirilmiştir. Araştırma sorusunun Britanya gazetelerinde Türkiye olması hasebiyle, gazetelerin eğilimi, türü vesair özelliklerine göre haberleri incelenecek gazeteler seçmek yerine; bütün Birleşik Krallık gazete okur nüfusunu en yüksek seviyede temsil etmesi açısından gazete seçimi tiraj bazlı yapılmıştır. Yapılan gazete seçimleri doğrultusunda Birleşik Krallık gazete okurlarının nüfusunun büyük bölümüne ulaşan gazete haberleri taranmış ve incelemeye tabi tutulmuştur. Bu doğrultuda 2017 yılı ocak ayı tiraj verilerine göre tirajı 100.000'in üzerinde olan sırasıyla (National Newspaper Circulation Certificate, 2017):

The Sun	1,666,715
Daily Mail	1,511,357
Metro	1,476,956
The Sun on Sunday	1,375,539
The Mail on Sunday	1,257,984
London Evening Standard	887,253
The Sunday Times	792,324
Daily Mirror	724,888
Sunday Mirror	629,277
The Daily Telegraph	472,258
The Times	451,261
Daily Star	443,452
Daily Express	392,526
The Sunday Telegraph	359,400
Sunday Express	335,772
I	266,768
Daily Star – Sunday	256,801
Sunday People	240,846

Financial Times	188,924
The Observer	185,752
Sunday Mail	168,164
The Guardian	156,756
Daily Record	155,772
Sunday Post	143,169

olmak üzere Birleşik Krallık gazete okuruna ulaşan; 15/04/2016 - 23/06/2016 tarihleri arasında yayınlanmış gazete haberleri taranmıştır. Arama veritabanında, The Sun gazetesinin gazete haberlerine telif dolayısıyla ulaşma imkanı sağlanmadığı için; The Sun gazetesinin internet sitesinde bahsedilen tarihler arasında ve vurgulanan arama kriterleriyle arama yapılmış ve çıkan sonuçlar bu şekilde incelenmiştir. Diğer taraftan önemli ve köklü bir gazete olmasına rağmen 2016 yılı Mart ayında basılı gazete yayını durdurduğu için, The Independent gazetesinin internet sitesinde de The Sun gazetesinde yapılan biçimde arama yapılmış ve sonuçlar aynı şekilde değerlendirilmiştir. The Independent ve The Sun gazeteleri için yapılan bu istisna The Sun gazetesinin Birleşik Krallık'ta en yüksek tiraja sahip olması ve The Independent gazetesinin Birleşik Krallık'ın en köklü ve ciddi gazetelerinden biri olup, okur gözünde saygın pozisyonunu devam ettirmesi sebebiyledir. Bahsedilen sebeplerden ötürü mezkur gazetelerdeki haberlerin değerlendirmeye alınması önem arz etmektedir. Bu sebeplerle değerlendirme dışı kalmamaları değerlendirilmiş ve internet sitelerinden haber temin edilmesi yoluna gidilmiştir.

3.5 Hangi Arama Veritabanı Neden Seçildi?

Arama veritabanları günümüzde bilgiye ulaşım anlamında bilim dünyasına ve araştırmacılara önemli hizmetler sunmakta, var olan onca bilgi ve veriyi tasnif etme imkanını araştırmacıya vererek istenen bilgiye, hızlı ve kolay ulaşımı temin etmektedirler. Ancak veritabanlarının da güvenilir olması, bilgiyi ve kaynakları iyi tasnif edip kullanıcının yaptığı aramayla bağlantılı doğru sonuçlar ve veriler getirmesi gerekmektedir.

Araştırma sürecinde incelenmesine karar verilen gazete haberlerine ulaşmak için Lexis-Nexis Academic veritabanı kullanılmıştır. Lexis-Nexis Academic veritabanı akademik camiada kabul gören, kapsamlı bir veritabanıdır. Veritabanının araştırmacıyı kolayca yönlendiren ve doğru arama kriterlerini kolaylıkla girmesini sağlayan kullanıcı bir kullanıcı ara yüzü vardır. Bu ara yüzle yapılan araştırmalar kolaylıkla internet üzerinden yapılabilirdiği gibi elde edilen veriler de rahatlıkla ve hızlıca hacmine bakılmaksızın kullanıma sunulmakta ve indirilebilmektedir. Lexis Nexis Academic arama veritabanı en iyi politik bilgi veritabanı, en iyi hukuk veritabanı ve en iyi iş yaşamı bilgi veritabanı olarak uluslararası ödüller almış, akademik camiada da yaygın kabul gören güvenilir bir veritabanıdır (Siia Codie Awards, 2012). Araştırma konusu olan Birleşik Krallık'ta Oxford ve Cambridge dahil bütün üniversiteler tarafından kullanıldığı gibi, dünyada 60 bin organizasyon tarafından kullanılmaktadır (LexisNexis, t.y.)

3.6 Arama Kriterlerinin Seçimi

Lexis - Nexis Academic veritabanı, araştırmacılara; mahkeme kararları, haber, şirket bilgileri, kanun, dava bilgisi, ülkelerle ilgili bilgiler gibi verilere ulaşım için arama yapma şansı vermektedir. Araştırma sürecinde konu itibarıyla Birleşik Krallık'ta günlük ulusal yayın yapan tirajı 2016 yılı için 100 binin üzerinde olan gazetelerin haberleri incelenmeye karar verilmiş olması hasebiyle Lexis – Nexis Academic veritabanı Haber (News) arama sekmesi tercih edilmiştir.

3.6.1 Haber Kaynağı

Haber arama sekmesinde, web, dergi, gazete gibi aranacak haber kaynakları arasından gazeteler seçilmiştir.

3.6.2 Yayınlanan Ülke

Haber kaynağı olarak gazete seçildikten sonra, gazetelerin yayınlandığı ülkeler listesinden Birleşik Krallık seçilmiştir.

3.6.3 Gazete Seçimi

Önceden belirlenmiş tirajı 100 binin üzerinde olan gazetelerin isimleri yayın arama çubuğuna yazılmış ve arama kriterlerine eklenmiştir.

3.6.4 Tarih Seçimi

Aranacak gazete tercih edildikten sonra aramada tarih aralığı, araştırma sorusu bağlamında en alakalı sonuçları elde etmek için “seçili tarihler arasında ara” seçeneği kullanılarak belirlenmiş, aranacak tarih aralığı olarak da, referendum kampanya başlama tarihi olan 15 Nisan 2016 ve referendum tarihi olan 23 Haziran 2016 tercih edilmiştir.

3.7 Arama Anahtar Kelimeleri

Bahse konu bütün kriterler aramaya eklendikten sonra arama anahtar kelimeleri belirlenmiştir. Arama anahtar kelimelerinden ilki Türkiye anlamında “TURKEY” olarak belirlenmiştir. Türkiye ile alakalı olup da “TURKEY” kelimesi geçmeyen aramalardaki haberleri yakalamak için Türk anlamında “TURK” kelimesi de, veya anlamına gelen “OR” bağlacıyla “TURKEY” anahtar kelimesinin yanına eklenmiş, böylelikle aramada “TURK” veya “TURKEY” geçen haberleri kapsamak hedeflenmiştir. “TURKEY OR TURK” kelimelerine ek olarak, bu kelimelerle birlikte aranmak üzere “BREXIT” anahtar kelimesi eklenmiştir. Bu kelime “AND” bağlacıyla “TURKEY OR TURK” arama kelimelerinin yanına yazılmıştır. Aranacak kelimeler böylelikle “Brexit AND Turkey OR Turks” olarak belirlenmiştir. “AND” bağlacının eklenmesiyle Brexit ve Turk veya Turkey kelimelerinin beraber geçtiği

haberler aranmış ve bu sayede Brexit bağlamında Türkiye veya Türklerle ilgili çıkan haberlere belirlenen tarihler arasında belirlenen gazetelerde ulaşmak hedeflenmiştir.

3.7.1 Anahtar Kelimelerin Aranacağı Yerler

Arama kelimeleri de arama kriterlerine eklendikten sonra bu kelimelerin haberlerin neresinde aranacağına dair kriter eklenmektedir. Aranacak yerler arasında Yazar, Konu, Başlık, Yer seçenekleri bulunmaktadır, bunların arasından Konu kısmı arama kriterlerine eklenmiştir. Konu satırında “TURKEY” veya “TURK” ve “BREXIT” yazan yani konusu Türkiye ve Brexit olan haberler aranmış ve bu arama sonucunda bulunan haberler incelenmek üzere kayıt altına alınmıştır. Konusunda Türkiye ve Brexit olan haberlerin yanı sıra aynı kelimeler Başlık ve Haber Girişlerinde de aratılmış, ve arama veritabanının arama algoritmasından kaçması olası haberlerin önüne geçilmek istenmiştir. Aynı arama anahtar kelimelerini Başlık ve haber girişlerinde yapılan aratmanın, konu kısmında yapılan aramanın bir sağlaması olması amaçlanmıştır.

3.8 Hangi Tarihler Neden Seçildi?

Birleşik Krallık’ın AB’ye üye olduğu tarihten itibaren hiç durmadan devam eden AB üyesi sorgulamaları çeşitli sebeplerle bir referandumu David Cameron için zorunlu hale getirmişti. UKIP’in yükselmesinin getirdiği baskı ve Muhafazakar Parti milletvekilleri içindeki euroscepticler David Cameron’un 2015 yılındaki genel seçimde seçilmesi halinde AB üyeliğini referanduma götürme sözünü vermeye itti. Muhafazakar partinin 2015 seçimlerini kazanmasıyla birlikte AB Referandumu Yasa Tasarısı meclise geldi ve kabul edildi (Europe Union Referendum Act, 2015). Bu yasaya göre Birleşik Krallık 2017 yılı 31 Aralık gününden önce AB’ye üye kalıp kalmamayı oylayacak bir referandum düzenleyecekti. David Cameron 2016 yılı şubat ayında Avam kamarasında yaptığı bir konuşmada referandum tarihini 23

Haziran 2016 olarak duyurdu.¹ Referandum tarihinin ilanından sonra referandum kamuoyunda konuşulmaya tartışılmaya başlandı ancak çıkmayı ya da kalmayı savunan kampanya taraflarının argümanları henüz tartışılmaya başlanmamıştı. Birleşik Krallık Seçim Kurulu’nun (Uk Electoral Commission) 15 Nisan’ı kampanya başlangıç tarihi ilan etmesiyle, referandum kampanyaları başlamış oldu ve kampanya tarafları kampanya argümanlarını çeşitli yollarla seçmene duyurarak oyunu almak için çeşitli kampanya araçlarını kullanmaya başladılar. Kampanya taraflarına kampanya yapma yetkisi tanındı ve kaynak temin edildi. Kampanya taraflarının iddia ve argümanlarını resmen savunmaya başladıkları kampanya başlangıç tarihi olan 15 Nisan 2016 tarihi Birleşik Krallık’ta günlük ulusal yayın yapan tirajı 2016 yılı için 100.000’in üzerinde olan gazetelerin haberlerinde; Brexit referandumu bağlamında Türkiye haberlerini bulmak için Lexis – Nexis Veritabanında arama başlangıç tarihi olarak belirlenmiştir. Bu tarihin belirlenmesinde amaç resmi olarak belirlenmiş kampanya taraflarının argümanlarının resmi kampanya süresi içerisinde gerçek manada yansıdığı gazete haberlere ulaşmaktır. Arama tarihinin sonlandığı tarih ise referandum günü olarak belirlenen 23 Haziran 2016 tarihidir. Haber arama veritabanında incelenecek gazeteler seçildikten sonra hangi tarihlerde inceleneceğine dair sekmeye gelindiğinde, arama tarihleri bahsi geçen sebeplerden ötürü “15 Nisan 2016 – 23 Haziran 2016 arası haberler” tarih arama kriterlerine göre belirlenmiştir.

Tablo 2. Gazetelerde Haberlerin Tespit Edildiği Yerleri Gösterir Tablo

Yayın Adı:	Arama Yeri	
	Konu	Başlık
The Daily Record and Sunday Mail	5	0
I	2	0
The Guardian	28	7
Daily Mail Mail On Sunday	15	4
The Daily Telegraph and Sunday Telegraph	12	1

¹David Cameron’ın Avam kamarası konuşması için Birleşik Krallık bknz: <https://www.publications.parliament.uk/pa/cm201516/cmhansrd/cm160222/debtext/160222-0001.htm#16022210000001>

Yayın Adı :	Konu	Başlık
Tablo. 2'nin Devamı		
The Evening Standard	11	0
The Times	18	3
The Sun web and Sun on Sunday	17	0
The independent web	28	0
The Guardian	33	0
The Observer	3	0
The Daily Star and Sunday Star	3	0
The Financial Times	1	0
The Express and Sunday express	25	0
The Mirror and Sunday Mirror	23	4
The Metro	4	3
The Sunday Post	2	0
The People	2	0
Toplam	232	22
Genel Toplam	254 Haber	

Bu durumda Lexis – Nexis Academic arama veritabanının haberler kısmında, gazeteler bölümünde, Birleşik Krallık'ta yayınlanan ve tirajı 100 binin üzerinde olan ilgili gazeteler her aramada belirtilen kriterlerle birlikte tek tek yazılarak, 15 Nisan - 23 Haziran 2016 tarihleri arasında, Brexit AND Turkey OR Turks anahtar kelimeleriyle, Konu ve Başlıklar kısmında aratılarak 254 habere incelenmek üzere ulaşılmış ve bu haberler kaydedilmiştir. Bu kriterlerle yapılan aramaların Brexit kampanyası boyunca Türkiye bağlamında çıkan haberleri tespit etmekte muvaffak olduğu düşünülmekte ve çıkan haberlerden herhangi birinin atlanmadığı değerlendirilmektedir. Tespit edilen 254 haberin %7'lik bir kısmının içerik analizi yöntemiyle okunup incelenmesi neticesinde oluşan kategori ve kodlar, güvenilirlik açısından, ikinci kodlayıcı tarafından kodlanmıştır. İki değerleyici arasındaki karşılaştırmalı uyuşmanın güvenilirliğini tespit için kullanılan Cohen'in Kappa katsayısına göre çalışmanın güvenilirliği 0.8244 aralığıyla “neredeyse mükemmel uyuşma” olarak tespit edilmiştir. Böylelikle çalışmanın güvenilir olduğu tespit edilince kalan haberler tek kodlayıcı tarafından kodlanmıştır.

Tablo 3. İki değerleyici arasındaki karşılaştırmalı uyuşmayı gösterir tablo

	Percent Agreement	Scott's Pi	Cohen's Kappa	Krippendorff's Alpha (nominal)	N Agreements	N Disagreements	N Cases	N Decisions
Variable 1 (cols 1 & 2)	93.8%	0.817	0.818	0.823	15	1	16	32
Variable 2 (cols 3 & 4)	93.8%	0.845	0.846	0.85	15	1	16	32
Variable 3 (cols 5 & 6)	100%	1	1	1	16	0	16	32
Variable 4 (cols 7 & 8)	93.8%	0.763	0.765	0.77	15	1	16	32
Variable 5 (cols 9 & 10)	100%	1	1	1	16	0	16	32
Variable 6 (cols 11 & 12)	93.8%	0.763	0.765	0.77	15	1	16	32
Variable 7 (cols 13 & 14)	81.3%	0.536	0.538	0.551	13	3	16	32
Variable 8 (cols 15 & 16)	93.8%	0.87	0.871	0.874	15	1	16	32
Variable 9 (cols 17 & 18)	87.5%	0.709	0.714	0.718	14	2	16	32
Variable 10 (cols 19 & 20)	87.5%	0.667	0.673	0.677	14	2	16	32
Variable 11 (cols 21 & 22)	93.8%	0.817	0.818	0.823	15	1	16	32
Variable 12 (cols 23 & 24)	100%	1	1	1	16	0	16	32
Variable 13 (cols 25 & 26)	93.8%	0.845	0.846	0.85	15	1	16	32
Variable 14 (cols 27 & 28)	93.8%	0.845	0.846	0.85	15	1	16	32
Variable 15 (cols 29 & 30)	100%	undefined*	undefined*	undefined*	16	0	16	32
Variable 16 (cols 31 & 32)	87.5%	0.733	0.733	0.742	14	2	16	32
Variable 17 (cols 33 & 34)	93.8%	0.763	0.765	0.77	15	1	16	32
Variable 18 (cols 35 & 36)	93.8%	0.845	0.846	0.85	15	1	16	32

Tablo.4 Kappa İstatistiğini Ve Uyuşma Oranlarını Gösterir Tablo

Kappa İstatistiği	Uyuşma Gücü	Kappa İstatistiği	Uyuşma Gücü
<0.00	Hiç uyuşma yok	0.41-0.60	Orta derece uyuşma
0.00-0.20	Çok hafif uyuşma	0.61-0.80	Önemli derece uyuşma
0.21-0.40	Hafif uyuşma	0.81-1.00	Neredeyse mükemmel

Kaynak: Landis ve Koch, 1977.

4. BÖLÜM BULGULAR

Birleşik Krallık Başbakanı David Cameron'ın 2016 yılı Şubat ayında Britanya'nın AB üyeliğinin oylanacağı referandumun Haziran'da olacağını ilan etmesiyle, referandum ülke gündemine iyiden iyiye girmeye başlamıştı. Aslında Britanya'da 2015 yılında yapılan genel seçimlerden önce seçildiği takdirde, Başbakanın parti içi muhalefet ve yükselen Avrupa şüpheciliğinin basıncını tahliye etmek için, Britanya'nın AB üyeliğini referanduma götüreceğine dair açıklaması, daha o dönemden itibaren referandum için çeşitli organizasyonların teşkil edilmesine yol açmıştı. Britanya'nın AB'den ayrılma ya da kalmasına dair tartışmalar, Başbakan Cameron'un referandum sözü vermesinden önceki dönemde de çeşitli gruplarca yapılmaktaydı. Cameron'un referandumun tarihini açıklamasının ardından, tartışmalar hızlanmış fakat 2016 yılı Nisan ayında Birleşik Krallık Seçim Kurulu'nun Ayrıl ve Kal kampanyalarını yürütecek resmi tarafları belirlemesinin ardından bu tartışmalar ülkenin en önemli gündemi olarak belirmiştir. Resmi kampanyaların ilanından sonra ülke kıran kırana bir referandum kampanyasına sahne olmuş, her iki tarafta geliştirdikleri argümanları üzerinden seçmenlerin oyuna etki etmeye uğraş vermiştir. Kampanyalar başladıktan sonra, bu dönemde Birleşik Krallık basınına entelektüel ya da bilimsel arayışa sahip olmayıp, hasbelkader göz gezdiren bir kişinin bile kaçırmayacağı oranda ve nitelikte birçok haber, Türkiye'nin bu referandumun gündeminde yer aldığını tespit etmeye yeterliydi. Bu durum Birleşik Krallık AB Referandumu gibi son dönemin en önemli Uluslararası İlişkiler olaylarından birinde Türkiye'ye dair içeriğin ne olduğunun ve Türkiye'nin kampanya sürecinde neden, nasıl ve ne kadar yer aldığının tespitini elzem kıldı. Zira bu olgu açıklanmaya muhtaç bir olguydu ve açıklandığı durumda kültürel, tarihi ve düşünsel çeşitli referansları açığa çıkarması muhtemeldi.

Araştırmanın kapsamını bütün Britanya nüfusuna teşmil etmek için Britanya'da ulusal yayın yapan tirajı 100 binin üzerinde olan bütün günlük gazeteler seçilerek, referandum kampanyasının sürdüğü tarihler boyunca, bu gazetelerde Brexit referandumu bağlamında Türkiye'ye dair haber ve içeriklere ulaşıldı. Seçili gazetelerde bahsi geçen şekilde yapılan aramada Brexit konusunun 2149 haberde

geçtiği tespit edilirken, Brexit ve Türkiye konusunda 254 haber tespit edilmiştir. Mezkur kriterlerle yapılan aramada Brexit ve Türkiye konulu aramada bulunan haber sayısı bütün Brexit'e dair haberlerin yüzde 12'si civarında bir rakama tekabül etmektedir. Tespit edilen 254 haberin içerik analizi yöntemiyle okunup incelenmesi neticesinde oluşan kategori ve kodlar, güvenilirlik açısından, ikinci kodlayıcı tarafından kodlanmıştır. İki değerleyici arasındaki karşılaştırmalı uyuşmanın güvenilirliğini tespit için kullanılan Cohen'in Kappa katsayısına göre çalışmanın güvenilirliği "neredeyse mükemmel uyuşma" olarak tespit edilmiştir.

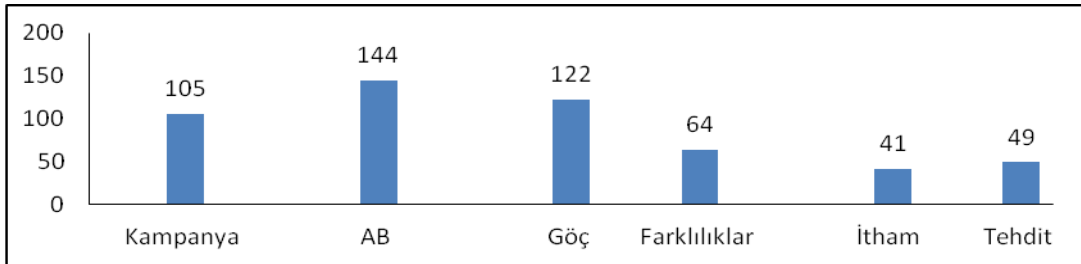
Yapılan çalışma sonucunda 25 kaynaktan, 254 haber tespit edilmiştir. Bu haberlerden hareketle oluşturan kodların sayısı 16'dır. 16 kod, 6 ayrı kategori (tema) altında toplanmıştır. 254 haber içerisinde tespit edilen 16 koda 525 ayrı defa rastlanmıştır. Temalardan en fazla rastlanana AB temasıdır. En az geçeni ise İtham Temasıdır. AB temasıyla birlikte göç teması da sıkça yer bulmuştur. Diğer taraftan Türkiye'nin ekonomik ve güvenliğe dair bir tehdit olduğunu kodlayan haberlerden müteşekkil Tehdit teması, İtham temasından sonra en az geçen ikinci temadır.

Kodlar arasında ise haberlerde en sık geçen kod Göç Kaynağı Ülke Türkiye kodudur. En az geçen kod da Müslüman Ülke Türkiye kodudur. Yine nefret suçu bağlamında gazete ya da kampanya taraflarından birini nefret suçu bağlamında hukuki olarak bağlayabilecek Müslüman ülke koduyla birlikte, Kötü insanlar Türkler kodu da en az geçen kodlardan biridir. Bundan başka Türkiye'nin haksız kampanyalarla hırpalandığını ve yıpratıldığını ifade eden haberlerden mütevellit oluşturulan Hırpalanan ülke Türkiye kodu da en az geçen kodlardan biridir.

Tablo 5. Tema isimleri, Tema Haber Sayıları, Temalara Göre Kodların Listesi, Kod haber Sayıları¹

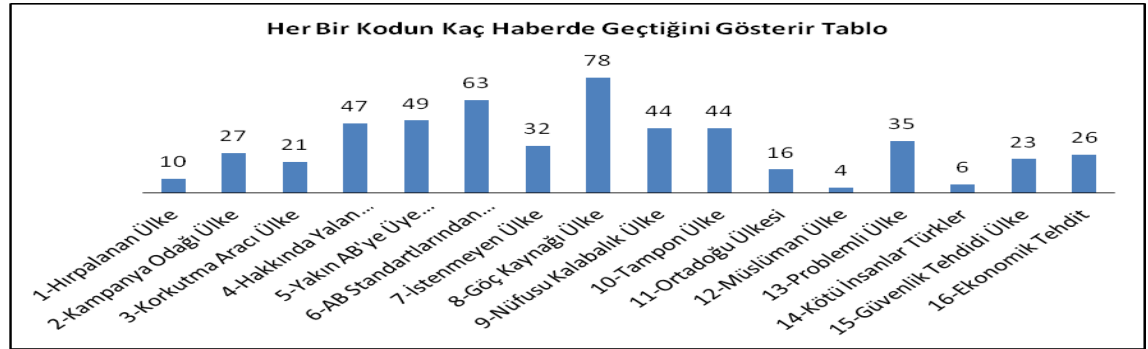
Tema Adı	Tema Başına Kod Sayısı	KODUN ADI	Kodların Haberlerde Sayısı
1-Kampanya Argümanı Teması	105	1-Hırpalanan Ülke	10
		2-Kampanya Odağı Ülke	27
		3-Korkutma Aracı Ülke	21
		4-Hakkında Yalan Söylenen Ülke	47
2- AB Teması	144	5-Yakında AB'ye Üye olacak Ülke	49
		6-AB Standartlarından uzak ülke	63
		7-İstenmeyen Ülke	32
3- Göç Teması	122	8-Göç Kaynağı Ülke	78
		9-Nüfusu Kalabalık Ülke	44
4- Farklılıklar Teması	64	10-Tampon Ülke	44
		11-Ortadoğu Ülkesi	16
		12-Müslüman Ülke	4
5- İtham Teması	41	13-Problemlili Ülke	35
		14-Kötü İnsanlar Türkler	6
6- Tehdit Teması	49	15-Güvenlik Tehdidi Ülke	23
		16-Ekonomik Tehdit	26
Toplam Kod Sayısı			525

Tablo 6. Temalara Göre Haber Sayılarını Gösterir Tablo

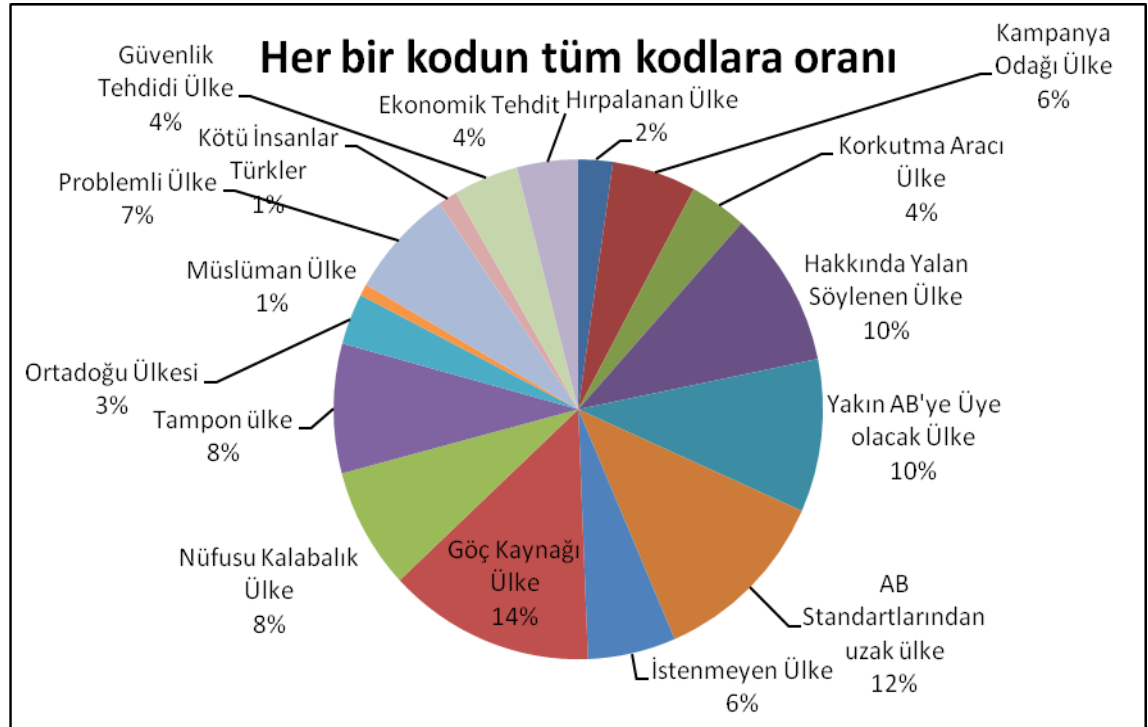


¹ Kodların açıklamaları için tezin sonundaki ekler kısmına bakınız.

Tablo 7. Her Bir Kodun Kaç Haberde Geçtiğini Gösterir Tablo



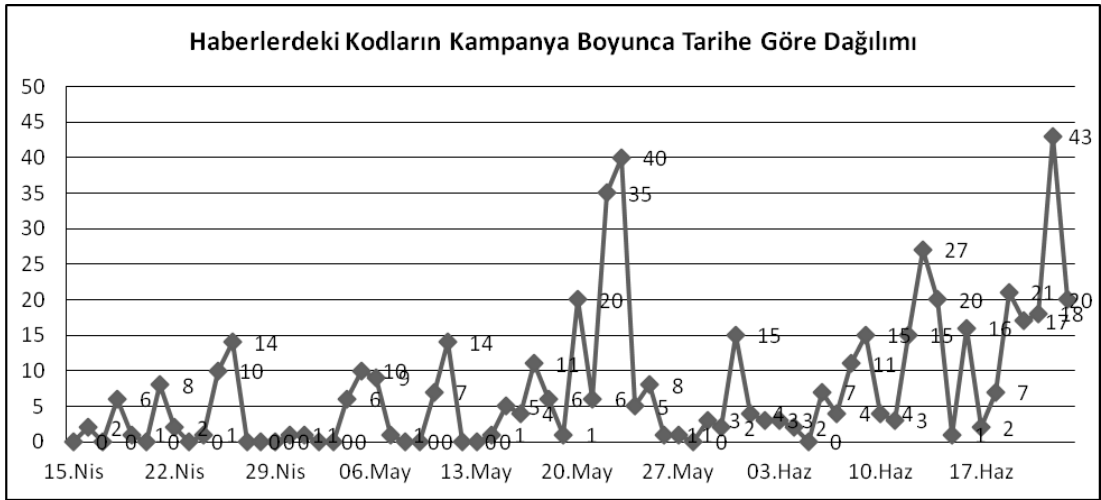
Tablo 8. Her Bir Kodun Tüm Haberlerde Geçen Kodlara Oranını Gösterir Tablo



Çıkan haberlerin tarihe göre dağılımına bakıldığında ise, kampanya resmi başlangıç tarihinden referandum gününe kadar tüm zamanlarda Türkiye ve Brexit bağlamında haberlerin çıktığı tespit edilmiştir. Bu bağlamda çıkan haberler ve haberlerin içerisinde tespit edilen kodlar kampanyanın bitiş tarihine yakın olan ve son kozların oynandığı son günlerde daha belirgin bir artış göstermiştir. Bu noktada kampanya tarafları iyi bir argüman ve kampanya aracı olarak değerlendirdikleri Türkiye'ye dair

söylemlerini artırmışlardır. Böylelikle referandumun son günlerinde seçmeni etkilemek için çabalamışlar, bu da basında yer bulmuştur. Diğer taraftan haber ve kodların sayısının en yukarılara tırmandığı bir diğer tarih aralığı da 2016 yılı Mayıs ayının 3. Hafta Sonu dönemidir. Bu tarihlerde, Türkiye'nin AB üyeliğine dair, ayrıl kampanyası tarafından Başbakan Cameron'a sorular yöneltilmiş ve Başbakan Türkiye ile ilgili mevzularda itham edilmiştir; Başbakanın da bu noktada Türkiye ve AB'ye dair açıklamalar yapması nedeniyle bu dönemde haberler belirgin bir artış gözlemlenmiştir.

Şekil 3. Haberlerdeki Kodların Kampanya Boyunca Tarihe Göre Dağılımı



Bu araştırmaya dair bulgular noktasında asıl önem arz eden ve anlamlı çıkarımlar yapılabilecek kısım kodlar ve kodları oluşturan haberlerin içeriğidir. Kodlar ve içeriklerine dair bulgular Temalar başlığı altında mezkûr temayı oluşturan kodların incelenmesi ve ona dair bulguların ortaya konmasıyla araştırma sorusuna cevap verecektir.

4.1 Temalar

Britanya basınında Brexit referandumu kampanyası süresince Türkiye ve Referanduma dair çıkan haberler incelenip kodlanırken, bu haberlerin kodlarının bazı ortak konular üzerine oluşmaya başladığı fark edilmiştir. Ayrı ayrı kodlar tespit

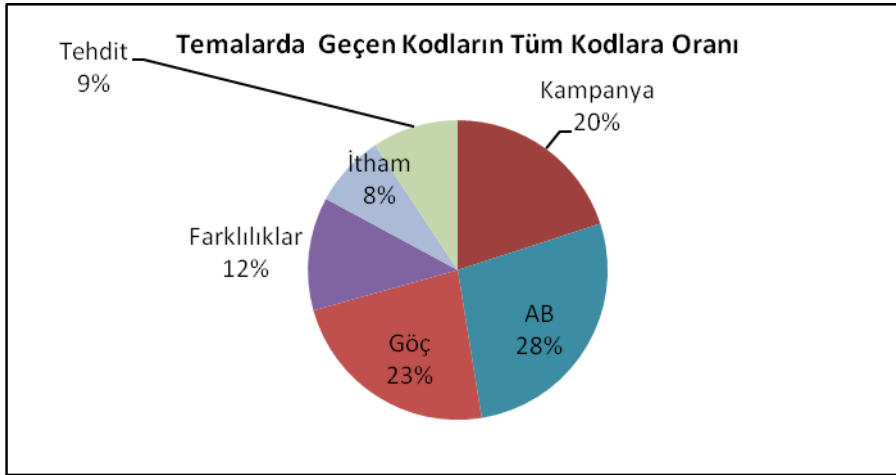
edilirken, bu kodların konuları da birer tema olarak saptanmıştır. Buna göre 254 ayrı haberin 6 ayrı konuda yani temada temerküz ettiği tespit edilmiştir. Buna göre bu temalar Kampanya Teması, AB Teması, Göç Teması, Farklılıklar Teması, İtham Teması ve Tehdit Temasıdır. 254 haberde 525 defa rastlanan kodlar Kampanya Temasında 105, AB Temasında 144, Göç Temasında 122, Farklılıklar Temasında 64, İtham Temasında 41, Tehdit Temasında 49 defa karşımıza çıkmaktadır. Buna göre en yoğun kod barındıran tema tüm kodların yüzde 28'ini içeren AB Temasıdır. AB temasıyla birlikte, Göç ve Kampanya temaları diğer en fazla kodu içeren temalardır. En az kodu içeren temalar tüm kodların yüzde 8'ini oluşturan itham teması ve kodların yüzde 9'unu oluşturan tehdit temasıdır. Bu bulgulara bakıldığında ilk elden Brexit referandumu kampanyası süresince Türkiye'nin AB üyeliğinin çokça gündeme gelip tartışıldığı söylenebilir. Türkiye AB ilişkilerinin hangi bağlamda ele alındığı kod açıklamalarında zikredilecektir. Bundan başka, tüm referandum kampanyasına damga vuran konu olan göç konusunda da Türkiye'nin kampanya süresince nasıl gündeme geldiği Göç Temasının oranına bakılarak tespit edilebilir. Bir diğer Tema olan kampanya temasının da oldukça fazla gündeme geldiği, bulgularla tespit edilmiştir. Tüm kodların yüzde 20'sini oluşturan bu temada Türkiye'nin bu referandum kampanyasındaki rolünün tartışılması basına yansımıştır. En az yer bulan Türkiye'nin tehdit olduğunu belirten tema ve Türkiye'ye dair çok sert söylemleri içeren İtham Teması başta zikredilen temalardan sırasıyla yüzde 9 ve yüzde 8 ile daha az yer bulmuşlardır. Bu temalardaki haberler ve olaylar referandum kampanyası boyunca kimi çevrelerce yabancı düşmanlığı ve islamofobiyle ilişkilendirilmiştir. Oransal olarak az olmalarının bir sebebi, söylemi geliştirenleri ve haberi yapanları hukuki olarak bağlayacak nitelikte olmaları olarak değerlendirilebilir.

6 Temada her birinde en fazla 4 ve en az 2 olmak üzere toplam 16 kod bulunmaktadır. Kodlar oluşturulurken, haberlerin içeriğinden hareket edilerek, kodların belli konu başlıkları altında olduğunun tespit edilmesinden hareketle temalar belirlenmiştir. Her temaya ve koda dair bulgular, tema başlıkları altında gösterilip, izah edilecektir.

Tablo 9. Temalara Ait Kodları Gösterir Tablo

Göç Teması	Farklılıklar Teması	İtham Teması	Tehdit Teması	AB Teması	Kampanya Teması
1. Göç Kaynağı Ülke	1. Tampon Ülke	1. Problemlili Ülke	1. Güvenlik Tehdidi Ülke	1. AB standartlarından uzak ülke	1. Kampanya Odağı Ülke
2. Nüfusu Kalabalık Ülke	2. Ortadoğu Ülkeleri	2. Kötü İnsanlar Türkler	2. Ekonomik Tehdit Ülke	2. Yakında AB'ye Üye Olacak Ülke	2. Hakkında Yalan Söylenen Ülke
	3. Müslüman Ülke			3. İstenmeyen Ülke	3. Hırpalanan Ülke
					4. Korkutma Aracı Ülke

Şekil 4. Temalardaki Haberlerin Birbirlerine Oranını Gösterir Grafik

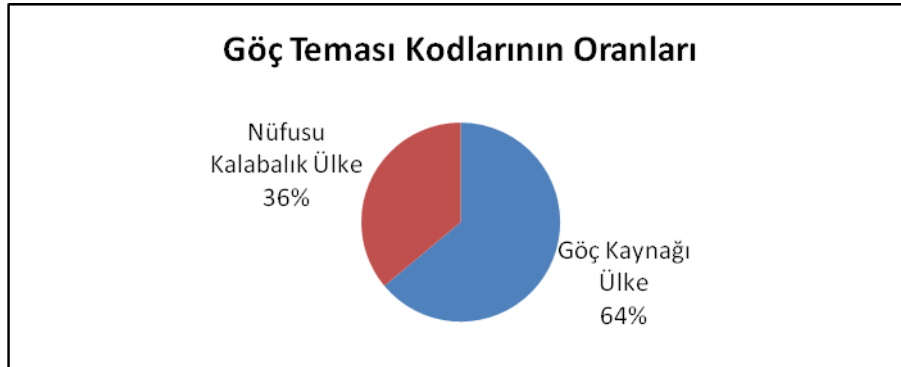


4.1.1 Göç Teması

Göç teması, referandum kampanyası boyunca Türkiye'ye dair Birleşik Krallık Basınında çıkan haberlerden göç ile ilgili olanları kapsayan temadır. Referandum kampanyası boyunca Türkiye referandum bağlamında birçok haberde yer almış, çeşitli konu başlıkları altında haber olmuştur. Bu haberler arasında Türkiye'yi

Britanya'ya göçün kaynağı olarak gösteren haberler ve bununla bağlantılı olarak Türkiye'nin nüfusunun çok olduğunu belirten haberler ayrı ayrı kodlanmış ve göç temasını oluşturmuşlardır. Göç konusu referandum kampanyası boyunca en çok gündeme gelen konulardan birisidir. Referandum kampanyasının ana tartışması göç üzerine olmuştur (Duncan, 2016). Kampanya taraflarının ilgisi ve göç meselesini bir kampanya aracı haline getirmesine karşılık seçimde de göç konusuna dair hassasiyet oluşmuştur. Bu durum haber sayılarına da yansımıştır. Bu temada bulunan kod sayısı 122'dir. Bu tema tüm kodların yüzde 23'ünü barındırmaktadır. Yine bu temadaki Göç kaynağı ülke kodu en fazla sayıda haberde geçen koddur. Göç temasının bu kadar vurgulanması, Türkiye'nin referandum kampanyası boyunca göç konusu üzerinden ne denli çok gündeme geldiğini göstermesi açısından önemlidir. Kampanyanın en önemli argümanının göç olduğu bilindiğine göre bu temaya dair bulgular Türkiye'nin kampanyadaki önemi ve Türkiye'nin hangi şekilde algılandığını göstermesi açısından önemlidir. Göç Temasında var olan kodlardan Göç Kaynağı ülke 78 ayrı haberde, Nüfusu kalabalık ülke kodu ise 44 ayrı haberde geçmiştir. Buna göre göç temasındaki tüm kodların yüzde 36'sı Nüfusu kalabalık ülke koduna, yüzde 64'ü ise göç kaynağı ülke koduna tekabül etmektedir.

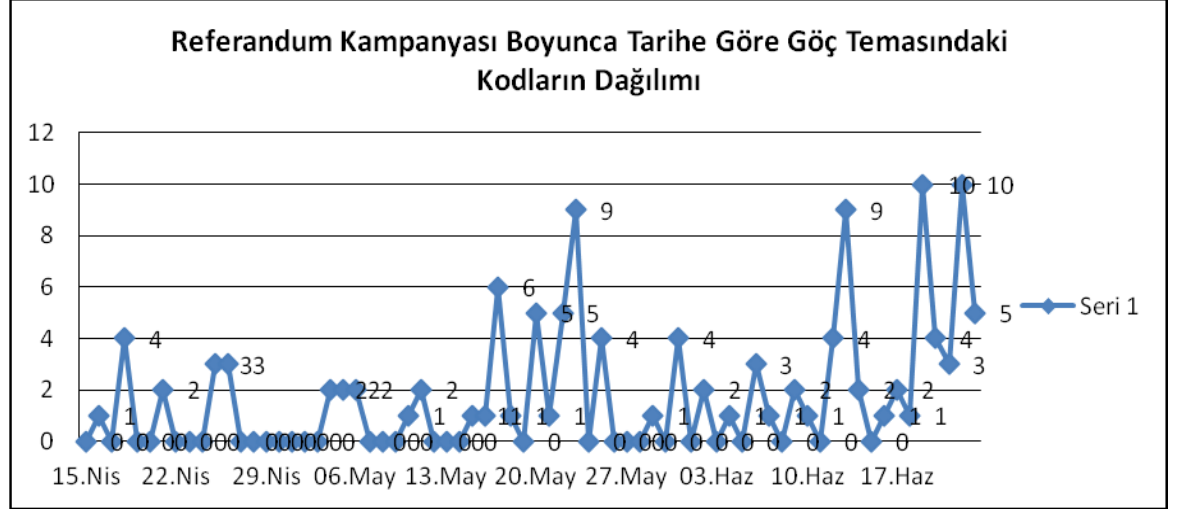
Şekil 5. Göç Temasındaki Kodların Tema İçindeki Oranlarını Gösterir Grafik



Göç Temasındaki kodların referandum kampanyası boyunca tarihe göre dağılımına bakıldığında ise Türkiye ile alakalı olarak göç teması ve göçe dair konuların, kampanya başlarında sık olmasa da, tüm kampanya boyunca gündeme geldiği ve basında yer bulduğu söylenebilir. Göç konusu seçimde karşılığı yüksek olan bir konu olduğu için, kararsız seçmenin tutumuna etki etmek için olması olası olan bir

şekilde kampanyanın son günlerinde göç meselesi oldukça sık yer bulmuş ve en yoğun frekansı bu dönemde göstermiştir.

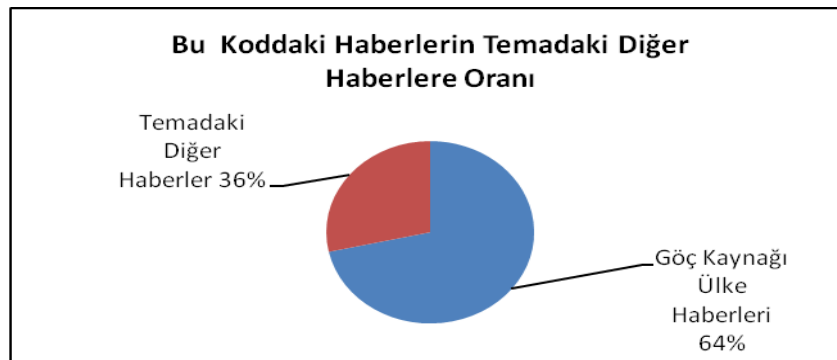
Şekil 6. Göç Teması İçinde Bulunan Kodların Kampanya Boyunca Tarihe Göre Dağılımı



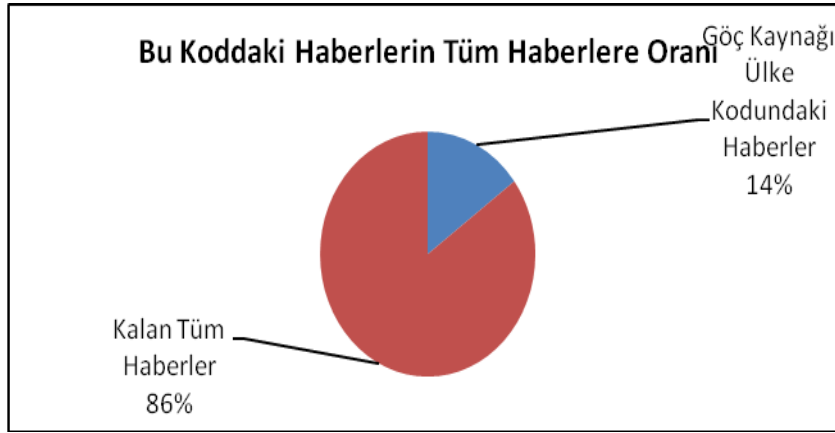
4.1.1.1. Göç Kaynağı Ülke Kodu

Göç Kaynağı Ülke Türkiye kodu 78 haberde yer almıştır. Bu kod tüm kampanya boyunca, geçmediği bir dönem olmaksızın basında yer almış ve önemini korumuştur. Göç Kaynağı Ülke Türkiye kodu tüm haberlerde geçen tüm kodların toplamda yüzde 14'ü gibi büyük bir rakama tekabül etmektedir. Bu kod 6 kategorideki 16 kod arasında en çok rastlanan koddur.

Şekil 7. Göç Kaynağı Kodundaki Haberlerin Temadaki Diğer Haberlere Oranı



Şekil 8. Göç Kaynağı Kodundaki Haberlerin Tüm Haberlere Oranı



Birleşik Krallık'ın AB'den çıkmasına ya da kalmasına karar verilecek halk oylaması olan Brexit Referandumunda en çok öne çıkan mesele göç meselesi olmuştur. Göç konusu ve göçmenlere dair kampanyanın Brexit referandumunun kaderine büyük etki ettiği söylenebilir (Parker, 2016a:42). Göçmen krizlerinin yaşandığı bir dönemde Birleşik Krallık'ın göç politikalarının AB tarafından belirlenmesi ve AB üyeliğinden kaynaklı işçilerin serbest dolaşımı ve dahası önceki yıllarda ülkeye gelen yüz binlerce göçmen ülke içinde göç ve göçmenler konusunu referandum kampanyası boyunca da gündemin en üst sıralarında yer tutmuştur. Kampanya yürütücüleri, AB'ye üye olacağı belirtilen veya muhtemel görülen 80 milyon nüfuslu ülke Türkiye'nin AB kanunları dolayısıyla Birleşik Krallık için bir göç tehdidi olacağı argümanını icad edip, kampanyalarında çokça kullanmışlardır. Göç argümanının bir korkutma aracı olarak kullanılması, toplumda göçe karşı hassasiyetin olması, AB ile üyelik müzakereleri yürüten Türkiye'nin göç kaynağı olarak Britanya toplumuna lanse edilmesine ve Türkiye'nin göç bağlamında bir kampanya aracına dönüştürülmesine kapı açmıştır. Bu durumda göç kaynağı ülke Türkiye kodunun diğer bütün kodlar arasında en fazla rastlanana olması bu durumda şaşırtıcı değildir. Özellikle ayrıl kampanyası tarafından, Türkiye'nin AB'ye 80 milyon nüfusu ile üye olmak üzere olduğunun, AB'den ayrılmazsa, Türkiye'den birçok göçmenin Britanya'ya geleceğinin propagandası yapılmış ve bunlarla ilgili çeşitli afiş, poster, web sitesi ve internet ilanı hazırlanarak kampanya yürütülmüştür.

Görsel 1. Türkiye'nin Birleşik Krallığa Göç Kaynağı Ülke Olduğuna Dair Hazırlanmış Görsel



Kaynak: Vote Leave Kampanya Resmi Sitesi

Görsel 2. Ayrıl Kampanyası Tarafı UKIP'in Göçmenleri Resmeden Afişi



Kaynak: Nigel Farage's anti-migrant poster, Guardian, 2016

Bu noktada referandum kampanyasının üzerinde en çok durulan konularından göçe dair, Türkiye ve Türkiye'den sözde olası göç kampanya boyunca istismar

derecesinde kullanılmış ve Brexit referandumunu bağlamında Türkiye'nin göç kaynağı ülke olduğunu anlatan birçok haber Britanya basınında yer almıştır.

Referandum kampanyasında özellikle ayrıl kampanyası tarafından işlenen ve kampanya süresince en önemli konu olarak karşımıza çıkan göçe dair, gazete veritabanlarında Birleşik Krallık basını üzerine yapılacak bir aramada sayısı binlerle ifade edilen habere rastlamak mümkündür. Bu haberler arasında Türkiye ve göçün aynı haberde geçtiği haberlerin sayısı zikredilen kadar olsa da, aslında kampanya boyunca göç denince büyük oranda Türkiye ve Türkiye'den göç anlaşılmalıdır. Zira göçe dair afiş ve görseller ya Türkiye ile ilgilidir ya da göçmen olarak karikatürize edilen karakterler Türk ve Ortadoğulu fenotipine yakındır. Ayrıl kampanyasının afiş, poster gibi kampanya materyallerinden bu durum tespit edilebilir. Yani göç bağlamında çıkan haberler aslında Türkiye'yi doğrudan ilgilendirmektedir ancak bunun tespiti zor olabilmektedir. Mamafih bu çalışmada tespit edilen 78 haberde de Türkiye'nin göç kaynağı ülke imajı açıkça görülebilmektedir. 22 Mayıs 2016 tarihli The Sunday Express gazetesinde Caroline Wheeler imzalı "12 milyon Türk Birleşik Krallığa göçeceğini söylüyor. Gelmeye niyetlenenlerin çoğu işsiz ve öğrenci" başlıklı haberden, Türkiye'ye dair algının tıynetü görülebilir (Wheeler, 2016a:1). Aslı astarı olmayan ve objektif verilerle desteklenmemiş onlarca iddia da Türkiye Birleşik Krallığı tehdit edecek bir göç dalgasının kaynağı olarak gösterilmiş ve bundan siyasi kazanç elde edilmiştir. Türkiye'yi göç kaynağı olarak göstermenin göçmenleri istememe boyutundan hariç bir de gelen göçmenlerin Türk olması vurgusu vardır. Bu noktada Batı'nın doğuya ve Doğu özelinde Türkiye'ye karşı bakışına dair ipuçları saklıdır. Türkiye'ye dair Johnson'ın söylemlerine atfen 19 Haziran 2016 Mail On Sunday gazetesinde çıkan "Türkiye AB 'ye girerek sürüyle katil, terörist ve insan kaçakçısını Britanya'ya getirecek"¹ haberinde olduğu gibi Türkiye'ye giydirilen, oryantalist bakışla açıklanabilecek doğru steryotipinin basına yansımaları müşahade edilebilir (Pitel, 2016). Batı'nın doğuya ve doğululara dair yeknesak bir bakış vardır. Batı'nın tanımladığı bu doğulunun bir özelliği de istila emelleri güden kalabalığın bir parçası olmasıdır (Said, 1998: 279). Türkiye'den 8 yılda milyonlarca göçmen

¹ The former Mayor of London was condemned by Sinan Kunalp for Vote Leave s controversial claim that Turkey is on the verge of joining the EU - bringing murderers, terrorists and kidnappers flocking to Britain if the UK does not cut ties with Brussels(Pitel, 2016).

gelebilir (Boffey ve Helm, 2016) ya da AB’de kalırsa çoğu Türk 5 milyon göçmen Birleşik Krallığa gelecek (Townsend, 2016), şeklindeki haberler Türkiye’nin basına nasıl yansıdığına dair başka örneklerdir. Dahası Birleşik Krallık’ın AB’ye üye kalması durumunda Türkiye’den kontrolsüz göç yaşanacak (Brexit video starring, 2016), Britanya AB üyesi kalırsa Türkiye’den devasa bir göçmen akınıyla karşı karşıya kalacak (Kingsley, 2016), Türkiye 2030’a kadar Britanya nüfusuna 5.23 milyon yeni göçmen katar (Cooper, 2016a), Nüfusu Müslüman olan Türkiye’den 15 milyon Türk vatandaşı Birleşik Krallığa göç edebilir (Mason, 2016a) şeklinde göçün kaynağını Türkiye olarak gösteren haberlerin sayısı çoktur. Bunlardan başka Türkiye ve AB’ye yeni üye olacak diğer 4 ülkeden 2030 yılında Birleşik Krallığa İskoçya nüfusu kadar göçmen gelecek (Mason, 2016b) ve 77 milyon Türk buraya geliyor (Greensdale, 2016) gibi haberlerde de görüleceği üzere Türkiye göç kaynağı olarak gösterilirken aynı zamanda mesnetsiz abartılı ve hatta uçuk rakamlar verilerek, Türkler tarafından istilaya uğranacak mesajı verilmektedir. Bu doğrululara ve özelde Türklere dair zihinlerde kodlu bakışı uyandırarak siyasi emelleri gerçekleştirme isteğinden ileri gelmektedir. Çünkü Batı Doğu’dan istifade etmek için onu istediği şekilde tanımlar ve imajını üretir. UKIP tarafından kampanya sürecinde kullanılan 2 numaralı görsele bakıldığında da bu durum tespit edilebilir. Birleşik Krallığa Commonwealth ülkelerinden de önemli sayıda göçmen gelmesine rağmen, bu postere bakıldığında tiplerin Ortadoğulu fenotipine uygun olduğu görülebilir. Bu durum zihinlerde hangi kodlara referans verilmek istendiğinin önemli bir işaretidir. Ne var ki bu referanslar yalan ve uydurma ile yapılmakta bunlar da bu halleriyle basında yer bulmaktadırlar. Mesela bahsi geçen posterde kullanılan görselin Birleşik Krallık’ta çekilmediği açıklanmıştır. Bilgi üretme yetkesini elinde bulunduran batılı bakış, gerçeklerle alakası olmayan söylemle Türkiye’yi yeniden kurmaktadır. Bir takım gazeteler, editörlerinin seçimleri ve siyasi tandanslarıyla bu durumu iyiden iyiye abartmışlardır. Örneğin, The Express gazetesinin 5 Mayıs tarihli nüshasında “AB kapılarını 79 milyon Türk’e açıyor, Britanya yeni göçmen akınıyla karşı karşıya, bu büyük bir hata, AB Türkiye’ye teslim oluyor” ifadelerini içeren haberlerle baskıya çıkmıştır (Hall, 2016c:7). Dahası bu yalanlar, sadece Türkiye’den değil, siyasi kaygılarla da olsa Britanya içinden de tepki almıştır. Daily Mail’in 13 Haziran da çıkan haberinde, ayrıl kampanyasının, Başbakan’ın yılda 1 buçuk milyon

Türkü Britanya'ya getirecek bir antlaşmaya imza attığı haberini yaydığını, bunun da hükümette bir kızgınlık yarattığını yazmaktadır (Groves vd. 2016). Yine bu minvalde Boris Johnson bıçak sırtı giden anketlerde seçmeni ayrıl kampanyasına çekmek için Türkiye'yi kullanarak insanların göçmen korkusunu ateşlemekle suçlanmıştır (Wright vd. 2016:3). Başka bir haberde “Boris jhonson ve Michael Gove Türkiye'den göç konusunda kasten yalan söylüyorlar” denmektedir. (Cooper, 2016b:1). Gelen tepkiler kabahati gidermek motivasyonundan daha ziyade Kal kampanyasının elinin zayıflamaması güdüsüyle yapılmaktadır. Bu saikle Daily mirror gazetesi 22 Haziran sayısında fiona parker;“ayrıl kampanyası, Kal kampanyasını korkutma yöntemlerini kullanmakla suçluyor ama aynı zamanda utanmazca terör ve Türk göçmenlerin istilasıyla insanları korkutmaya çalışıyor” demektedir (Parker, 2016b:51). The Guardian gazetesinde 17 mayıs tarihli Polly Toynbee'in yazısında da, mülteci krizini çözmek için Türkiye'ye vize serbestisi verileceği bunun ise Britanya'ya göçü körükleyeceği tartışmalarının aşırı sağın pozisyonunu ülke siyasetinde yükselteceğini vurgulayarak, Türkiye'yi Britanya'ya etkileyecek göç kaynağı olarak gösterilmiştir (Toynbee, 2016). Başka bir haberde Türkiye'ye dair oryantalist bakış gözler önüne serilmektedir. Haberde Türkiye'ye vize serbestisi vererek Türklerin Britanya'ya yerleşmelerini sağlamanın ateşe körüklemek ya da bir diğer deyişle yangına benzin dökmek olacağı belirtilmiştir (Murphy, 2016:10).

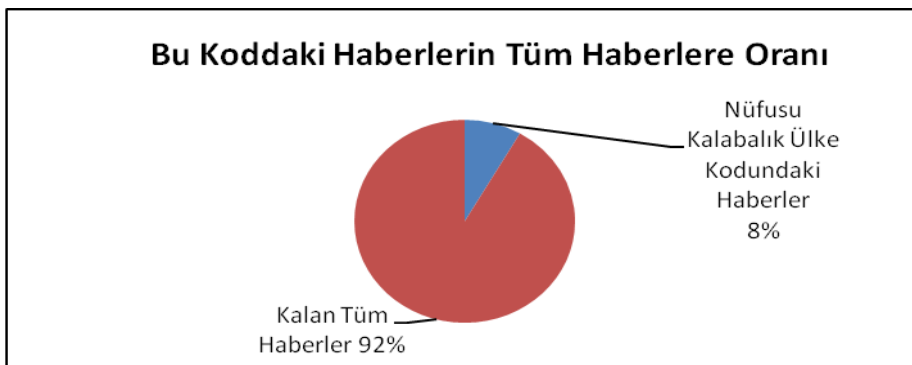
Türkiye'den gelecek olası ve sözde göçün istismar edilmesi kampanya boyunca devam etmiş bu durum da çeşitli şekillerde haberlerde ifadesini bulmuştur. Sunday Times'dan Tim Shipman 12 Haziran nüshasında “AB ile Türkiye arasındaki göç anlaşmasının bozulması Ankara hükümetini Türkiye'de kamplarda kalan milyonlarca göçmeni tutan baraj kapaklarını açmaya teşvik edebilir” demektedir (Shipman ve Gleckin, 2016:3). The Express gazetesinde Macer Hall 23 Haziran tarihinde “ Kal kampanyası boyunca Başbakan milyonlarca Türk vatandaşının serbest dolaşım hakkıyla AB'nin herhangi bir yerinde yaşama şansı elde edeceği korkusunu, Türkiye AB'ye kabul edilmeyecek bahanesiyle görmezden geldi” demektedir (Hall, 2016b:2).

Göç konusunda hassaten Türkiye’ye dair söylem ve haberlerin içeriği, postkolonyal çalışmalarda ortaya konan, metinlerle yaratılan bir imgelemin ifadesidir. Bu imgelem Said’in Oryantalizm eserinde bahsettiği hayali Doğu ve doğuluyla da örtüşmekte, Parla’nın batı imgelemindeki doğulu tipolojisinde, doğulunun sahip olduğu kalabalık istilacı imajını yansıtmaktadır (Parla, 2001:96), (Said, 1998). Bu imaj ve imgelemden hareketle referandum kampanyası boyunca kampanya taraflarının söylemleri Birleşik Krallık basınında yer bulmuş ve Türkiye mesnetsiz bir biçimde göç kaynağı ülke olarak abartılı rakamlarla anılmış ve siyasi emellere hizmet için adeta istismar edilmiştir.

4.1.1.2 Nüfusu Kalabalık Ülke Kodu

Nüfusu Kalabalık Ülke Türkiye kodu, 44 haberde yer almıştır. Bu koda kampanyanın sadece bir döneminde değil, tüm kampanya boyunca rastlanmıştır. Nüfusu Kalabalık Ülke Türkiye kodu tüm haberlerde geçen tüm kodların toplamda yüzde 8’i gibi önemli bir rakama tekabül etmektedir. Göç Teması içerisinde ise bu koddaki haberlerin oranı yüzde 36’dır. Bu kod 6 tema içinde 16 kod arasında en çok rastlanan 4. koddur. Bu yönüyle oldukça sık rastlanan bir kod olmuştur.

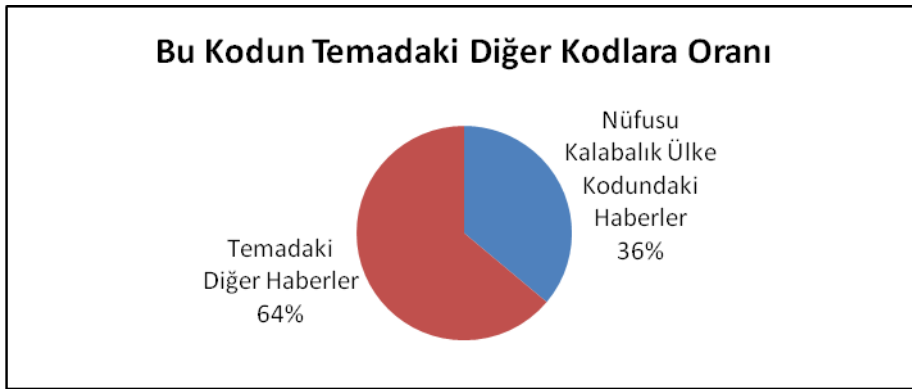
Şekil 9. Nüfusu Kalabalık Ülke Kodundaki Haberlerin Tüm Haberlere Oranı



Referandum kampanyası boyunca çok önemli yer tutan Göç Teması altında Türkiye’nin Birleşik Krallık için göç tehdidi olduğu vurgulanırken, göçe dair en önemli unsur olan sayısal nüfus verileri sürekli surette vurgulanarak, göç mesajı güçlendirilmiştir. Göç ve göçle bağlantılı konularda özellikle ayrıl kampanyası,

nüfusu verilerini sürekli surette gündemde tutmuştur. Bu durumda Türkiye'nin nüfusu özellikle vurgulanmış ve Türkiye nüfusu kalabalık bir ülke olarak haberlerde yer bulmuştur. 44 haberde Türkiye'nin nüfusu 78 milyon, 80 milyon, 77 milyon, 79 milyon, 75 milyon, 90 milyon gibi çeşitli rakamlarla verilmektedir. Türkiye'nin nüfusunun yüksek olduğunu belirten haberler Nüfusu kalabalık Ülke koduyla kodlanmıştır.

Şekil 10.Nüfusu Kalabalık Ülke Kodundaki Haberlerin Temadaki Diğer Kodlara Oranı



Türkiye'nin AB'ye uzatmalı adaylığı, Ayrıl kampanyası tarafından yakında AB'ye üye olacakmışçasına yansıtılarak, AB'den çıkmak için bir gerekçe olarak öne sürülmüştür. Buna göre Türkiye AB'ye üye olduğunda, Birleşik Krallık büyük bir göç dalgası altında kalacaktır. Dolayısıyla AB'den çıkılmalıdır. Tehdit öylesine büyüktür ki, AB içerisinde en yüksek nüfusa sahip ülke Almanya'dan sonra, neredeyse onunla aynı nüfusa sahip olan Türkiye'nin birliğe üye olması halinde, Türkiye AB içerisinde çok yüksek bir nüfusa sahip olacaktır ve bu ülke vatandaşı insanlar Britanya'ya göçmen olarak geleceklerdir. Türkiye'nin nüfusunun seçmen nezdinde yeterince dikkat çekmesi için çeşitli afiş, poster, internet siteleri kullanılarak nüfus ön plana çıkarılmıştır. Bu durum kampanya boyunca çeşitli tartışmalara yol açmış ve dolayısıyla Birleşik Krallık basınında Türkiye'nin nüfusunun çok olduğunu belirten haberler bahsi geçen oranlarda ve sayıda Nüfusu Kalabalık Ülke Türkiye koduyla yer bulmuştur. Türkiye (Nüfusu 76 Milyon) Avrupa Birliği'ne giriyor afişi açık bir şekilde nüfusa yapılan vurguyu göstermektedir.

Görsel 3. Türkiye'nin Nüfusuna Gönderme Yapan Kampanya Görseli



Kaynak: voteleavetakecontrol.org

Göç bağlamında çıkan haberlerde nüfus “80 milyon Müslüman daha Britanya’ya yerleşme hakkını elde edecek.” (McKinstry, 2016:12) ya da “AB Türkiye’den 79 milyona kapı açıyor.” (Hall, 2016c:7), “1 Milyon mültecinin gelmesini engellemek için 75 milyona kapı açıyoruz.” (McDonagh, 2016:13) şeklinde ki haberlerde olduğu gibi vurgulanmıştır. Türkiye’nin tek başına nüfusunun, 4 devletten müteşekkil Birleşik Krallık’tan daha fazla olmasının, göç konusunun ana mevzu olduğu referandum kampanyasında, seçmen nezdinde ciddi bir karşılığının olması beklenen bir durumdur. Bu sebeple kampanya sürecinde bu durum kullanılmış ve dolayısıyla basında “Türkiye’nin tek başına 75 milyon nüfusu var. (Brexit is an exercise, 2016)”, “77 Milyon Türk Britanya’ya geliyor.” (Greensdale, 2016), “Türkiye’nin yüzölçümünün sadece %3’ü Avrupada ama daha kritik olan nokta 75 Milyon Nüfusu olması” (The Brexit Debate, 2016), “Türkiye’de doğum oranları çok yüksek.” (Syal, 2016), “Korkulan şu ki 76 Milyonluk çoğunluğu Müslüman ülke AB’ye girecek, Britanya kendini bu kontaminasyondan korumalı”.¹ (Townsend, 2016) şeklinde müteaddit defalar yer almıştır.

Türkiye’nin nüfusunun kalabalıklığı sürekli vurgulanırken, Türkiye’den gelmesi muhtemel göçe dair kontaminasyon yani bir nevi kirlenme, zararlı bir şeyin bulaşması tabirinin kullanılması, nüfus rakamlarının zaman zaman olduğundan daha yüksek verilmesi, Müslüman ve kalabalık Türklerin Britanya’ya yerleşmesinin korkulacak bir durum olarak ifade edilmesi aslında batılı bakışın arka planının

¹ "The fear is that a Muslim-majority country of 76 million will come to Europe and Britain should save itself from that 'contamination'."

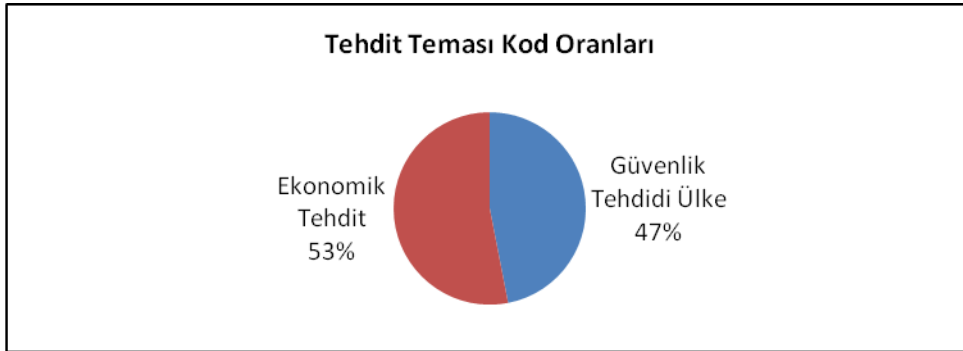
dışavurumdur. Kendini özne olarak tanımlayan Batı, “öteki” olan Türkiye’yi nesneleştirerek yeniden üretmektedir. Bu bakışta Doğu ve doğulunun tek düze ve zaman aşırı bir imgelemi vardır. Türkler ve doğulu toplumlar geçmişte verilmiş oryantalist eserlerde de batılı bakışta istilacı olarak gösterilir. Buna göre doğulular sayıca çokturlar ve durdurulamazdırlar (Kumrular, 2005:7). Türkiye’ye dair çıkan haberlerde nüfusun sürekli surette, bahsi geçen biçimde yer bulması Türkiye’ye dair bakışın hangi bağlamda ve çerçevede olduğunu göstermeye muktedirdir.

4.1.2 Tehdit Teması

Tehdit teması, referandum kampanyası boyunca Türkiye’ye dair Birleşik Krallık Basınında çıkan haberlerden Türkiye’yi tehdit olarak resmeden ve tehdit ile ilgili olan haberleri kapsayan temadır. Referandum kampanyası boyunca Türkiye referandum bağlamında birçok haberde yer almış, çeşitli konu başlıkları altında haber olmuştur. Bu haberler arasında Türkiye’yi Britanya’ya bir ekonomik tehdit olarak gösteren haberler ve Türkiye’nin Birleşik Krallık’ın güvenliğini tehdit eden bir ülke olduğunu belirten haberler ayrı ayrı kodlanmış ve tehdit temasını oluşturmuşlardır. Türkiye bir ülke olarak referandum kampanyası boyunca en çok gündeme gelen ülkelerden olduğu gibi Türkiye’ye dair konular en çok gündeme gelen konulardandır. Bu süreçte Türkiye’nin AB üyeliğinin ülkenin güvenliğine ve ekonomisine tehdit olduğu özellikle ayrıl kampanyası tarafından vurgulanmıştır. Kampanya taraflarınca Türkiye’nin bir ekonomik tehdit ve ülke güvenliğine tehdit olarak yansıtılması Britanya basınında da karşılığını bulmuş ve haberlere yansımıştır. Bu haberler doğrultusunda oluşan bu temada bulunan kod sayısı 49’dur. Bu sayı tüm kodlar dikkate alındığında tüm kodların yüzde 9’una tekabül etmektedir. Türkiye’nin bu sayıda ve oranda bir tehdit olarak basında görülmesi ve kampanya boyunca Türkiye’nin önemli isimlerce güvenlik tehdidi ve ekonomik tehdit olarak vurgulanması, Türkiye’ye dair bakışı göstermesi açısından önemlidir. Türkiye referandum boyunca Birleşik Krallık’ın Güvenliğine ve yaşam standartlarına tehdit bir ülke olarak görülmüş ve basında da bu şekilde yer almıştır.

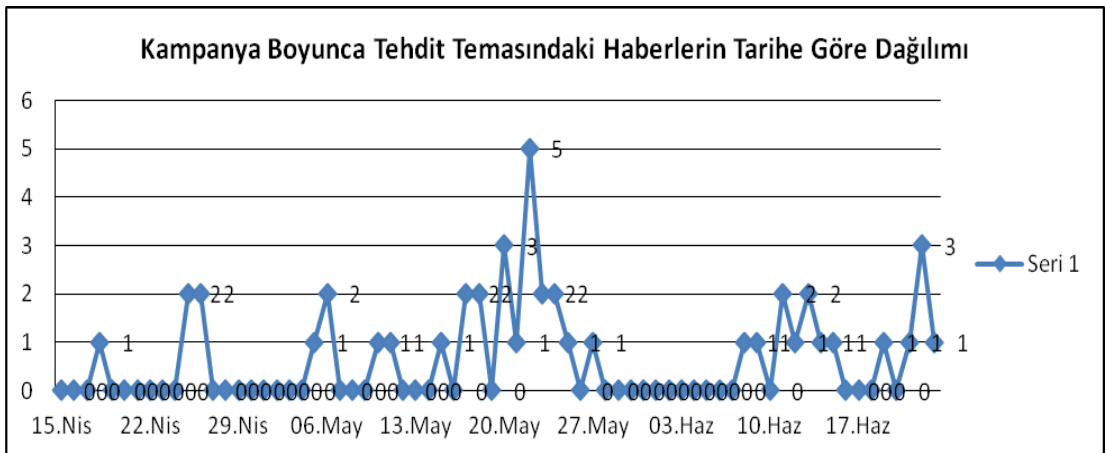
Tehdit Teması kodlarından Güvenlik Tehdidi Ülke kodu 23 ayrı haberde, Ekonomik Tehdit Ülke kodu ise 26 ayrı haberde geçmiştir. Buna göre tehdit temasındaki tüm kodların yüzde 47'si Güvenlik Tehdidi Ülke koduna, yüzde 53'ü ise Ekonomik Tehdit Ülke koduna tekabül etmektedir.

Şekil 11. Tehdit Temasındaki Kodların, Tema İçindeki Oranlarını Gösterir Grafik



Tehdit Temasındaki kodların referandum kampanyası boyunca tarihe göre dağılımına bakıldığında ise Türkiye ile alakalı olarak tehdit temasının kampanya başlarında sık olmasa da, tüm kampanya boyunca gündeme geldiği ve basında yer bulduğu söylenebilir. Bu haliyle kodların zamansal dağılımı anlamlı bir veri oluşturmamaktadır.

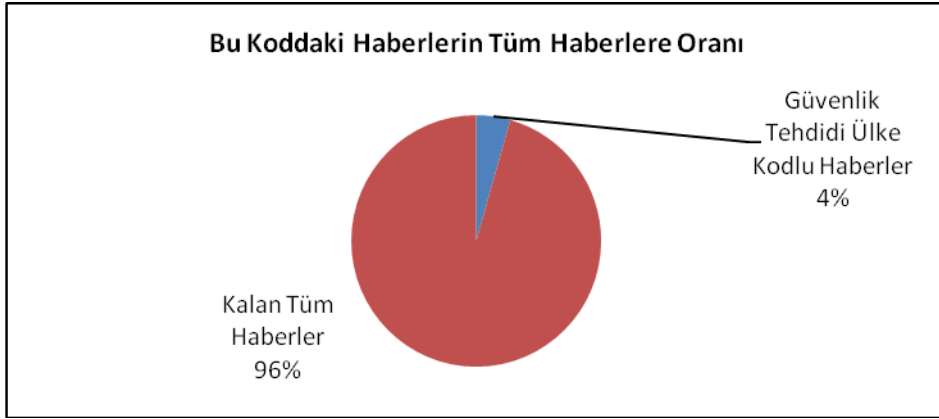
Şekil 12. Kampanya Boyunca Tehdit Temasındaki Haberlerin Tarihe Göre Dağılımı



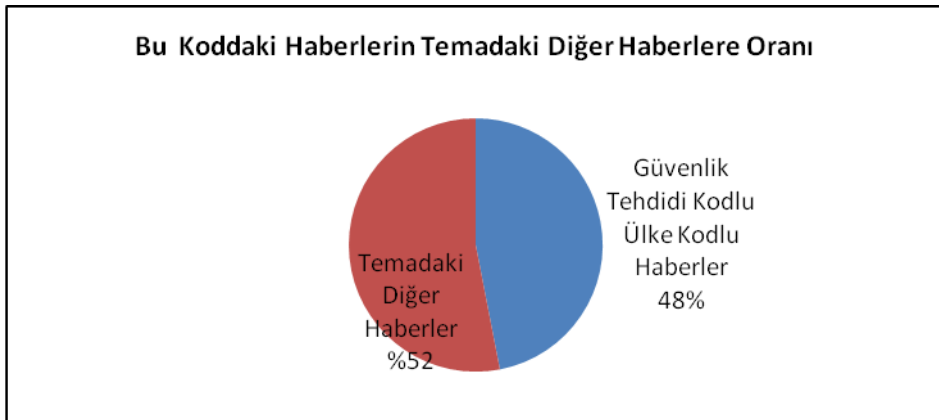
4.1.2.1. Güvenlik Tehdidi Ülke Türkiye Kodu

Güvenlik Tehdidi Ülke kodu, Tehdit teması başlığı altında 23 haberde geçmektedir. Bu kod tüm kampanya boyunca, Türkiye’den gelecek göçmenler bağlamında var olmuş ve tüm kampanya süresince basında yer almıştır. Güvenlik Tehdidi Ülke Türkiye kodu tek başına tüm haberlerde geçen tüm kodların toplamda yüzde 4’üne tekabül etmektedir. Yine bu kod tehdit teması altındaki tüm haberlerin yüzde 48’ini oluşturmaktadır. Güvenlik Tehdidi Ülke Türkiye kodu, tüm temalardaki 16 kod arasında en sık rastlanan 11. koddur.

Şekil 13. Güvenlik Tehdidi Ülke Kodundaki Haberlerin Tüm Haberlere Oranı



Şekil 14. Güvenlik Tehdidi Ülke Kodundaki Haberlerin Temadaki Diğer Haberlere Oranı



Birleşik Krallık'ın AB'den ayrılıp ayrılmamasına karar verilen halk oylaması Brexit Referandumunda, Birleşik Krallık'ın AB içinde kaldığı takdirde yaşaması muhtemel olumsuzluklar kampanya argümanı haline getirilmiş, kampanya boyunca kampanya tarafları tarafından sürekli surette vurgulanmış ve seçmen etkilenmeye çalışılmıştır. Olası olumsuzluklardan, seçmeni en fazla etkileme potansiyeline sahip olanı hiç şüphesiz güvenliğe dair olanlardır. Bu noktada güvenlik sebebiyle Britanya'nın AB'den ayrılması gerektiği vurgulanmış zira yakında AB'ye üye olmasıyla Türkiye'nin ülke için bir güvenlik tehdidi olacağı vurgulanmıştır. Bu haberlerde Türkiye, zarar gelecek bir ülke, AB'ye girmesi ve Britanya'nın AB'de kalması halinde Britanyalıların can, mal ve ırz güvenliklerini tehlikeye düşürecek bir ülke olarak yer almıştır. Türkiye'den gelebilecek tehlike özellikle terör olarak vurgulanmış, Britanya'nın çıkmaması ve Türkiye'nin AB'ye katılmasıyla Britanya'nın terör tehdidinde maruz kalacağı öne sürülmüştür.

Görsel 4. Britanya'nın AB'den Çıkmaması Halinde Britanya'nın Terör Tehdidine Maruz Kalacağını Anlatan Ve İşid Militanlarını Elllerinde Silahları Ve Sembollerleriyle Gösteren Afiş



“İslami aşırıçılık yaşam tarzımıza gerçek bir tehdittir. Orlando'daki gibi bir vahşet burada yaşanmadan ve çok geç olmadan harekete geçin.” Kaynak : Leave.eu

Türkiye ve Türklerin güvenlik tehdidi olduğuna dair kampanya basın üzerinden de yürütülmüştür. Bu noktada Türkiye'nin güvenlik tehdidi olduğunu belirten haberler gözlenmiş ve bu haberlerden Güvenlik Tehdidi ülke Türkiye kodu oluşturulmuştur. Basında Türkiye'nin Birleşik Krallık'ın güvenliğine bir tehdit olduğunu vize

serbestisi ve serbest dolaşım bağlamında veren: ”Vizesiz Türkiye terör tehdididir. Türkiye AB ÷lkelerine yönelik tehdidi artırır. Bu ateşe benzin d÷kmektir, Schengen bölgesinde serbest dolaşım hakkı Türk vatandaşı olan ve olmayan suçlu ve teröristlerin serbest dolaşımını anlamına gelir. AB’ye seyahat eden Türk vatandaşlar potansiyel olarak AB ÷lkelerine terör riski etkisi taşımaktadır.” gibi haberlere rastlanır (Holehouse, 2016:14), (Coughlin, 2016:17). Bundan başka “Britanya AB’de kalırsa güvenliği, Türkiye gibi ÷lkelerden gelecek katil ve teröristlerin insafına kalacak (Hall, 2016d:7), Türkiye ile AB’nin serbest dolaşım anlaşması, Suriye sınırının Calais’e gelmesi demek, Ülkenin güvenliğini bu risk kokteyline karşı sağlamanın tek yolu içişlerimizi kendi kontrolümüze almak.” şeklinde haberler vardır (Little, 2016b:1). Halbuki Birleşik Krallık Türkler vize serbestisi elde etseler bile bundan etkilenmeyecektir zira kendisi Schengen ÷lkeleri arasında değildir. Dahası Türkiye’nin tehdit olduğunu vurgulayan; “Katil, terörist ve insan kaçaķçılarının Britanya’ya akın etmesine sebep olacak Türkiye AB’ye üye olmanın eşiğinde.” (Pitel, 2016), “AB’de kalırsak ne olacak? Cevap Türkiye. Birleşik Krallığa en büyük tehdit ne? Cevap Türkiye.” (Cookman, 2016) gibi haberlerin yanında “Birleşik Krallık’ın AB’de kalması, Türkiye AB’ye girerse ÷lkeyi büyük bir terörist saldırı tehdidiyle karşı karşıya bırakabilir ve ÷lkemizde aşırııcılığı artırabilir. Ankara’da büyüyen insan hakları ihlallerine rağmen taviz üstüne taviz verilmesi koyu İslamcıları yüreklendiriyor.” (Austin, 2016:5) gibi haberler de ön plana çıkmıştır.

Türkiye’ye dair bu söylem ve bakışın insaf ve izandan yoksun olduğu aşikârdır. Taranan haberler içerisinde Türkiye’ye dair bu söylemi eleştiren ya da kınayan çok az ifadeye rastlanmaktadır.¹ Türkiye haksız bir biçimde itham edilmekte ve Britanyalı seçmeni manipüle etmek için kullanılmaktadır. Bu ifadelerin büyük kısmı yalandır. Türkiye vize serbestisi elde etse bile Türkler vizesiz biçimde Birleşik Krallığa seyahat edemeyeceklerdir çünkü daha önce de belirtildiği üzere Birleşik Krallık Schengen anlaşmasından muaftır. Ancak bu durum çarpıtılarak ifade edilmekte ve seçmen manipölasyonu için Türkiye tehdit olarak gösterilmektedir. Bu Türkiye’ye dair bakışı yansıtmaktadır ve bu bakışın tarihi ve ideolojik kökleri vardır. Batı dünyasının –özelde Birleşik Krallık’ın- yaklaşımı yüzlerce yıldır sanat, edebiyat

¹ Bu ifadelere bu çalışmanın Hırpalanan Ülke Türkiye Kodu kısmından ulaşılabilir.

ve düşün imbiclerinden damıtılan bakışın yansımasıdır. Bu yaklaşım postkolonyal yaklaşımın açığa çıkarttığı kolonyal tutumun yansımasıdır. Said'e göre Oryantalist bakışta Batı, doğuya istediği rolü biçer (1998). Türkiye'nin tehdit olması noktasında da, bu sefer bu rol, güvenliğe tehdit olarak biçilmiştir. Oryantalist bakışla, Batı'nın Doğu imgeleminde, Doğu Batı'nın karşıt imgesidir ve onun için aynı zamanda bir tehdittir. Bu despot ve zalim Türkler istilacıdırlar ve durdurulamazdırlar (Kumrular, 2005:7). Yüzlerce yıldır tabanda da var olan bu zihinsel altyapıyı harekete geçirmek ve bundan istendik yönde sonuç elde etmek için özellikle ayrıl kampanyası ve ayrıl kampanyasını destekleyen basın yayın kuruluşları, Türkiye'yi kasten Britanya ve AB'nin güvenliği için bir tehdit olarak görmüş ve göstermişlerdir. Son tahlilde Türkiye Brexit referandumu kampanyası boyunca, Birleşik Krallık ve vatandaşları için bir güvenlik tehdidi olarak lanse edilmiş ve basında bu şekilde yer bulmuştur.

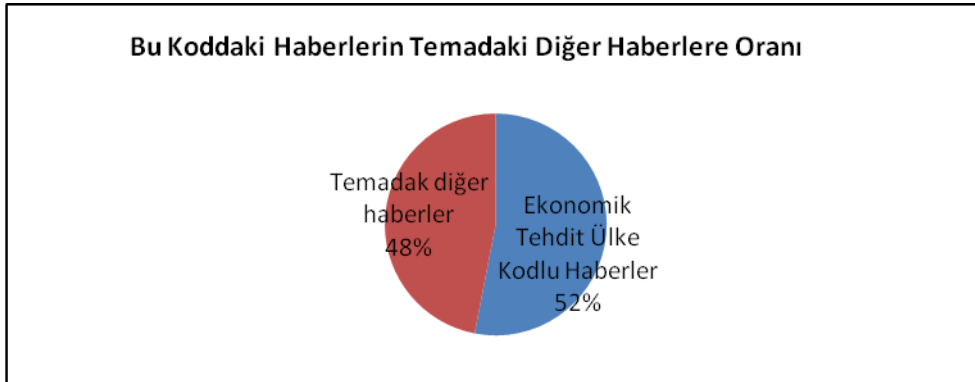
4.1.2.2. Ekonomik Tehdit Ülke Türkiye Kodu

Ekonomik Tehdit ülke kodu Tehdit teması başlığında 26 haberde geçmektedir. Bu kod tüm kampanya boyunca, Türkiye'den gelecek göçmenler bağlamında var olmuş ve tüm kampanya süresince basında yer almıştır. Ekonomik Tehdit Ülke Türkiye kodu tek başına tüm haberlerde geçen tüm kodların toplamda yüzde 4'üne tekabül etmektedir. Yine bu kod tehdit teması altındaki tüm haberlerin yüzde 52'sini oluşturmaktadır. Ekonomik Tehdit Ülke Türkiye kodu, tüm temalardaki 16 kod arasında en sık rastlanan 10. koddur.

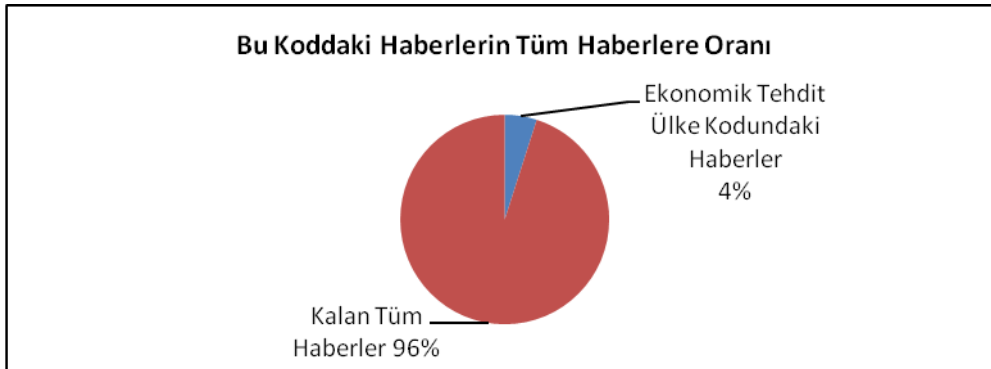
Brexit Referandumu sürecinde, Birleşik Krallık'ın AB içinde kaldığı veya çıktığı takdirde yaşaması muhtemel olumsuzluklar kampanya taraflarınca ön plana çıkarılmıştır. Bu muhtemel olumsuzluklar iddia düzeyinde olsa da seçimde karşılık bulmuştur. Çünkü referandum kampanyasının temel meselelerinden birisi de ekonomidir ve kalma veya çıkma durumunda olası olumsuzluklardan, seçmeni en fazla etkileme potansiyeline sahip olanlardan biri hiç şüphesiz ekonomiye dair olanlardır. Ayrıl kampanyası tarafından bu noktada Britanya'nın AB'den ayrılması gerektiği vurgulanmıştır. Onlara göre AB'den ve AB müktesebatından dolayı gelen göçmenler kamu hizmetlerine ve okullara erişimi azaltacak, bu hizmetlerin kalitesini

düşürecek, NHS’i (Ulusal Sağlık Sistemi) işlemez hale getirecek, sağlık güvencesini kötüleştirecek, yaşam standartları düşürecek ve ekonomiyi gittikçe kötüleştirecektir. Tüm bunların ve göçmenlerin ülke bütçesine artı yük getirmesi de cabasıdır. Ayrıl kampanyası tarafından, yakında AB’ye üye olmasıyla Türkiye’nin Birleşik Krallık için bir ekonomik tehdit olacağı ve ekonomik olarak Birleşik Krallık’ta daha fazla harcama yapılması gerekeceği ifade edilmiştir. Bu doğrultuda ve ekonomi bağlamında Türkiye’ye yönelik kampanya söylemleri geliştirilmiş ve bu söylemler ve vaziyet haberlerde yer bulmuştur. Türkiye’den bu şekilde, ekonomik olaylara olumsuz etki edeceğinden ve ettiğinden bahseden haber ve yorumlar doğrultusunda bu kod oluşturulmuştur.

Şekil 15. Ekonomik Tehdit Ülke Kodundaki Haberlerin Temadaki Diğer Haberlere Oranı



Şekil 16. Ekonomik Tehdit Ülke Kodundaki Haberlerin Tüm Haberlere Oranı



Şüphesiz ekonomi konusunda da Türkiye'ye dair söylem bir takım çarpıklıklar içermektedir. Ekonomiye tehdit bağlamında Türkiye'ye dair söylenen neredeyse her şey çarpıtma ve yalan içermektedir. Mesela, "80 milyon Türke vizesiz seyahat hakkı tanımak akıl işi mi? Kim milyonlarca Türkün Britanya'ya sızıp, güvenliğini riske atmayacağını, ücretsiz NHS'ten faydalanmayacağını ve zaten kırılğan olan sosyal ve altyapı hizmetlerine devasa yükler yüklemeyeceğini garanti edebilir?" (Leave or remain Nhs, 2016) haberinde görüldüğü şekilde bu çarpıtmalara rastlanabilir. Türklere vizesiz seyahat hakkı verilse bile buna Birleşik Krallık dahil değildi, bu durumda Türkler zaten Britanya'ya girmeyecekti. Burada açık bir şekilde çarpıtma söz konusudur. Dahası "AB Türkiye'nin katılım sürecini hızlandırıyor ve biz bunun gerçekleşmesi için 2 milyar pound harcıyoruz." (Withnall, 2016a) haberinin de Türkiye bir ekonomik tehdit olarak gösterilmiş ve yalana başvurulmuş, Türkiye ismi kampanya taraflarınca istismar edilmiştir. Birleşik Krallık'ın Türkiye AB'ye üye olsun diye 2 milyar Pound ödediği tam bir yalandır. Bütün AB ülkelerinin 2014-2020 yılları arasındaki 7 yıl için, "katılım öncesi yardım" adı altında harcanması için ayıracağı meblağ 11.7 milyar Euro'dur. Bilindiği üzere Pound Euro paritesi Pound'un lehinedir. Bu 11.7 milyar Euroluk meblağ 27 üye ülke tarafından ödenmekte, bundan ise sadece Türkiye değil Arnavutluk, Sırbistan, Bosna-Hersek, Makedonya gibi ülkelerde faydalanmaktadır(European Neighbourhood Policy And Enlargement Negotiations, t.y). İddianın tamamen asılsız ve gerçeklerden çok uzaktır.

Yine haberlerde ön yargıyla ve ufukta görünmese de, Türkiye'nin AB'ye üye olması durumunda Türklerin Birleşik Krallık'a yerleşeceği peşin kabulünü kasten propaganda eden ayrıl kampanyası; "Ayrıl kampanyası, Türkiye'nin gelecekte olası üyeliğine odaklanarak ve Türkiye'nin üyeliği kamu hizmetlerinde ve özellikle NHS'te daha fazla gerilemeye yol açacak diye seçmenleri uyararak referandumu kazanacağına inanıyor" (McCan, 2016:9) gibi ifadelerle göze çarpmaktadır. Türkler AB'ye üye olsa bile Türkiye'den özellikle Birleşik Krallık'a bir göç olacağı hangi argümana dayanmaktadır? Bunun açıklaması yoktur. Zira bu söylemler Türkiye'nin bir kampanya aracı olarak kullanılmasından ibarettir. Neden Türkiye'nin seçildiği konusunda ise tarihten bu yana gelen bakış ve imgelemde Türklerin çağrışımları ve

algılanışı yol gösterici olabilir. Batılı egemen bakış, Türkiye’yi ötekileştirmektedir. Devamla “.....Türkiye ve benzeri ülkelerin AB’ye gelecekte üyelikleri, milyonlarca insan AB vatandaşı olup Birleşik Krallık’a yerleşme hakkı elde edeceği için NHS gibi kamu hizmetlerini hesap edilemez gerilemeye sebep olacaktır.” (Victory will not save, 2006) ve “.....ayrıl kampanyası sadece Türkiye’nin AB’ye üye olacağını belirtmekle kalmadı aynı zamanda bu ülkenin vatandaşlarının milli güvenliğe ve kamu hizmetlerine bir tehdit oluşturduğunu iddia etti.” (Boffy ve Helm, 2016) gibi başka haberlerde de bu yaklaşımın yansımaları görmemiz mümkündür.

Görsel 5. Türkiye’yi Ekonomik Tehdit Olarak Gösteren Görsel

Türkiye’ye AB’ye girmesi için 1 Milyar £ Ödüyoruz. İyi haber ne mi? EVET ya da HAYIR.



Kaynak : voteleave.uk

Nair’e göre Batı’nın bilgisi ve gücü, batılı olmayan dünyayı kolonyal biçimde marjinalize etmektedir (2017:69). Buradan hareketle Brexit Referandumu kampanyasında, Türkiye, Batı temsilleriyle tehdit olarak tanımlanmakta ve istismar edilmektedir. Batı Türkiye’yi “öteki” olarak tanımlamaktadır. Spivak’a göre Batı bu öteki hakkında kendi diliyle konuşmakta, dolayısıyla kendi çıkarlarına hizmet etmektedir.

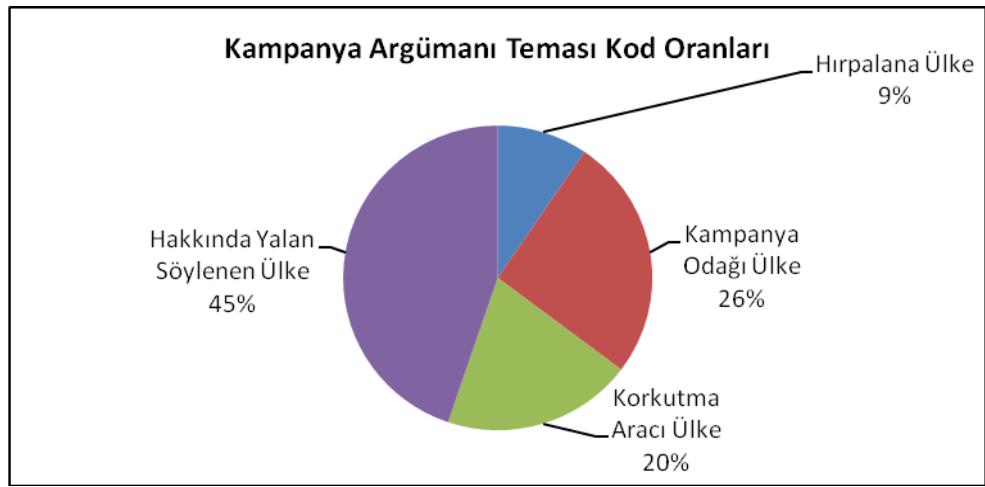
4.1.3 Kampanya Teması

Kampanya teması, referandum kampanyası boyunca Türkiye’ye dair Birleşik Krallık basınında çıkan haberlerden Türkiye’nin bir kampanya aracı olması ile ilgili olanları kapsayan temadır. Birleşik Krallık’ın AB ile ilişkisini düzenleyecek ve belki de dünya da müesses nizama tesir etme kabiliyetine haiz olabilecek, bu denli ehemmiyeti yüksek bir mevzuda dünya üzerindeki onca ülke arasından Türkiye’nin bu çok önemli referandumun kampanyasının gündeminde yer almış olması gayetle dikkate şayandır. Kampanya yürütücüleri, kampanyaları süresince sayısız defalar Türkiye’ye atfen tasarruf ve ifadelerde bulunmuş, adeta kampanyanın merkezine Türkiye’yi koymuşlar, kampanyaya dair ülkeyi ilgilendiren mevzuların bir çoğu Türkiye üzerinden tartışılmış ya da, en azından Türkiye bağlama dahil edilerek bu ülkeye referans verilmiştir. Bir süre sonra Türkiye üzerinden yürüyen kampanyalara ilişkin de yorumlar getirilmiş ve Türkiye’nin kampanyadaki yeri kampanya tarafları tarafından da sorgulanmış ve işlenmiştir. Bu nokta da referandum kampanyası boyunca Türkiye referandum bağlamında birçok haberde yer almış, kampanyaya dair mevzular minvalinde haber olmuştur. Bu haberler arasında, Türkiye’nin kampanyanın odağı olduğunu ve kampanyaların Türkiye üzerinden yürütüldüğünü belirten haberler, kampanya sürecinde çeşitli saiklar ile Türkiye’ye dair yalanların söylendiğini belirten haberler, Türkiye’nin bir korkutma aracı olarak kampanyada kullanıldığını bildiren haberler ve kampanya sürecinde Türkiye’nin haksız ithamlara maruz kalıp hırpalandığını belirten haberler ayrı ayrı kodlanmış sonuçta da kampanya teması oluşturulmuştur.

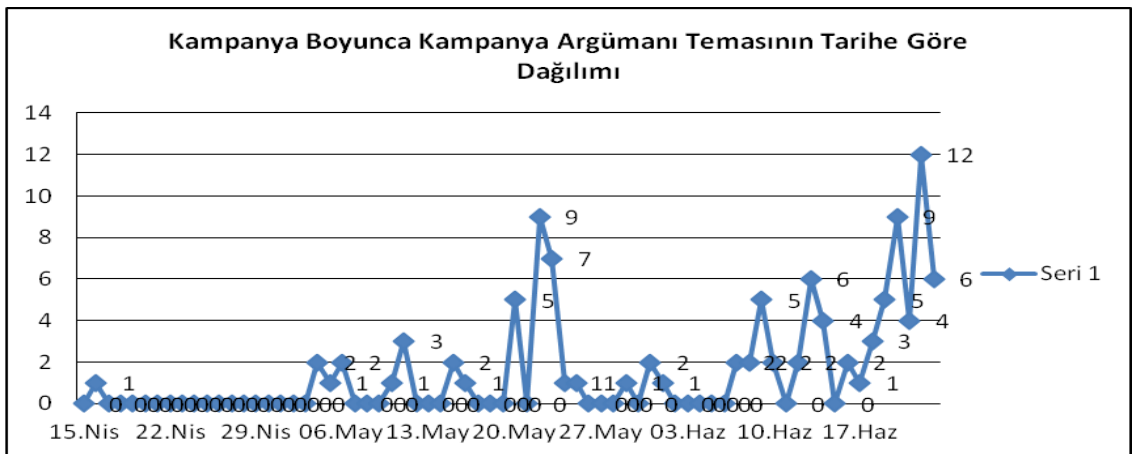
Kampanya teması, referandum kampanyasında çıkan haberlerin içerdiği kodlardan en fazla kod başlığına sahip olan temadır. Buna göre Kampanya temasında 4 ayrı kod başlığında 105 haber yer almaktadır. Bu tema tüm kodların yüzde 20’sini barındırmaktadır. Bu oldukça hacimli bir tema olduğunu gösterir. Bu tema ve temadaki kodlar referandum kampanyasında Türkiye’nin ne denli hararetle tartışılıp, kampanyanın ve referandumun sonucuna ne kadar etki ettiğine ışık tutarken, kampanya boyunca Türkiye’nin mahiyetinin ne olduğuna dair de önemli ipuçları verir.

Kampanya Temasında var olan kodlardan Hakkında Yalan Söylenen Ülke Türkiye kodu 47 ayrı haberde, Kampanya Odağı Ülke kodu 27 ayrı haberde, korkutma aracı ülke 21 ve son olarak Hırpalanan ülke kodu 10 haberde geçmiştir. Buna göre Kampanya temasındaki tüm kodların yüzde 45'i Hakkında yalan söylenen ülke koduna, yüzde 26'sı Kampanya odağı ülke koduna, yüzde 20'si Korkutma aracı Ülke koduna, yüzde 9 ise Hırpalanan Ülke koduna tekabül etmektedir.

Şekil 17. Kampanya Temasındaki Kodların, Tema İçindeki Oranlarını Gösterir Grafik



Şekil 18. Kampanya Temasındaki Haberlerin Tarihe Göre Dağılımı



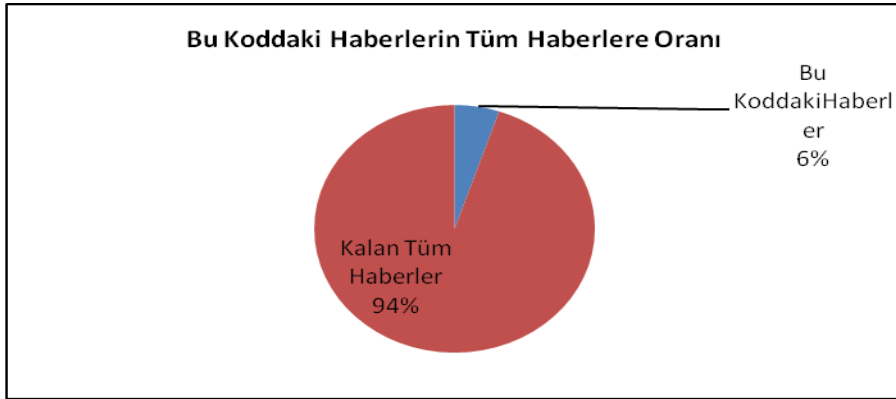
Kampanya Temasındaki kodların referandum kampanyası boyunca tarihe göre dağılımına bakıldığında kampanyanın ilk bir aylık döneminde gündeme neredeyse

hiç gelmezken kampanyanın kalan son 50 günlük döneminde hemen hemen her dönem gündeme geldiği ve basında yer bulduğu gözlenmiştir. Kampanya temasının ilk dönemde gündeme gelmemesinin nedeni Türkiye'nin bir kampanya aracı olarak kullanıldığına dair verilerin ancak bir aylık zamanda birikmesi olabilir.

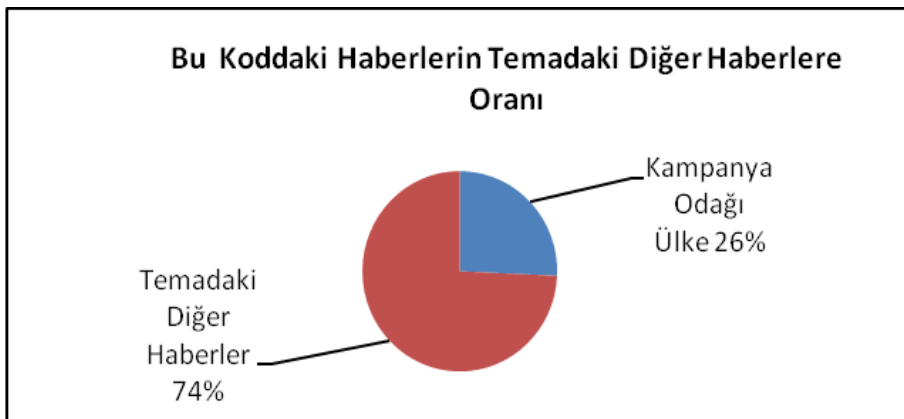
4.1.3.1 Kampanya Odağı Ülke Türkiye Kodu

Kampanya Odağı Ülke Kodu Kampanya teması başlığında 27 haberde geçmektedir. Bu kod tüm kampanya boyunca, Türkiye'nin referandum kampanyasında ne derece etkili olduğu bağlamında var olmuş ve tüm kampanya boyunca basında yer almıştır. Kampanya Odağı Ülke Türkiye kodu tek başına tüm haberlerde geçen tüm kodların toplamda yüzde 6'sına tekabül etmektedir. Yine bu kod kampanya teması altındaki tüm haberlerin yüzde 26'sını oluşturmaktadır. Kampanya Odağı Ülke Türkiye kodu, tüm temalardaki 16 kod arasında en sık rastlanan 9. Koddur.

Şekil 19. Kampanya Odağı Ülke Kodundaki Haberlerin Tüm Haberlere Oranı.



Şekil 20. Kampanya Odağı Ülke Kodundaki Haberlerin Temadaki Diğer Haberlere Oranı.



Tüm seçim kampanyaları belli konu ve problemler üzerine yoğunlaşır. Her seçim kampanyasında ekonomi, dış politika, ülke güvenliği, sosyal güvenlik gibi meseleler gündemdedir ve seçim kampanyasının bu meseleler üzerinden vaat üreterek veya tutum sergileyerek oy elde etmeye çalışırlar. Birleşik Krallık Referandumunda da kampanya tarafları çeşitli kampanya argümanları kullanmışlardır. Bu argümanlar genel itibariyle göç, ekonomi, güvenlik ve egemenlik meseleleri üzerine yoğunlaşmıştır. Ancak bunlarla beraber ve bunlarla iltisaklı olarak, belki de alışılmışın dışında bir durumla referandum kampanyasında Türkiye, kampanya aracı olarak kullanılmaya başlanmış ve hatta odak noktası haline getirilmiştir. Göç, ekonomi, ve egemenlik meselelerinin her biri özellikle ayrıl kampanyasınca tamamen veya kısmen Türkiye etrafında tartışılmış, AB'den ayrılma ya da kalma kararının, Türkiye dikkate alınarak verilmesi gerekliliği vurgulanmıştır. Bu noktada Türkiye AB'ye üye olursa, Türkiye gibi bir ülkenin Birleşik Krallığa milyonlarla ifade edilebilecek bir göçe sebep olacağı, bu göçün ekonomi ve güvenlik açısından tehdit oluşturacağı öne sürülmüş, bu referandumun adeta Türkiye'yi oylayan bir referandum olduğu iddia edilmiştir. Ayrıl kampanyasının bu tutumu doğrultusunda propagandası basında da yer bulmuş ve bu kod oluşturulmuştur.

Türkiye'nin Brexit kampanyasındaki mahiyetini Daily Telegraph gazetesinde Steven Swinford'un köşe yazısı durumu ortaya koyar niteliktedir. Yazıda Swinford; "Ayrıl kampanyası Türkiye'nin AB'ye girişine dair uyarıları kampanyasının merkezine koydu..." demektedir (Swinford, 2016:7). Bir başka yazar Savage referandum günü çıkan Times'daki yazısında "Ayrıl kampanyası Türkiye'nin olası AB'ye girişini tartışma boyunca ana mesaj olarak kullandı." demiştir (Savage, 2016:15).

Aynı minvalde Türkiye'nin kampanyadaki pozisyonunu belirten bir başka haber Birleşik Krallık Çalışma Bakanına dair çıkan haberdır. Bu haberde şöyle denmektedir: "Daha ılımlı Vote Leave kampanyasıyla bağlantılı olan Ian Duncan Smith, referandum oy pusulasında Türkiye'nin oylanacağını ve Türkiye'nin AB'ye üye olacak olmasının, Britanyalıları "AB'den ayrıl" oyu vermeye ikna etmeye yetmesi gerektiğini iddia etti." (Brexit video starring, 2016). Ian Duncan Smith gibi bir başka kabine üyesi Muhafazkar Partili ve Vote Leave kampanyasının sözcüsü

olan Boris Johnson da The Sun gazetesine yansıyan haberde “anketler bir iner bir çıkar, biz insanlara AB’de kalmanın tehlikelerini anlatıyoruz. 23 Haziran Britanyalıların Türklere sınırlarını açıp açmayacaklarına karar verecekleri tek gün.” demiştir (Hawkes, 2016). Başbakan Cameron ise Ayrıl kampanyasının Türkiye’nin referandumun odağında olduğunun ayırdında olarak, seçmene Türkiye’nin AB’ye 3000 yıl boyunca giremeyeceğini söylerken, aslında Türkiye’nin referandumun odağında olduğunu ikrar etmiş olmakta ve bununla mücadeleye koyulmaktadır. Bu durumu The Guardian gazetesi şöyle yansıtmaktadır; “Cameron, Ayrıl Kampanyasının seçmenlerin Ayrıl oyu vermesi için tek bir mesele olan ve aslı astarı olmayan Türkiye’nin AB’ye girmesi üzerinden iknaya çalışıyor diyor.” (Wintour, 2016). Referandumun Türkiye’ye konsantre olduğunu tartışan ve basına bu haliyle yansıyan bir başka politikacı Theresa Villiers’tir. Sunday Express gazetesinin 15 Mayıs 2016 tarihli nüshasındaki haberde; “Theresa Villiers Türkiye’nin AB’ye girişi belli oranda kaçınılmaz gözüktüğünü iddia etti ve bu durum insanlar referandumda ne yönde oy vereceklerine karar verirken ölçüp tartmaları gereken önemli bir durum dedi.” denmektedir (Wheeler, 2016b:8). Referandum tartışmalarının merkezine Türkiye’nin koyulduğunu gösteren bir başka yazıda George Parker; “Kamuoyunda göçe karşı duyarlılık yaratmak ve AB’den ayrıl oylarını artırmak için Ayrıl kampanyasının ana stratejisi Türkiye’nin AB’ye üye olacağını vurgulamak.” şeklinde yazarak malumu ilan etmektedir (Parker, 2016:3). 14 Haziran 2016 tarihli Independent’in haberine göre ise “Türkiye’nin vatandaşlarına vize serbestisi sağlama çabası ve AB’ye tam üye olma amacı Britanya’da referandum tartışmalarında öncelikli olarak işlendi.” denmektedir (Withnall, 2016a). Yine Independent gazetesinde Oliver Wright’ın aktardığına göre Başbakan Cameron milletvekillerine “eğer bu referandumda vereceğiniz oyu Türkiye’nin AB üyeliğini dikkate alarak verecekseniz, bunu hiç düşünmeyin çünkü böyle bir şey söz konusu değil.” demektedir (Wright, 2016a).

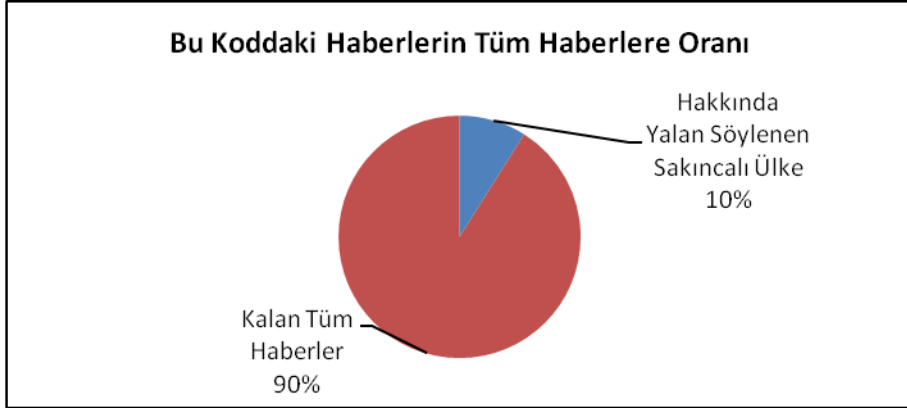
Türkiye Avrupa Birliğine üye olmaya aday bir ülke olarak, AB’ye katılmak için tamamlanması gerekli 35 fasıldan referandum dönemine kadar sadece 1’ini tamamlamıştır. Bu yol da çeşitli sebeplerle ancak 2005 yılından bu yana alınabilinmiştir. Türkiye’nin kısa vadede AB’ye üye olması pek muhtemel

görünmezken ve zaten tüm fasılları tamamlasa bile Türkiye'nin üyeliğini AB'ye üye devletlerin veto hakkı saklı dururken; Türkiye'nin AB adaylığı referandum kampanyasının merkezine konmuş ve adeta Britanya'nın kalma ya da çıkma durumu Türkiye'ye endekslenmiştir. Dünya'daki yüzlerce ülke arasından ve AB'ye aday onca ülke arasından Türkiye'nin referandumun merkezine konup tartışılmasının bir anlamı olmak durumundadır. Burada aranan anlam genelde Doğu-batı, özelde ise Birleşik Krallık – Türkiye ilişkilerinin tarihselliğinde aranmalıdır. Türkiye, Batı medeniyetinin doğuyla ilk tanışıp karşı karşıya geldiği coğrafyaların en önemlisidir. Bu haliyle Türkiye doğunun temsilidir ve bu temsilin genelde batılı, özelde Britanyalı zihinlerde bir karşılığı vardır. Batılı çevrelerin doğuya bakışlarının epistemolojik arka planına eğilen ve çözümleyen Edward Said gibi kimi bilim insanlarına göre bu temsil doğulular açısından pek de iç açıcı değildir. Batılıların Doğu tasavvurlarında Doğu ve Doğulu onların ötekisidir (Parla, 2001:96). Bu durumda referandum kampanyasını hali hazırda var olan bu temsilin üzerine inşa etmek kampanya tarafları için akıllıca olacaktır. Foucault'a göre gerçek ve mantık örgüsü, özneyi tanımlama ve ötekileri temsil gücü ile güçlünün emrindedir. Bu halde güçlü söylemle, hakkında konuştuğu nesneyi dilediği biçimde tanımlar.(Nair, 2017: 115). Bilgi bu şekilde üretildikten sonra kampanya döneminde çıkarlar doğrultusunda kullanılmıştır. Nitekim ayrıl kampanyası bu motivasyonla Türkiye'yi kampanyasının odağına koymuş ve referandum sandığına bu argümanla gitmiştir.

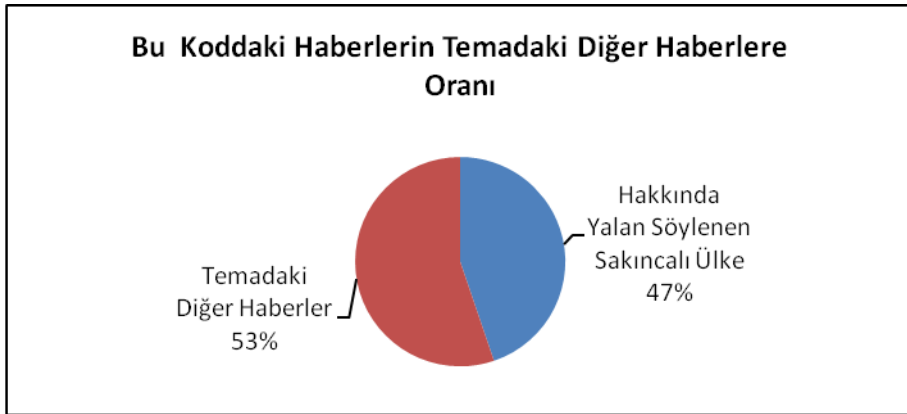
4.1.3.2. Hakkında Yalan Söylenen Ülke Türkiye Kodu

Hakkında yalan söylenen ülke kodu, Kampanya teması başlığında 47 haberde geçmektedir ve kampanya temasının en fazla haberde geçen kodu olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu kod, Türkiye'nin referandum kampanyasına konu olması bağlamında var olmuş ve başı hariç olmak üzere, tüm kampanya boyunca basında yer almıştır. Hakkında yalan söylenen ülke kodu tek başına tüm haberlerde geçen tüm kodların toplamda yüzde 10 una tekabül etmektedir. Yine bu kod, kampanya teması başlığı altındaki tüm haberlerin yüzde 47'sini oluşturmaktadır. Hakkında Yalan Söylenen Ülke Türkiye kodu, tüm temalardaki 16 kod arasında en sık rastlanan 4. Koddur ve bu haliyle oldukça sık geçen bir koddur.

Şekil 21. Hakkında Yalan Söylenen Ülke Kodundaki Haberlerin Tüm Haberlere Oranı



Şekil 22. Hakkında Yalan Söylenen Ülke Kodundaki Haberlerin Temadaki Haberlere Oranı



Kampanyanın odağında olan ülke olarak, kampanya tarafları kendi argümanları doğrultusunda Türkiye'ye dair yalanlar söylemek suretiyle, kendi kampanyalarına hizmet edecek çarpıtmalar yapmaktan geri durmamışlardır. Hem ayrıl hem Kal kampanyası Türkiye'yi kullanmak adına, ayrı ayrı yalanlara başvurmuş, rakip kampanyalar birbirlerini yalanlamak suretiyle de Türkiye'yi hakkında yalan söylenen ülke pozisyonuna getirmişlerdir. Bu noktada kampanyalar birbirlerini suçlarken, Türkiye'ye dair karşı kampanyanın söylediği yalanları açık etmişler bu durumda basında büyük yer bulmuştur.

Bu kod, Türkiye'nin hakkında yalan söylenen ülke olması hasebiyle ne kadar manipölasyon aracı haline getirildiğini göstermesi açısından önemlidir. Bu noktada

hakkında yalan söylemek ve manipölasyonla oy devşirmek için neden Türkiye'nin seçildiği sorusu gündeme gelmektedir. Bu sorunun cevabı Batı sanat ve yazınında yüz yıllardır oluşturulmuş bir imaja Türkiye'nin oturması hatta bu imajın kaynağının ta kendisi olmasıdır. Bu imaj oryantalist bakışta Doğu imajıdır. Zaten Avrupalılar ortaçağların akabinde doğuluyu ve Müslümanları Türkler vasıtasıyla tanımışlardır ve Doğu onların ötekisidir. Bu durumda kampanya taraflarının oyları manipüle etmek için Türkiye'yi kullanmaları ve hakkında yalanlar uydurarak argümanlarını desteklemeleri gayet etkili olacaktır. Zira Egemen Batı kende gerçekliğini yaratmaktadır. Ötekiye dair yalanlar uydurarak kampanyalarına güç veren tarafların birbirlerini yalanlarken Türkiye'yi temize çıkardıkları da yoktur. Örneğin Kal kampanyası ayrıl kampanyasını yalan söylemekle suçlarken -Türkiye'nin AB'ye girme potansiyeli sorusuna cevaben Başbakan; "Bu durum gerçekleşmeyecek. Bu çarpıtmaların en büyüğü" cevabını vermiştir. Ayrıl kampanyası ise Kal kampanyasının yalan söylediğini ve Türkiye'nin yakında AB'ye gireceğini söylemekle birlikte, Sir John Mayor "Başbakan Britanyalıları yalan söylüyor" demektedir (Martin, 2016). Bir başka haberde "Downing street, geçen gece, 1 buçuk milyon Türk'ün Britanya'ya girmesine izin verme planlarıyla ilgili olarak seçmenleri kandırmakla suçlandı" denmektedir (Groves vd, 2016). Türkiye hakkında söylendiği iddia edilen yalanlara dair bir başka haberde ise "Başbakan, Savunma Bakanı Penny Mordant'ın Türkiye'nin AB'ye girişiyle ilgili yalan söylediğini ileri sürdü." ifadeleri geçmektedir (Asthana ve Stewart, 2016).

21 Haziran tarihli Guardian gazetesinin bir haberinde "Khan rakiplerinin seçmenleri koca şişman bir yalanla Türkiye'nin yakında AB'ye üye olacağına dair korkuttuğunu ifade etmiştir." (Asthana vd.2016) ifadeleri yer alırken, Express gazetesinin referandum günü çıkan sayısında "Dün Brüksel kaynaklarının Türkiye'nin üyelik müzakerelerinin haftaya tekrar açılacağını söylemesinin ardından, Başbakan Cameron Türkiye'ye dair yalan söylemekle suçlandı." içeriğinde bir haber yer bulmuştur (Hall, 2016a). Diğer taraftan "Türkiye'ye dair Ayrıl kampanyasının posterini gördüğüm en bariz ve talihsiz yalandı." haberi Türkiye'nin hakkında nasıl da yalan söylenen bir ülke olarak kampanya sürecinde yer aldığını göstermektedir (Collins, 2016:27).

Yalan söylenmek üzere Türkiye özellikle seçilmiştir. Bu ısrar nedendir? Bu ısrarın sebebi Türkiye'ye dair hali hazırda var olan algıdır. Türkiye, kamuoyunu manipüle etmek için biçilmiş kaftandır. Batı'nın Doğu algısının zihinlere pompalandığı Batı'da, kamuoyunu manipüle etmek için var olan bu algı dahi istismar edilmektedir. Bu durumu göstermesi açısından, Daily Telegraph'ta "İçişleri Bakanı Theresa May ve Dış işleri bakanı Philip Hammond, cımbızlanarak sızdırılmış bir takım sözlerle adeta Türklere vize serbestisi veriliyormuşçasına yanlış bir izlenim oluşturuluyor ve Türkiye kullanılıyor demiştir." şeklinde bir haber çıkmıştır (Dominiczak, 2016:10).

Ayrıl kampanyası, Türkiye'yi tehdit olarak göstererek yakında AB'ye gireceği yalanını söylerken, savunma pozisyonundaki Kal kampanyası ise ayrıl kampanyasının Türkiye'nin AB'ye üye olacağını iddia ederek yalan söylediğini, Türkiye'nin AB'ye ancak 3000 yıl içinde üye olabileceğini ifade etmektedir. Her iki tarafta yalan ve manipülasyonla Türkiye'den bahsetmektedir ve bu durum Türkiye'ye dair var olan bakışı ve yaklaşımı özetlemiştir. Bu haliyle hakkında yalan söylenen ülke kodu, Türkiye'nin referandum kampanyasında istismar edildiğini göstermesi açısından önem arz eden hacimli bir koddur.

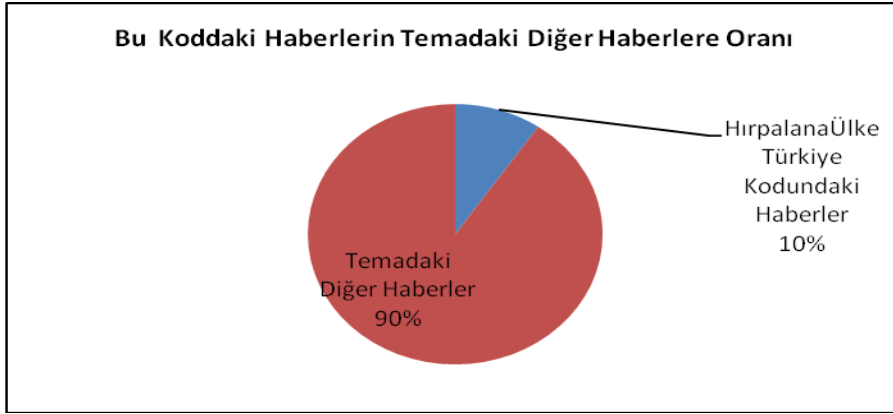
4.1.3.3. Hırpalanan/Kötülenen Ülke Türkiye Kodu

Hırpalanan ülke Türkiye kodu, Kampanya teması başlığında 10 haberde geçmektedir. Bu kod kampanya boyunca, kampanya taraflarının Türkiye'ye dair söyleminin eleştirildiği bağlamda oluşmuştur. Hırpalanan Ülke Türkiye kodu tek başına tüm haberlerde geçen tüm kodların toplamda yüzde 2'sine tekabül etmektedir. Yine bu kod kampanya teması altındaki tüm haberlerin yüzde 10'unu oluşturmaktadır. Hırpalanan/Kötülenen Ülke Türkiye kodu, tüm temalardaki 16 kod arasında en sık rastlanan 14. koddur ve araştırmanın kapsadığı içerikte en nadir görülen kodlar arasındadır.

Şekil 23. Hırpalanan Ülke Kodundaki Haberlerin Tüm Haberlere Oranı



Şekil 24. Hırpalanan Ülke Kodundaki Haberlerin Temadaki Haberlere Oranı



Brexit kampanyası boyunca Türkiye'nin kampanya tarafları tarafından oy devşirmek için kullanılması söz konusu olmuş; hem ayrıl, hem Kal kampanyası Türkiye'ye dair söylemler geliştirmişler ve bu süreçte Türkiye birçok itham, karalama ve iftiraya maruz kalmıştır. Referandum kampanyasına hakim olan göç ve ekonomi konuları sık sık ve çoğu zaman çarpıtmayla Türkiye'nin AB üyeliğine bağlanmış, bu noktada Türkiye AB'ye çok yakında üye olacak ve 16 milyon tecavüzcü, suçlu Türk Birleşik Krallığa göç edecek gibi yalan beyanlarla taraflar Türkiye'yi istismar etmişlerdir. Bu durum öyle bir hal almıştır ki, artık bazı kampanya tarafları ve kamuoyu tarafından Türkiye'nin hırpalandığı ve Türkiye'ye haksızlık edilerek, düşmanlığa maruz kaldığının ifade edilmesi kaçınılmaz hale gelmiş olması gerektir. Elbette her seçim kampanyasının olduğu gibi, Brexit Referandumunun da belli propaganda argümanlarının olması doğaldır. Brexit Referandumu kampanyasında da bir argüman

olarak Türkiye, Birleşik Krallık'ın AB'den ayrılması için en önemli sebeplerden bir tanesi olarak ön plana çıkarılırken, tarafların (özellikle Leave) hedeflerine ulaşmak saikiyle, kampanya sürecinde kullandıkları ifade ve yakıştırmaların zaman zaman maksatları aşması ve çoğu durumda da Türkiye ve Türkiye'nin imajının kasti itham ve kötölemelere maruz kalması sonucunda, bunun farkına varan kimi kampanya yürütücüleri, Türkiye'nin düşürüldüğü bu haksız durumu ifade etmişlerdir ve bu durum da basında yer bulmuştur. Misal olarak bu durum basında da “Ya Türkler Britanyalılar hakkında ayrıl kampanyasının konuştuğu gibi konuşsaydı nasıl olurdu?” (Cookman, 2016) sorusunu gündeme getirmiştir. Bir diğer haberde “Pervasız, coşkunsu ve acımasız ayrılma taraftarlarının yabancı düşmanlığından başka kapıları yok. Türkler geliyor, Nüfusu 76 milyon Türkiye AB'ye üye oluyor diyorlar. “(Toynbee, 2016) denmekte ve Türkiye'nin pervasızca yabancı düşmanlığına maruz bırakıldığı vurgulanmaktadır. Bir diğer haberde de Boris Johnson'ın tutumu eleştirilmiş; 19 Haziran 2016 tarihli Mail on Sunday gazetesinde “Boris Johnson'ın kuzeni, Johnson'ı kampanya boyunca atalarının memleketi hakkında akla ziyan ve sorumsuzca iftiralar atmakla suçladı.” şeklinde bir haber çıkmıştır (Pitel, 2016). Diğer taraftan Türkiye'nin mağdur edilip hırpalandığına dair bariz olan hissiyat kimi siyasilerde de gelişmiş ve Liberal Demokratların bu minvaldeki tutumu basında yer bulmuştur. 21 Haziran 2016 tarihli Independent'in haberinde “Liberal demokratlar Türkiye meclisinde şiddeti göstermesi için kasten seçilmiş ayrıl kampanyasının yayınladığı videodan bahisle, bunun yüz yıl öncesinin propaganda taktiklerinden olduğunu ve yabancı düşmanlığı olduğunu söylediler” denmektedir (Cooper, 2016a). Britanya basınına yansıyan diğer bir durum ise kampanya yürütücülerinin televizyon yayınlarında, Türkiye'ye dair söylemlerinde yabancı düşmanlığı ve nefret suçu işlediğine dair Birleşik Krallık Televizyon yayınları denetleme kurumuna yapılan şikayetlerle alakalıdır. Buna dair Guardian gazetesinde çıkan haber şöyledir:

“Ofcom, Türkiye'ye karşı işlenen ırka dair aşağılama, islamofobya ve önyargı suçlarıyla alakalı olarak BBC ve ITV'de yayınlanan UKIP'ın politik yayınlarına dair 30 şikayeti değerlendiriyor. Yayın hakkında şikayetlerden biri, Nigel Farage ve partisini gerçekleri çarpıtarak bir ırka ve dine karşı nefreti yaymakla suçlayan Liberal Demokratlardan geldi. Ofcom'a yazılan bir şikayet mektubunda; liberal demokratlar, bu yayının ve tonunun Türkiye, Türkiye'de yaşayanlar ve diğer yerlerde yaşayan

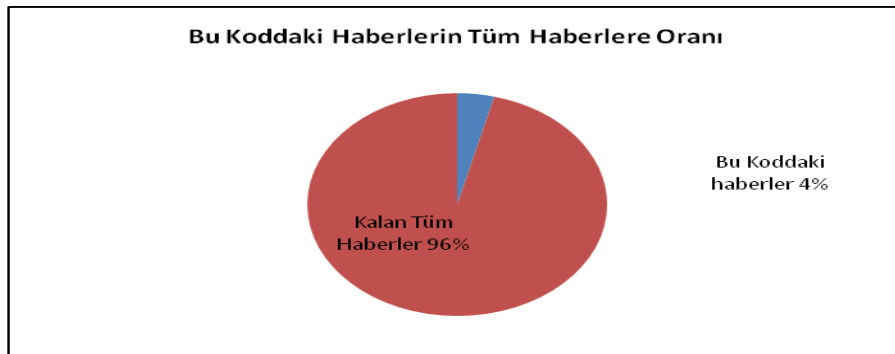
Türklere karşı negatif ve düşmanca tutumu provoke edici olduğunu söylediler.”
(Mason, 2016c).

Bunlar ve benzeri haberler, kampanya boyunca Türkiye’ye dair söylemin şiddeti ve muhteviyatının mahiyeti, bizzat kampanya yürütücüleri tarafından bu duruma tepki gösterilmesi sebebiyle açık bir şekilde anlaşılabilir. Türkiye’ye dair galiz ve mesnetsiz söylemin Türkiye’ye dair bir nefretin ifadesi olduğunu sezen ve anlayan kimi kişiler Türkiye’nin içine düşürüldüğü duruma tepki göstermişlerdir. Elbette ki tüm Birleşik Krallık basını, yazını, efradı bu ötekileştirme ve istismar kumpanyasına dahil olacak ya da alet olacak değildir. İnsaf ve ızan sahibi milyonlarca insan, kendince değerlendirmelerini yapmakta ve bu kirli kampanya ve söyleme ona göre yaklaşmaktadır. Ne var ki endişe ve korkuyla kanıtılan zihinlerdeki tarihi süreç içinde oluşmuş imgeler, propagandayla zehirlendiğinde manipüle olabilmektedir.

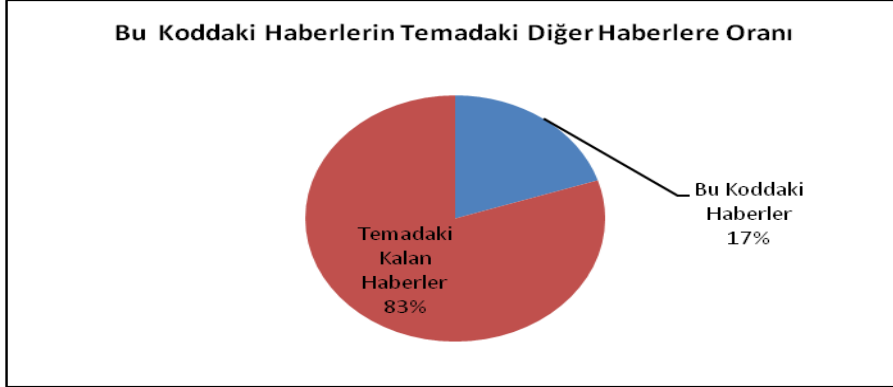
4.1.3.4. Korkutma Aracı Ülke Kodu

Korkutma Aracı Ülke Türkiye kodu, araştırma kapsamınca belirlenen kriterlere göre belirlenmiş 21 haberde yer almıştır. Bu koda kampanyanın belirli bir döneminde değil, kararsız biçimde dağılan tarihlerinde rastlanmıştır. Korkutma Aracı Ülke Türkiye kodu tüm haberlerde geçen tüm kodların toplamda yüzde 4’üne tekabül etmektedir. Kampanya Argümanı Teması içerisinde ise bu koddaki haberlerin oranı yüzde 20’dir. Bu kod 6 tema içinde 16 kod arasında en çok rastlanan 12. koddur.

Şekil 25. Korkutma Aracı Ülke Kodundaki Haberlerin Tüm Haberlere Oranı



Şekil 26. Korkutma Aracı Ülke Kodundaki Haberlerin Temadaki Haberlere Oranı



Brexit Referandumu kampanyası boyunca Ayrıl Kampanyası tarafından AB'den ayrılmak için çeşitli sebepler öne sürülürken, bu sebeplerin içinde en önemli sebeplerden bir tanesi Türkiye'nin AB'ye yakında üye olacağı olarak öne çıkmıştır. Kampanyada Birleşik Krallık AB'den çıkmadığı takdirde ve Türkiye'nin AB'ye üye olması dolayısıyla, Birleşik Krallık'ın bir dizi problemler yaşayacağı propagandası yapılmıştır. Özellikle ayrıl kampanyası seçmene gerçek olmadığı halde Türkiye'nin yakında AB'ye üye olacağı ve buradan Birleşik Krallığa büyük bir göç dalgasının yaşanacağı, bir takım suçlu ve tecavüzcülerin AB vasıtasıyla Türkiye'den Birleşik Krallığa gelip buradaki yaşam standartlarını düşürüp suç işleyeceğini çeşitli kampanya araçlarıyla ilan etmiştir. Buradan hareketle, kal oyunun kampanyasını yapan gruplar, ayrıl kampanyasının bazı bileşenlerini oy devşirme maksadıyla seçmeni korkutmak ve oylarını manipüle etmek için Türkiye'yi araç olarak kullanmakla suçlamıştır. Kampanya boyunca tarafların hedeflerine ulaşmak saikiyle, kampanya aracı olarak Türkiye'yi bir korkutma aracı olarak kullanmaları ve bu durumun referandum tartışmalarına konu olmasının Britanya basınında da yer bulmasıyla bu kod oluşturulmuştur.

Özellikle ayrıl kampanyası Türkiye'yi korku salarak oy devşirmede bir araç olarak kullanmış, buna itirazlar ise basında çeşitli gazetelerde “Türkiye'den Britanya'ya göç konusunda çok fazla korku tellallığı yapıldı (Britten, 2016).” şeklinde yer bulmuştur. Bu korku tellallığına tepki koyan siyasetçilerden Londra Belediye Başkanı Khan, “Kal kampanyası karşıtlarının Türkiye'nin yakında AB'ye üye olup olamayacağına

dair büyük yalanlar söyleyerek korku tellallığı yapmakta olduğunu söyledi. Devamında Khan Türkiye’yi bir korkutma aracı olarak kullanan selefi Boris Johnson’a hitaben ‘Bu yaptığın korku tellallığı, Boris bu yaptıklarından utanmalısın. Türkiye’nin adını hileyle kullanarak ayrıl oyu verdirmek için insanları korkutuyorsun.’ şeklinde açıklama yaptı (Wright, 2016b). Guardian gazetesindeki haberde bu konu, “UKIP, BBC televizyonunun propaganda yayınında Müslüman nüfusuna vurgu yaparak Türkiye’nin AB’ye girmesinin tehlikeleri konusunda 15 milyon kişinin Birleşik Krallığa geleceğine dair yersiz korkutma yapmakla suçlandı. Dört dakikalık video imam hatiplerin artan sayısı ve Türkiye’de Hristiyanların azalan sayısı konusunda uyarılarda bulunurken, arka arkaya minare ve başı türbanlı kadınları gösterdi.” şeklinde yer bulmuştur (Mason, 2016c). Bir diğer haberde “İngiliz halkının dikkate değer bir kısmı Britanya’nın AB’den çıkmasının zararlı olacağını söyleyen kurumlara inanmıyor, dahası bu kişiler öyle olmadığı halde milyonlarca Türkün Birleşik Krallık’a doğru yola çıktığını söyleyen haberlere ve Britanya Televizyonlarında Arapça alt yazı koyulacağı gibi korkutma hikayelerine balıklama atlıyor.” şeklinde bir köşe yazısı yayınlanmıştır (Campbell, 2016:14). Aynı doğrultuda Daily Mirror’daki bir başka yazıda “Ayrıl kampanyası korku tellallığından şikayet ediyor ancak kendisi de utanmazca terör ve Türk istilası görsellerine başvuruyor.” denmektedir. Aynı gazetede Fiona Parker Türkiye’nin korkutma aracı olarak kullanıldığını köşesinden şöyle duyurmaktadır.“Ayrıl kampanyasından gelen Türkiye AB’ye giriyor, Milyonlarca Türk buraya geliyor tehdidi sıra dışı bir korku borazancılığı” (Parker, 2016b). Times gazetesinde ise Cameron’a atfen “Türkiye’nin AB’ye giremeyeceğini artık bazı ayrılıçılar da kabul etti, bu yüzden artık insanları bununla korkutmaktan vazgeçsinler.” şeklinde bir haber çıkmıştır (Savage ve Ford, 2016).

Türkiye 80 milyona yaklaşan nüfusu, gelişmekte olan ekonomisi, tarihi tecrübe ve mirasıyla AB’ye aday, egemen bir ülkedir. Böylesine bir ülkenin, başka bir ülkenin tarihindeki en önemli kararlarından birinin alınması aşamasında bir korkutma aracı olarak seçilmesinin anlamı nedir? Bu sorunun cevabı Birleşik Krallık ve Türkiye’nin bir diğerini algılayışında yatmaktadır. Kampanya boyunca kullanılabilecek, argüman üretilebilecek onlarca konu arasından bir ülkeyi seçmenin anlamı bu algı ve anlayışta

yatmaktadır. Batı'nın doğuya bakışı burada açıklayıcı olabilecektir. Şüphesiz Türkiye'nin bir korkutma aracı olarak kullanılması bir aşağılamadır. Zira Batı bakışında Doğu geridir ve aşağıdır (Said, 1998). Batı ise kendisini modern, gelişmeci, kalkınmacı, demokratik ve bireyci gösterir. Kendine bu vasıfları yüklerken farklı olana yani doğuya kendisinin zıttı nitelikler yükler: geleneksel, fanatik, az gelişmiş, toplulukçu, otoriter.” (Keyman, 2002:21). Batı'nın bu üstünlüğünün ikamesi aslında Batı'nın bakışının doğuyu ideolojik bir fenomen haline dönüştürmeleriyle mümkün olmuştur (Said, 1998:66). Postkolonyal çalışmaların en büyük eleştirilerinden biri Batı'nın gerçekleri kendine göre tanımlama ayrıcalığına sahip olmasıdır. Batı temsil gücünü elinde bulundurduğundan, istediği zaman “öteki” olanı nesneleştirip, ona dair algıyı istediği gibi üretebilir. Bu duruma Brexit referandumu özelinde bakıldığında ise özellikle ayrıl kampanyasının Türkiye'ye bakışında, Türkiye'nin doğulu özellikler olan az gelişmişlik, fanatizm, geleneksellik vasıflarının, Birleşik Krallığa bir tehdit oluşturduğu yakıştırması müşahade edilmektedir. Referandum sürecinde Türkiye istismar ve tahkir edilerek, istedik sonuçları elde etmek için bir korkutma aracı olarak kullanılmaktadır. Bu durumun basına yansıyan boyutunda, Kal kampanyasının, ayrıl kampanyasının bu durumu kullanarak oy devşirmesine koyduğu tepki yer almış ve Türkiye kampanyada ve kampanya süresince basında bir korkutma aracı olarak yer almıştır.

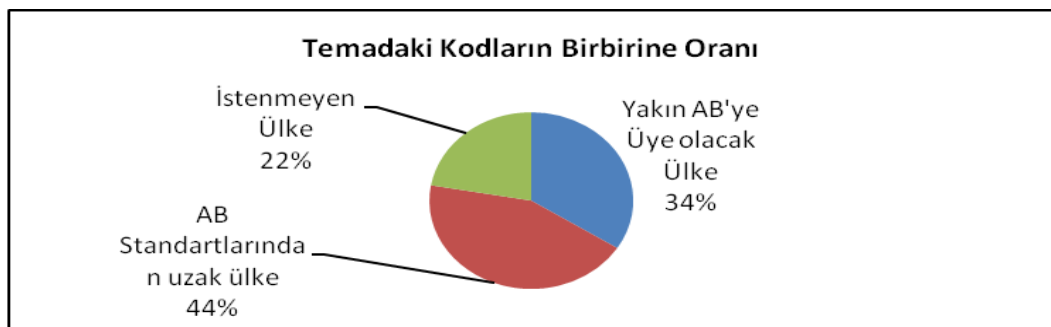
4.1.4 AB Teması

AB teması, referandum kampanyası boyunca Türkiye'ye dair Birleşik Krallık basınında Brexit bağlamında çıkan haberlerden, Türkiye'nin Avrupa Birliği Adaylığıyla ilgili olanları kapsayan temadır. Türkiye AB'ye aday bir ülke olarak katılım müzakerelerine devam etmekte ve nihai hedefi tam üyelik olan bir katılım hedeflemektedir. Türkiye'nin AB nezdindeki bu durumu, AB ile yollarını ayırma ya da AB üyesi olarak kalma durumunu oylayan İngiltere'de kampanya sürecinde çokça tartışılmış, ayrıl ve kal kampanyaları Türkiye'nin AB'ye üye olması ya da olmaması üzerinde kampanyalarını yürütmüşlerdir. Bu tartışmalar, bir noktadan sonra referandum tartışmalarının en önemli konusu haline gelmiştir. AB üyeliğiyle ilgili olarak göç, ekonomi, güvenlik, egemenlik gibi meseleleri mesnetsiz bir biçimde

Türkiye üzerinden tartışan ayrıl kampanyası, Türkiye'nin çok yakında AB üyesi olacağını ifade etmiş ve durum da haberlere yansımıştır. Buna karşılık seçmenin Türkiye'nin AB'ye yakında üye olacağı argümanından hareketle korkutulduğunu ve oy devşirildiğini gören Kal kampanyası da cevaben Türkiye'nin AB'ye üye olma standartlarından ne kadar uzak olduğunu ve AB'ye üye olamayacağını anlatmaya koyulmuştur. Kal kampanyasının bu çabası da Britanya basınında Türkiye'ye dair haberler arasında yer bulmuştur. Dahası bu söylemler doğrultusunda ortaya çıkan bir başka tablo da, çeşitli çevrelerce Türkiye'nin AB'de istenmediği gerçeğinin basında yer bulmasıdır. Bu üç düzlemde çıkan haberler kodlanmış ve bu haberlerden AB teması oluşturulmuştur. AB teması referandum kampanyası boyunca çıkan tüm haberlerin oluşturduğu 6 tema arasında en fazla haber sayısına sahip olan temadır. Buna göre AB temasında 3 ayrı kod başlığında 144 haber yer almaktadır. Bu tema tüm kodların yüzde 28'sini barındırmaktadır. Bu haliyle AB teması en hacimli temadır. Bu tema ve temadaki kodlar referandum kampanyasında Türkiye'nin AB üyeliğinin ne denli hararetle tartışıldığını göstermesi ve Türkiye'nin üyeliğine AB'ye üye ülkelerin bakışına ışık tutması açısından önemlidir. Dahası bu tema Türkiye'nin AB üyeliğinin ne denli çarpıtmalarla yansıtılabileceğini ve AB ülke kamuoylarını nasıl böleceğini göstermesi açısından da ayrı bir öneme haizdir.

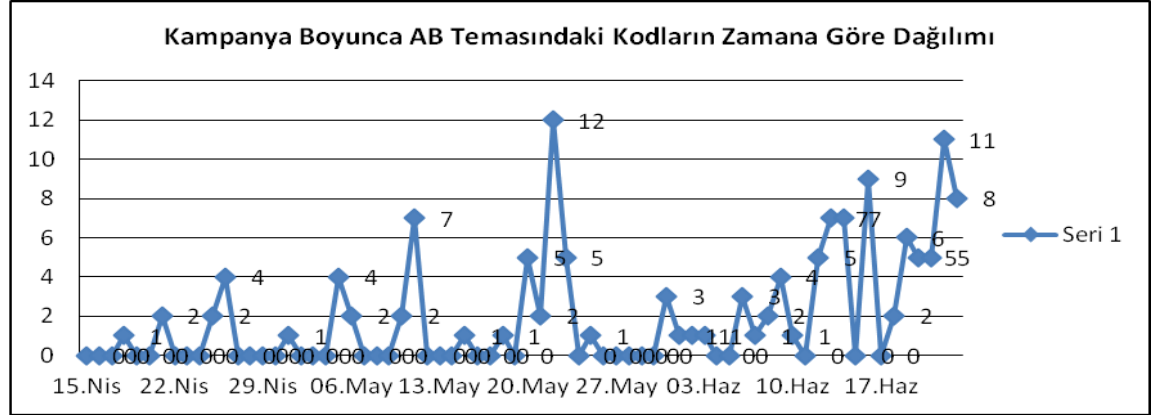
AB Temasında var olan kodlardan, AB standartlarından uzak Ülke Türkiye kodu 63 ayrı haberde, Yakında AB'ye Üye Olacak Ülke Türkiye kodu 49 ayrı haberde, İstenmeyen ülke kodu ise 32 ayrı haberde geçmiştir. Buna göre AB Temasındaki tüm kodların yüzde 44'ü AB standartlarından uzak Ülke Türkiye koduna, yüzde 34'ü Yakında AB'ye Üye Olacak Ülke Türkiye koduna, yüzde 22'si ise İstenmeyen Ülke koduna tekabül etmektedir.

Şekil 27. AB Temasındaki Kodların, Tema İçindeki Oranlarını Gösterir Grafik



AB temasındaki kodların referandum kampanyası boyunca tarihe göre dağılımına bakıldığında kampanyanın ilk döneminden itibaren son dönemine kadar anlamlı aralıklar vermeksizin, hemen hemen her dönem gündeme geldiği ve basında yer bulduğu gözlenmiştir.

Şekil 28. Kampanya Boyunca AB Temasındaki Haberlerin Tarihe Göre Dağılımı



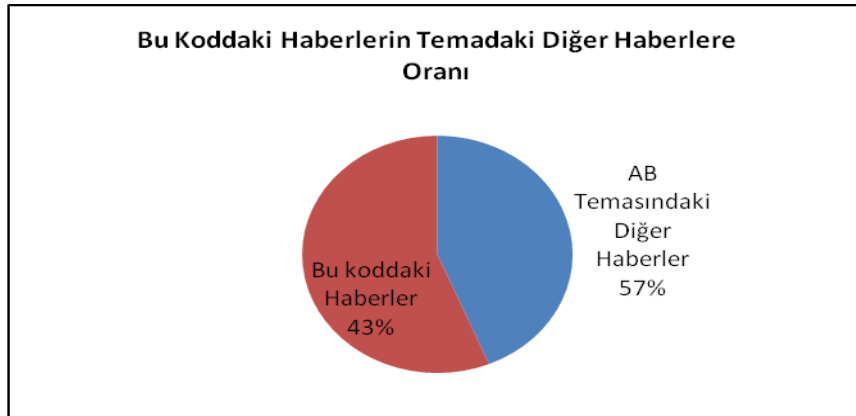
4.1.4.1 AB Standartlarından Uzak Ülke Kodu

AB standartlarından uzak Ülke Türkiye kodu, araştırma kapsamınca belirlenen kriterlere göre belirlenmiş 63 haberde yer almıştır. Bu koda kampanyanın belirli bir döneminde değil, kararsız biçimde dağılan tarihlerinde rastlanmıştır. AB Standartlarından uzak Ülke Türkiye kodu tüm haberlerde geçen tüm kodların toplamda yüzde 12'sine tekabül etmektedir. AB Teması içerisinde ise bu koddaki haberlerin oranı yüzde 43'tür. Bu kod 6 tema içinde 16 kod arasında en çok rastlanan 2. koddur.

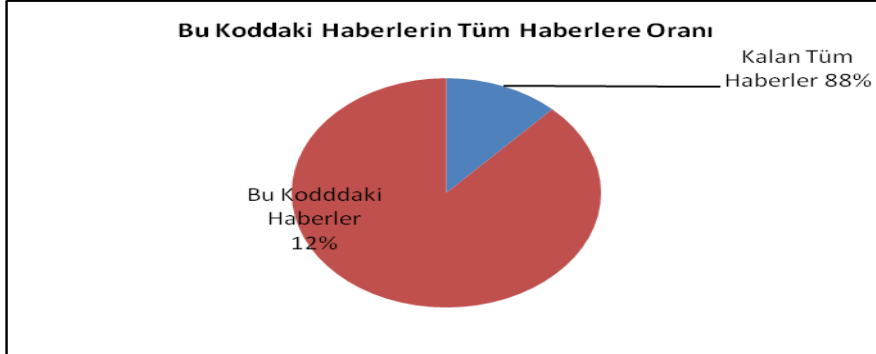
Birleşik Krallık'ın AB'de kalma ya da ayrılmasının oylandığı referandumun kampanyasının gündeminde tabiatıyla AB ve Birleşik Krallık ile olan münasebetleri vardı. Bu münasebetlere dair tartışmalar bir noktada AB yasa ve uygulamalarından kaynaklı göç, ekonomi, güvenlik gibi meseleler üzerinde temerküz etmeye başlamışlardı. Çok uzun dönemden beri AB'ye tam üyelik peşinde koşan Türkiye, referandum kampanyasında tartışmaların yoğunlaştığı alanlar üzerinden tartışıldı ve ayrıl kampanyası tarafından mesnetsiz iddialarla kampanya odağı haline getirilerek

bir korkutma aracına dönüştürüldü. Ayrıl kampanyasına göre Brexit Referandumu kampanyası boyunca, AB'den ayrılmak için en önemli sebeplerden bir tanesi Türkiye'nin AB'ye yakında üye olacak olmasıydı. Birleşik Krallık AB'den çıkmadığı takdirde ise, Türkiye'den Birleşik Krallık'a ciddi bir göç dalgası yaşanacağı, Türkiye'nin üyeliğinin güvenlik ve ekonomi için tehdit oluşturacağı ve dahası AB'nin sınırının Ortadoğu'ya taşınacağı ön görülen problemlerden sadece bir kaçıydı. Britanya basınında bu konuda birçok haber çıkmış; siyasetçiler ve kampanya tarafları bu konuda birçok beyanatta bulunmuş ve seçmenin oyunu etkilenmeye çalışmıştır. Bu süreç içinde Türkiye AB'ye üye olduğu takdirde yukarıda bahsi geçen bütün olumsuzlukların yaşanacağını propagandasını yapan kampanya taraflarına karşılık olarak, başta Kal kampanyası ve siyasiler olmak üzere birçok kişi ve kurum, seçmendeki endişeyi gidermek için bir takım karşı argümanlar geliştirmişlerdir. Bu karşı söylemde Kal kampanyası; Türkiye'nin binlerce yıl geçse bile AB'ye üye olamayacağı, AB standartlarından uzak olduğu için AB müktesebatına uyum sağlayamayacağı gibi beyanatlarda bulunmuşlar ve bu durum Britanya basınında yer bulmuştur. Bu noktadan hareketle bu kod ihdas edilmiştir.

Şekil 29. AB Standartlarından Uzak Ülke Kodundaki Haberlerin Temadakilere Oranı



Şekil 30. AB Standartlarından Uzak Ülke Kodundaki Haberlerin Tüm Haberlere Oranı



Türkiye'nin üye olacağı savını gidermek için en çok mücadele edenlerden birisi Başbakan Cameron'du. Cameron'un demecinden hareketle Express gazetesindeki haberde "Brexit taraftarları Türkiye AB'ye giriyor diye korku yaydılar ancak Başbakan Cameron Türkiye'nin katılım şartlarını karşılamaındaki başarısızlık dolayısıyla üyeliğin yıllarca ötede olduğunu iddia ediyor." denmektedir (Maddox, 2016). Cameron'un Türkiye'nin AB standartlarını karşılamaktan uzak olduğunu belirttiği bir başka durum Times gazetesindeki köşesinde Michael Savage tarafından aktarılmaktaydı. Buna göre, Savage yazısında "Cameron tekraren Türkiye'nin 3000 yılına kadar AB'ye giremeyeceğini söylüyor. 'Onlar herhangi bir şekilde Birliğe giremeyecek, biz sadece onlara onlarla birlikte olduğumuzu söyledik.'" dediğini aktarmaktadır (Savage, 2016). Yine Times gazetesinde "BBC 1'deki Andrew Marr Show'da Başbakan "Ayrıl kampanyası İnsanları Türkiye AB'ye girecek diye korkutmaktan vazgeçsin çünkü bu gerçekleşmeyecek dedi" şeklinde bir haber çıkmıştır (Savage ve Ford, 2016:14). Köşe yazarlarından bir diğeri Tom Peck yazısında "Başbakan Türkiye'nin AB'ye üyeliğinin muhtemel olmadığı iddiasını tekrarladı." demektedir (Peck, 2016:7).

Türkiye'nin üyeliğe layık olmadığını bu yüzden giremeyeceğinin görüldüğü bir başka haberde "Türkiye'nin AB'ye girip giremeyeceği sorulduğunda, AB Konseyi başkanı Donald Tusk 'hali hazırdaki halleriyle giremezler' demiştir." şeklindedir (Charter vd. 2016:15). The Guardian gazetesinde Türkiye'nin standartlardan uzaklaştığını iddia eden bir başka haberde "AB'yi bir Hristiyan kulübü olarak tanımlayan Erdoğan, yeni yasayı imzalayarak Türkiye'nin yakın gelecekte birliğe

katılmasının gerçekçi bir imkanını bırakmadığının sinyallerini verdi.” denmektedir (Tisdall, 2016). The Guardian gazetesinde çıkan bir başka haber ise “İşçi Partili Dan Jarvis ‘Kanımca Türkiye’nin en az bir nesil boyunca AB’ye girmesinin imkanı yok demek adilane olur. Bu olacak olsa bile onlarca yıl sonra gerçekleşir.’ şeklindedir (Elgot, 2016).

Başbakanın başka siyasiler de bu konuda görüş bildirmişler bu görüşlerden birisi Independent’a şöyle yansımıştır: “Muhafazakar eski Dışişleri Bakanı Malcolm Rifkind Türkiye’nin yakın zamanda AB’ye girmeyeceği konusunu ısrarla vurguladı” (Lister, 2016). Bir diğer siyasi, Avrupa bakanı David Lidington’ın “Türkiye ve Arnavutluğun AB’ye 5 yıl içinde gireceğini iddia etmek tamamen fantezi. Bu çok saçma.” (Boffey ve Helm, 2016) şeklindeki beyanatı basından gözlemlenmiştir. Son olarak Financial Times gazetesinde çıkan bir haber Türkiye’nin 2020 yılında AB’ye girme şansı İstanbul’un tekrar Konstantinapol diye adlandırılıp Bizans’ın yeniden canlanması ile aynı oranda olası” şeklinde bir benzetmeye başvurarak durumu özetleme yoluna gitmiştir (Britain should vote, 2016).

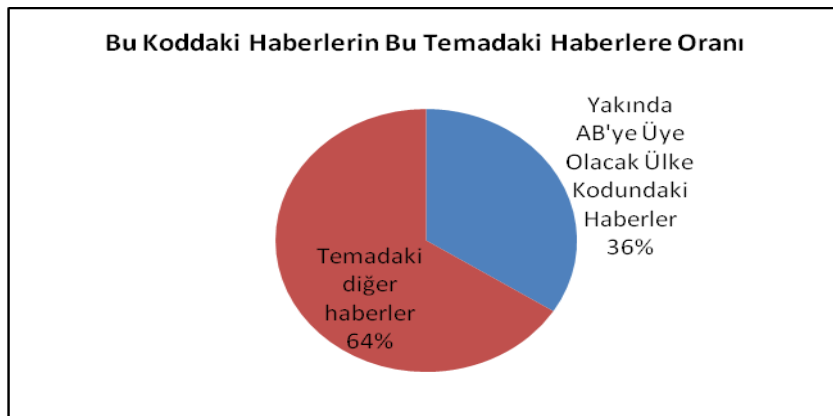
Türkiye’ye dair Ayrıl kampanyasının yürüttüğü kampanya, Türkiye’nin yakında AB üyesi olacağı varsayımına dayanmaktaydı. Bu varsayımın inşa edilen kampanya Türkiye’nin AB’ye üye olmasıyla Birleşik Krallığa milyonlarca insanın göç edeceği, ülkede yaşam standartlarının düşeceği, göçmenlerin güvenlik tehdidi yaratacağı gibi senaryolarla doluydu ve bu senaryolar vasıtasıyla Türkiye referandum tartışmalarının merkezine oturtularak, yalanlar vasıtasıyla bir korkutma aracı olarak oy devşirmek için istismar edildi. Kampanyada seçmene bu mesajın geçtiğini ve seçmenin Türkiye’ye dair söylemden etkilendiğini tespit eden Kal kampanyası, buna cevaben Türkiye’nin AB’ye üye olamayacağını ileri sürdü. Kal kampanyası Türkiye’nin AB’ye giremeyeceğini ileri sürerken, neden giremeyeceğine dair de bir takım argümanlar ileri sürmek durumdaydı ve bu argüman Türkiye’nin AB standartlarını karşılamaktan uzak bir ülke olduğunu vurgulamaktı. Türkiye’nin AB’ye üye olamayacak bir ülke olduğundan dem vurulurken, buradan anlaşılan esas, Türkiye’nin AB değerleri, müktesebatı, kurumları ve politikalarıyla uyumlu olmadığı, bunların gerisinde olduğu dolayısıyla AB’ye giremeyeceği esasıydı. Ayrıl

kampanyasının Türkiye istismarına, Kal kampanyasının cevabı Türkiye'nin geri olduğuna vurgu yapmak olarak gerçekleşti. Kal kampanyası Türkiye'nin ayrıl kampanyasının yalanlarında da vurguladığı gibi bir ülke olmadığını anlatmak yerine, Türkiye'nin nasıl da Avrupa standartlarından uzak olduğunu ve tam da bu yüzden AB'ye giremeyeceği için korkacak bir şey olmadığını propagandasını yaptı. Bu zımnın Ayrıl kampanyasının yalanlarının ikrarından başka bir anlam taşımamaktadır. Her iki kampanyanın Türkiye'ye dair bu yaklaşımı, Türkiye'ye bakışın bir tezahürüdür. Bu bakış batının Doğu ve doğuluyla bakışının bir örneğidir. Batı kendinin ne kadar medeni olduğunu Doğu üzerinden tanımlamakta ve öyle olsa da olmasa da doğuya bakışı doğunun geri ve batı değerlerinden uzak olduğu varsayımını içeren bir stereotip halindedir.

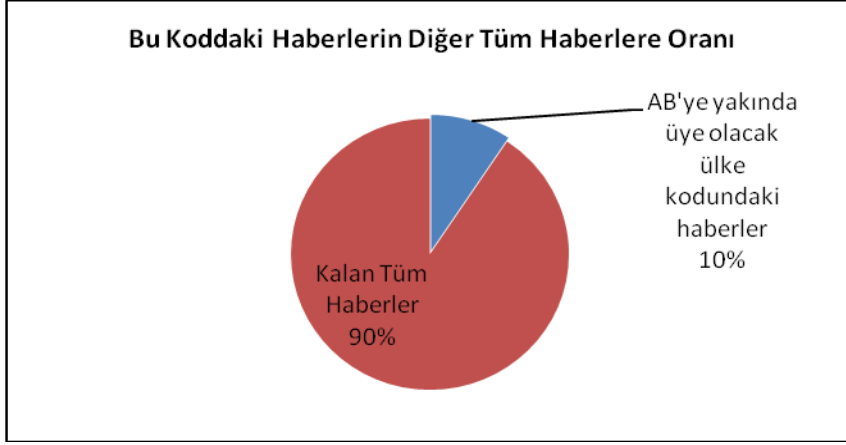
4.1.4.2 AB'ye Yakında Üye Olacak Ülke Kodu

AB'ye üye olacak Ülke Türkiye kodu, araştırma kapsamınca belirlenen kriterlere göre belirlenmiş 49 haberde yer almıştır. Bu kod Türkiye'nin AB üyeliği gibi kilit bir konuyu kapsadığı için, kampanyanın başından sonuna, her döneminde basında yer bulmuştur. AB'ye yakında üye olacak Ülke Türkiye kodu tüm haberlerde geçen tüm kodların toplamda yüzde 10'una tekabül etmektedir. AB Teması içerisinde ise bu koddaki haberlerin oranı yüzde 34'tür. Bu kod 6 tema içindeki 16 kod arasında en çok rastlanan 3. koddur.

Şekil 31. AB'ye Yakında Üye Olacak Ülke Kodundaki Haberlerin Temadaki Haberlere Oranı



Şekil 32. AB'ye Yakında Üye Olacak Ülke Kodundaki Haberlerin Tüm Haberlere Oranı



Türkiye AB ilişkileri uzun bir geçmişe dayanmaktadır. Türkiye uzun yıllar AB kapısında aday ülke olarak beklemiş, 2005 yılında ise tam üyelik müzakerelerine başlamıştır. Türkiye'nin AB üyeliğinin olası sonuçları Türkiye içinde tartışıldığı gibi, AB ülkelerinde de değerlendirilmiş ve konu üzerine tartışmalar süregelmıştır. Bu tartışmalar, Türkiye AB'ye üye olduğu takdirde bu üyeliğin birliğe ekonomik, siyasi, sosyal etkileri; güvenlik ve göç meseleleri ve dahası Türkiye'nin tarihi ve kültürel olarak Avrupalı olup olmadığı konularını içermekteydi. Türkiye'nin AB üyeliğinin etkileri tartışmaları, Birleşik Krallık'ın AB üyeliğinin oylandığı Brexit Referandumu kampanyası boyunca da tartışılan en önemli meselelerden olmuştur. Kampanya boyunca kampanya tarafları, Türkiye'nin AB'ye üye olması durumunda Türkiye'den Birleşik Krallık'a ciddi bir göç dalgası yaşanacağı, bu üyeliğin Birleşik Krallık'ın güvenliği ve ekonomisi için tehdit oluşturacağı, AB'nin sınırının Ortadoğu'ya taşınacağı gibi bir dizi varsayım ve öngörüü öne sürmüştür. Bu noktada bu varsayım ve iddialar seçmenin oyuna etki etmek için sürekli dillendirilmiş ve Türkiye'nin yakında AB'ye üye olacağı ve yukarıda bahsi geçen olumsuz senaryoların gerçekleşeceği propagandası yapılmıştır. Seçmene, Türkiye yakında AB'ye üye oluyor ve bahsi geçen olumsuzluklar vuku bulacak, imajı vermek ve Birleşik Krallık'ın AB'den çıkmasını temin etmek için propagandaya başvurulmuş ve bu durum Birleşik Krallık basınında da genişçe yer bulmuştur. Buna göre ayrıl kampanyası bileşeni Vote Leave ile ilgili 22 Mayıs tarihli Observer gazetesinde çıkan haberde "Vote Leave son analiziyle, Türkiye'nin birkaç yıl içinde AB'ye

gireceği ve 2020 yılında nüfusu 82 milyon olacak ülkeden birçok kimsenin Birleşik Krallık'a gelmek isteyeceği konusunda uyarıda bulunuyor.” denmektedir (Boffey ve Helm, 2016).

Türkiye'nin AB'ye yakında gireceği vurgusunun altını çizen bir diğer haberde Charlie Cooper The Independent gazetesinde; “Ayrıl kampanyası defaatle Türkiye'nin AB'ye girmenin eşiğinde olduğu konusunda uyarılarda bulunmakta.” şeklinde yorum yapmaktadır (Cooper, 2016b:1). Yine saygın gazeteler olarak bilinen ve Broadsheet olarak tabir edilen gazetelerden The Guardian'da Patrick Wintour “Ayrıl kampanyası Türkiye'nin öngörülebilir bir gelecekte AB'ye üye olacağını söylemenin yalan olmayacağını söyledi” şeklinde bir yorumu aktarmıştır (Wintour, 2016). The Times gazetesinden Francis Elliot ise 16 Haziran tarihli yazısında “Brüksel Türkiye'nin üyeliği üzerine hızlandırılmış müzakerelere başlıyor.” şeklinde bir haberle Türkiye'nin yakında AB üyesi olacağı mesajını vermiştir (Elliot ve Waterfield, 2016:9).

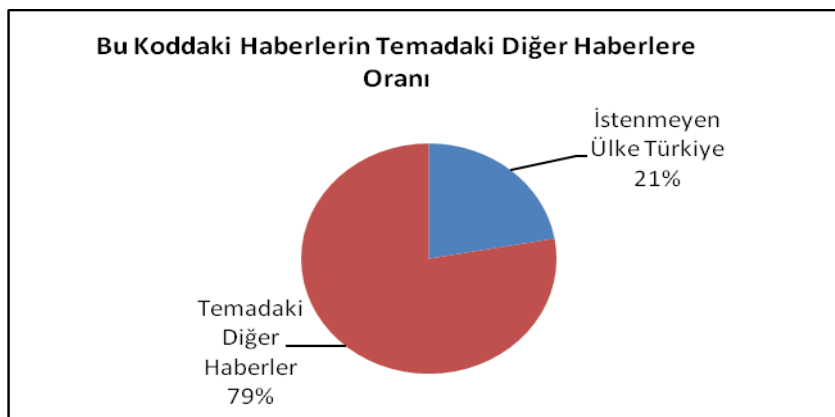
Siyasilerden de destekledikleri kampanya tarafına isitinaden Türkiye'nin AB üyeliğine dair açıklamalar gelmiştir. Bu açıklamalardan haberlere yansıyan birinde çalışma bakanı Priti Patel “Türkiye'nin AB'ye üyeliği David Cameron'un açık desteğiyle hızlandırılıyor.” demiştir (Dominiczak, 2016:1). Michael Deacon 11 Mayıs tarihli Telegraph gazetesindeki köşesinde “Mr. Duncan Smith Türkiye'nin AB'ye üye olmasını eli kulağında bir tehdit olarak görüyor.” şeklinde görüş belirtmiştir (Deacon, 2016:4). Daily Mail gazetesinde çıkan bir haberde ise “Geçen gece bir Ayrıl kampanyası etkinliğinde konuşan Devlet Bakanı Duncan Smith Türkiye'nin AB'ye katılımının kaçınılmaz olduğunu ve Başbakan Cameron'ın bunun destekçisi olduğunu söyledi” denmektedir (Groves, 2016). Adam Withnall'ın Independent gazetesinin 22 mayıs tarihli haberinde devlet bakanı Mourdant'a atfen “Penny Mourdant, Türkiye'nin AB'ye girme şansı konusunda Andrew Marr Show'da sorulan sorular üzerine ‘bu konuda söz söylemek için son şansımız çünkü ileride bu gibi ülkelerin AB'ye girip girmemesi konusunda danışılmayacağız. Türkiye'nin AB'ye girmesi an meselesi” demektedir (Withnall, 2016b). Yine Mourdant'dan aktararak The Express gazetesinde Macer Hall “Ayrıl kampanyasını

destekleyen Portsmouth milletvekili Türkiye'nin gelecek 8 yıl içinde AB'ye üye olmasının kuvvetle muhtemel olduğunu ifade etti. Bu serbest dolaşım hakkıyla 78 milyon Türk'ün AB'nin Britanya'nın da dahil olduğu herhangi bir yerinde istedikleri gibi yaşayabilmeleri demek.” şeklinde ifadeler içeren bir habere imza atmıştır (Hall, 2016c:7). Aynı yazar bir başka yorumunda Türkiye'nin AB'ye yakında gireceğini ifade ederken, bu ifadenin hangi motivasyonla kullanıldığını da açık etmektedir. “Türkiye çok büyük çok fakir ve bizden çok farklı, anlaşılan o ki AB Türkiye'nin üyeliğini gittikçe yakın bir tarihe çekiyor ve Britanya'nın bu durumun sonuçlarından tek kaçış yolu AB'den ayrılma yönünde oy vermek.” (Hall, 2016c:7).

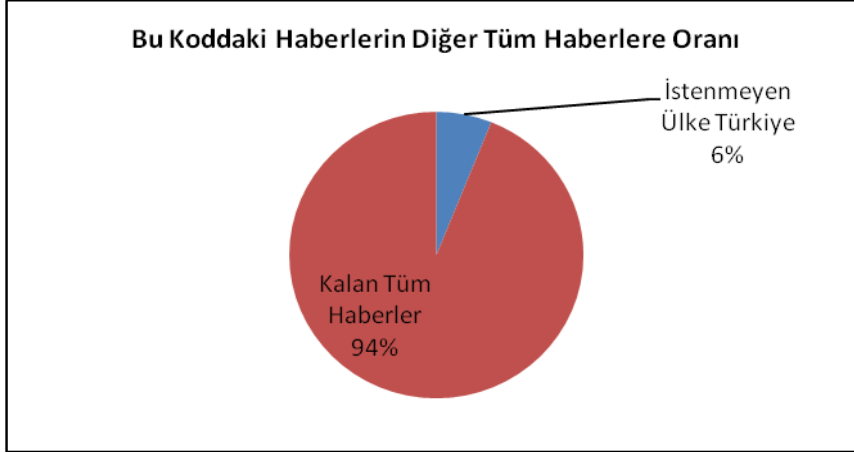
4.1.4.3 İstenmeyen Ülke Kodu

İstenmeyen Ülke Türkiye kodu, araştırma kapsamınca belirlenen kriterlere göre belirlenmiş 32 haberde yer almıştır. Bu koda kampanyanın belirli bir döneminde değil, kararsız biçimde dağılan tarihlerinde rastlanmıştır. İstenmeyen Ülke Türkiye kodu tüm haberlerde geçen tüm kodların toplamda yüzde 6'sına tekabül etmektedir. AB Teması içerisinde ise bu koddaki haberlerin oranı yüzde 22'dir. Bu kod 6 tema içinde 16 kod arasında en çok rastlanan 8. koddur.

Şekil 33. İstenmeyen Ülke Kodundaki Haberlerin Temadaki Haberlere Oranı



Şekil 34. İstenmeyen Ülke Kodundaki Haberlerin Tüm Haberlere Oranı



AB'den ayrılmanın oylandığı Brexit Referandumunda, ayrıl kampanyasının AB'den çıkmak için seçmene geçireceği ayrılma motivasyonu; Göç, Ekonomi, Güvenlik konularının Türkiye'nin AB üyeliği bağlamında tartışılmasıyla bulunmuştur. Türkiye ve üyeliğinin referandum kampanyasının odağında olması hasebiyle, önce Türkiye AB'ye yakında üye olacak propagandası yapılmış, sonrasında ise Türkiye gibi güya ekonomiye ve güvenliğe tehdit, problemlili bir ülke AB'de olacağı için AB'den çıkılması gerekliliğinin altı çizilmiştir. Türkiye'nin AB'ye adaylığı yakında tam üyeliğe dönüşecekmiş doğrultusunda yapılan kampanyada Türkiye; göç kaynağı, ekonomik ve güvenlik tehdidi problemlili ülke olarak yansıtılmıştır. Ayrıl kampanyası, kendisinin alevlendirdiği Türkiye'ye dair korkuları teskin etmeye yönelik Başbakanın Türkiye AB'ye üye olmayacak şeklindeki açıklamalarına karşılık, Türkiye'nin girme aşamasına gelmesi durumunda AB üyeliğinin veto edileceğine dair garanti istemiştir. Bu sayede özellikle Kal kampanyasını güden Başbakan sıkıştırılmak ve Kal kampanyasının eli zayıflatılmak istenmiştir. Seçmeni etkilemek ve Türkiye'yi bir korkutma aracı olarak kullanmanın daha inandırıcı olması için Türkiye istenmeyen, AB'ye kesinlikle girmemesi gereken, üyeliği veto edilmesi gereken, girdiği takdirde Birleşik Krallık'ın AB'den çıkmasını gerektiren ülke olarak lanse edilmiştir. Bu haliyle Türkiye Britanya basınında istenmeyen ülke olarak yer bulmuştur.

Türkiye'nin istenmediğini haberleştiren bir takım haberler resmi kampanya döneminden önce de çıkmış ve “Türkiye girerse biz çıkarız; Türkiye'nin AB'ye katılma meselesi her şeyi toptan değiştirme gücüne sahip, son anketlerin gösterdiğine göre Britanyalıların üçte biri Türkiye girerse AB'den çıkmayı destekleyecek.” (Wheeler ve Giannangeli, 2016) ifadelerini içeren haberler gibi haberler Türkiye'nin istenmeyen ülke olarak basına yansıdığını göstermesi açısından önemli olmuştur. Express gazetesinde ayrılmış kampanyasını destekleyenler nezdinde Türkiye'nin istenmeyen bir ülke olduğunu Macer Hall açıkça belirtmektedir; “Ben tabii ki böyle berbat insan hakları karnesi olan, Kürtleri katleden, Işid'e el altından yardım eden Türkiye gibi bir ülkeyle aynı politik birlik içinde olmak istemem.” (Hall, 2016a:5). Türkiye'nin istenmeyen ülke olduğunu belirten bir başka haber Guardian gazetesinde çıkmıştır ve bu haberde “Britanya Türkiye'nin AB'ye üyeliğini veto etmeyi tercih etmese bile bir sürü AB ülkesi Türkiye'nin üyeliğini reddetmeye gönüllü olur.” denmektedir (Wintour, 2016). Siyasi figürlerden, Türkiye'nin istenmediğine ilişkin,

Ayrılmış kampanyasını destekleyen Penny Mourdant'a dair The Express gazetesinde 23 Mayıs tarihli çıkan haberde ise “Bakan Mourdaunt AB'nin Türkiye'yi dışarıda tutabileceğini sanmıyorum, sanırım Türkiye AB'ye girecek dedi. Türkiye'nin AB üyeliğinin veto edilmesi konusunun üzerinde durulması üzerine bakan, göç anlaşması ışığında ‘Türkiye'nin girişini engelleyemeyeceğiz’ dedi” şeklinde ifadeler gözlemlenmektedir (Hall, 2016b:2). Türkiye'nin AB'de genel olarak da istenmediğini belirten bir başka haber “Önde gelen Fransa ve Almanya gibi AB ülkeleri Türkiye'nin üyeliğine güçlü bir şekilde karşılar ve nihayetinde Türkiye'nin AB üyeliğini engellemek için mecbur kalırlarsa vetoyu kullanacakları sinyalini veriyorlar. (Tisdall, 2016)” şeklinde karşımıza çıkmaktadır. Ayrılmış kampanyasının en önemli liderlerinden Boris Johnson'a dair bir haberde ise, ayrılmış kampanyasının Türkiye'yi istemezken, bu durumu Kal kampanyası ve Başbakan'a karşı nasıl kullandığına iyi bir örnek olarak “Boris Johnson Başbakan'a Türkiye'yi AB dışında tutmak için veto hakkımızı kullan diyor. Boris Johnson ve Michael Gove, Cameron'dan veto hakkını devreye koyarak Türkiye'nin AB'ye üye olamayacağını garantilemesini istedi.” şeklindeki haber verilebilir (McCann ve Holehouse, 2016:6).

Referandum kampanyasında özellikle ayrıl kampanyası tarafından oy devşirmek için Türkiye'nin AB'ye olası üyeliğinin gündemde tutulması ve Türkiye'nin bir korkutma aracı olarak kullanılması söz konusu olmuştur. Ayrıl kampanyası, Başbakan Cameron'ın başını çektiği Kal kampanyasına baskı kurmak ve kendi tezlerini güçlendirmek için Türkiye'yi kampanyanın odağına koymuş ve Türkiye'yi adeta günah keçisi ilan etmiştir.¹ Birleşik Krallık'ın AB'de kalmasının sonucunda olası bütün kötü senaryoları Türkiye'ye mal edip Türkiye üzerinden tartışan Ayrıl kampanyası Türkiye'nin AB'ye girmesinin kaçınılmaz olduğu savıyla Kal kampanyasının elini zayıflatmak istemektedir. Bu noktada seçmeni Türkiye'nin olası üyeliğiyle korkutmaya devam ederek Türkiye'nin girmemesi gerektiğini anlatırken aslında verdiği mesaj Türkiye girerse kötü şeyler olacağı, Britanyalılar Türkiye'yi istemese de Başbakanın dahi Türkiye'nin AB'ye üyeliğini veto edeceği sözünü verememesi, bu sebeplerden de Birleşik Krallık'ın AB'den çıkmasının en iyisi olduğu mesajıdır.

Ayrıl kampanyasının bu taarruzuna karşılık Kal kampanyası da, Türkiye'nin zaten giremeyeceği, girmeyi hak etse bile veto hakkının saklı olduğunu ifade etme çizgisine evrilmiştir. Tüm bu bağlamda Türkiye AB'de istenmeyen ülke olarak basına yansımıştır. Türkiye'nin istenmeyen ülke olduğu argümanına kampanya tarafları rahatlıkla başvurulabilir çünkü batılı zihinlerde Doğu zaten ötekidir. Türkiye'yi istenmeyen ülke olarak tanımlama ve bu durumu istismar, doğuluların yabancı olduğu bir muamele değildir, hakeza bu tutumu batılılar da ilk defa sergilememektedir. Bu bir zihin durumunun ifadesidir. Çünkü postkolonyal yazarların eleştirdiği Batılı sömürgeci anlayışta Doğu Batı'nın ötekisidir. Ötekileştiren Batı 'egemen özne', Doğu ise 'nesne' durumuna indirgenerek yönetilen, kullanılan, sömürülen ve sürekli olarak 'ötekiliğini' tarif edilen taraftır. (Parla, 1991:86).

4.1.5 Farklılıklar Teması

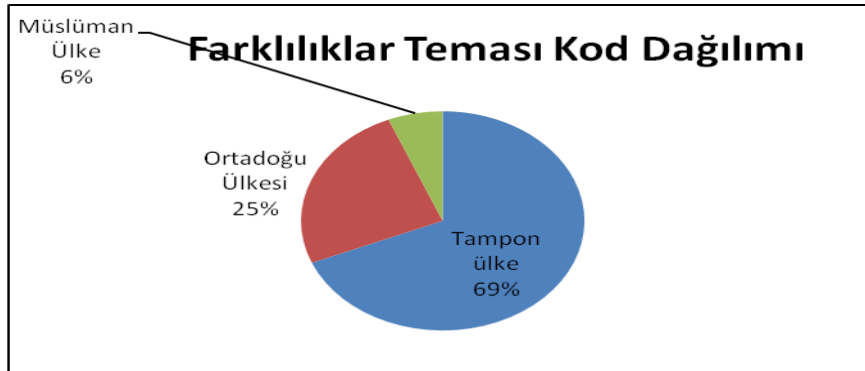
¹ <http://www.newsweek.com/brexit-view-turkey-britain-membership-free-trade-478332> (17.07.2017)

Farklılıklar teması, referandum kampanyası boyunca Türkiye'ye dair Birleşik Krallık basınında Brexit bağlamında çıkan haberlerden, Türkiye'nin Avrupa'dan farklı olduğunu vurgulayan haberleri kapsayan temadır. Tarihte, Türkiye Cumhuriyeti Devleti'nin selefi Osmanlı Devleti her ne kadar Orta Avrupa'ya kadar hüküm sürmüş ve Avrupa coğrafyasında asırlarla ifade edilen zamanlar boyunca yer almış olsa da, kimlik olgusu doğrultusunda Türklerin Avrupalılardan farklı olduğu anlayışı günümüze kadar gelmiştir. Avrupalılık tanımının içi ister hristyanlıkla, ister sekülerlik ve hümanizimle, ister coğrafya veya kültürle, ya da bütün bunların hepsiyle tanımlansın; Türkler herhangi bir yönden Avrupalı olarak tanımlanmamaktadır. Bu görüş AB'ye üye ülkelerin devlet başkanlarına varıncaya kadar, yüksek perdeden açıkça ifade edilmektedir (Türkiye AB'ye ait değil, 2016). Türklerin Avrupalılardan farklı olduğu anlayışından başka, Türklerin Avrupalıların antitezi olduğu anlayışı Avrupa siyasi çevrelerinde ve popülist söylemde halen dillendirilmektedir (Demir, 2017).

Türkiye AB'ye aday bir ülke olarak, nihai hedefi tam üyelik olan katılım müzakerelerine devam ederken, AB ile yollarını ayırma ya da AB üyesi olarak kalma durumunu oylayan İngiltere'de kampanya sürecinde bu adaylığıyla çok sık gündeme gelmiş adeta kampanyanın odağı haline gelmiştir. AB'den ayrılma ya da kalma durumunun oylandığı referandumda ayrıl kampanyası Türkiye'nin çok yakında AB üyesi olacağını ifade ederken, tam da bu yüzden Britanya seçmenin Ayrıl oyu vermesi gerektiğini söylemiş, bunun propagandasını yaparken de Türkiye'nin Avrupalılardan farklı olduğunu coğrafyası ve dinine göndermeler yaparak vurgulamıştır. Türkiye'nin Müslüman bir ülke olduğu, Türkiye'nin orta doğuda yer aldığı ve Türkiye'nin AB'nin tamponu konumunda AB sınırlarının dışında ama tam sınırında olduğunu vurgulayan söylemler geliştirilmiş bu durum ise gazete haberlerine yansımıştır. Bu 3 düzlemde çıkan ve Türkiye'nin Avrupa'dan farklılığını vurgulayan haberler kodlanmış ve bu haberlerden Farklılıklar teması oluşturulmuştur. Farklılıklar teması referandum kampanyası boyunca çıkan tüm haberlerin oluşturduğu 6 tema arasında en fazla haber sayısına sahip 4. temadır. Buna göre Farklılıklar temasında 3 ayrı kod başlığında 64 haber yer almaktadır. Bu tema tüm kodların yüzde 12'sini barındırmaktadır.

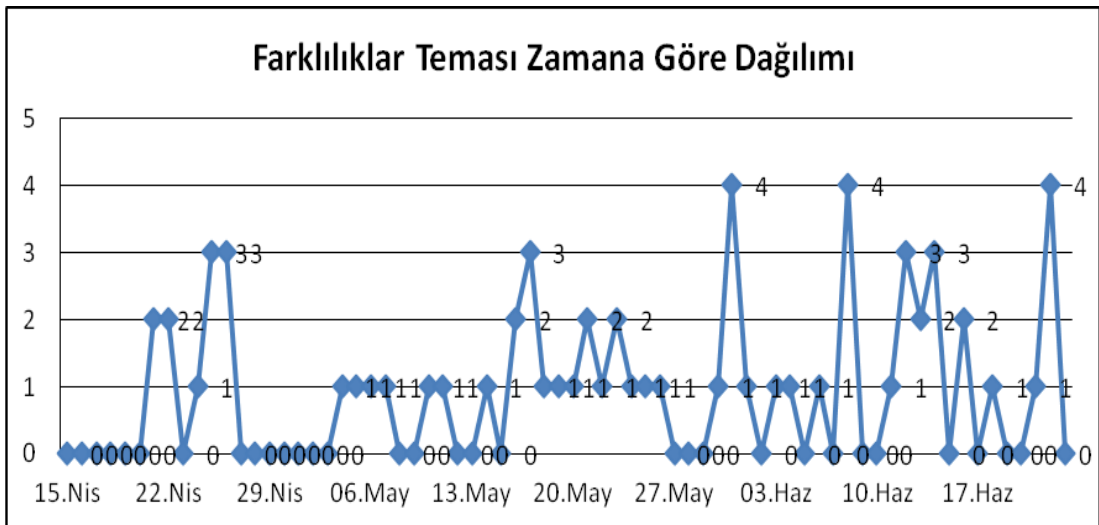
Farklılıklar Temasında var olan kodlardan Tampon Ülke Türkiye kodu 44 ayrı haberde, Ortadoğu Ülkesi Türkiye kodu 16 ayrı haberde, Müslüman ülke kodu ise 4 haberde geçmiştir. Buna göre Farklılıklar Temasındaki tüm kodların yüzde 69'u Tampon Ülke Türkiye koduna, yüzde 25'i Ortadoğu Ülkesi Türkiye koduna, yüzde 6'sı ise Müslüman Ülke koduna tekabül etmektedir.

Şekil 35. Farklılıklar Temasındaki Kodların, Tema İçindeki Oranlarını Gösterir Grafik



Farklılıklar Temasındaki kodların referandum kampanyası boyunca tarihe göre dağılımına bakıldığında kampanyanın ilk döneminden itibaren son dönemine kadar anlamlı aralıklar vermeksizin hemen hemen her dönem gündeme geldiği ve basında yer bulduğu gözlenmiştir.

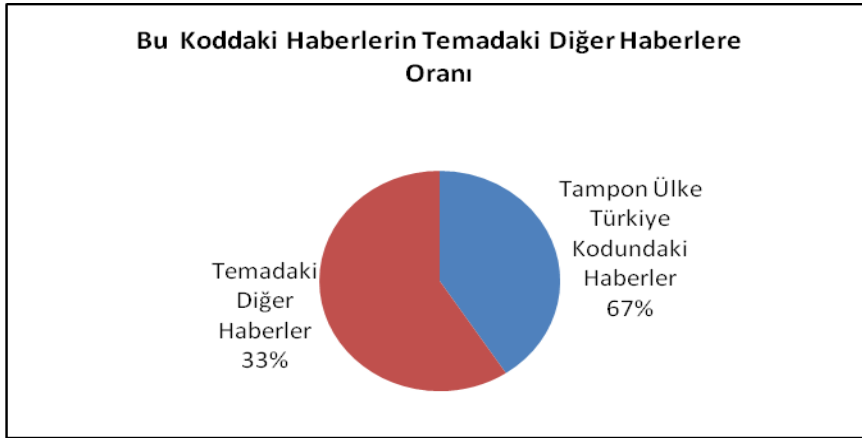
Şekil 36. Kampanya Boyunca Farklılıklar Temasındaki Haberlerin Tarihe Göre Dağılımı



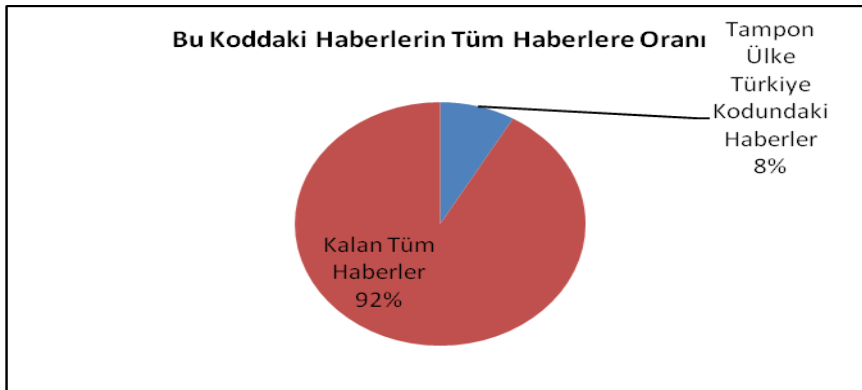
4.1.5.1 Tampon Ülke Kodu

Tampon Ülke Türkiye kodu, araştırma kapsamınca belirlenen kriterlere göre belirlenmiş 44 haberde yer almıştır. Bu koda kampanyanın resmi başlangıcından itibaren her döneminde rastlanmıştır. Tampon Ülke Türkiye kodu tüm haberlerde geçen tüm kodların toplamda yüzde 8'ine tekabül etmektedir. Farklılıklar Teması içerisinde ise bu koddaki haberlerin oranı yüzde 69'dur. Bu kod 6 tema içinde 16 kod arasında en çok rastlanan 5. koddur.

Şekil 37. Tampon Ülke Kodundaki Haberlerin Temadaki Haberlere Oranı



Şekil 38. Tampon Ülke Kodundaki Haberlerin Tüm Haberlere Oranı



Arap Baharının bir parçası olarak Suriye’de başlayan ayaklanmalar bir iç savaşa dönüşmüş ve bu iç savaş Suriye’nin dışına büyük bir göç başlatmıştır. Suriyeli göçmenler Türkiye ve çevredeki diğer çeşitli ülkelere göç etmişlerse de,

destinasyonları genellikle yüksek refah seviyesine sahip Almanya, İsveç, Fransa, İngiltere gibi ülkelerdi. Göçmenler AB'ye ulaşmak için her yolu denemekte Türkiye üzerinden Akdeniz'i aşarak AB sınırlarına dahil olan Yunan adalarına çıkmaya çalışmaktadırlar. Bu geçiş sürecinde kaçak göçmenlerden binlercesi Akdeniz'de boğulmuş, insani dramlar yaşanmıştır. Kaçak göç sorununa ve ortaya çıkan insani dramları engellemek için Türkiye ve AB kaçak göçmenler konusunda çeşitli toplantılar yapmış ve sonunda Ahmet Davutoğlu Başbakanlığında imzalanan geri kabul anlaşması yürürlüğe konmuştur. AB'nin koşulluluk ilkesi çerçevesinde, komşu ülkeler bakımından teşvik edici bir dış politika aracı olarak benimsediği vize muafiyeti stratejisi, AB'nin doğuya doğru genişleyen sınırlarını düzensiz göçe karşı koruyacak şekilde tasarlanmıştır. Bu çerçevede, yakın coğrafyasındaki ülkelerle geri kabul anlaşmaları imzalaması ve uygulaması AB'nin bu ülkelere vize kolaylığı veya vize muafiyeti tanıma sürecinin bir ön koşulu olarak ortaya çıkmıştır. Bu bağlamda Türkiye kaçak göçmenleri kabul etmesi karşılığında bahsi geçen vize serbestisinin tanınması anlaşmasına taraf olmuştur.¹ Vize muafiyeti Türk vatandaşlarının Schengen bölgesine dahil olan ülkelerde sadece pasaportla 90 gün kalabilmelerine olanak tanıyan bir imkandır. Brexit referandumuna giderken Türkiye'nin kaçak göçmenleri geri kabul etmesi karşılığında vize serbestisi elde edeceği bu anlaşma Birleşik Krallık tarafında tartışmalara sebep olmuş ve basında yer almıştır. Türkiye'nin göçmen anlaşması bağlamında yer aldığı haberlerden hareketle bu kod oluşturulmuştur.

Basında, Türkiye'nin yaptığı anlaşmayla, vize serbestisi karşılığı göçe bir tampon olduğunu ifade eden haberlerden birinde "Türlere vize serbestisi, Ege denizi vasıtasıyla Avrupa'ya geçmeye çalışan mültecileri geri kabul etmesi karşılığında teklif edildi. (Hall, 2016d:7) denmektedir. Bir başka haberde "Türkiye'ye mülteci problemiyle baş etmek için daha fazla para verme teklifi, bütçeyi arttırdı. " denerek bu durumun sebep olduğu tartışmalara dikkat çekilmiştir (Little, 2016a:7). Anlaşmanın işleyişine dair bilgi veren bir diğer haberde ise "Türkiye ve AB arasındaki tartışmalı bir anlaşma bağlamında, Yunanistan'a gelen tüm yasadışı

¹ T.C. Başbakanlık Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü, Sorularla AB'ye vizesiz seyahat süreci, Erişim : <https://kdk.gov.tr/haber/sorularla-abye-vizesiz-seyahat-sureci/349> (20.07.2017)

göçmenler Türkiye'ye geri gönderilecek ve sığınma başvuruları değerlendirme dışı kalacak. ” şeklinde bilgi verilmektedir (Drury ve Slack, 2016a). The Times gazetesinde çıkan bir başka haberde dönemin Birleşik Krallık içişleri bakanının Türkiye'yi göçmen tehdidine karşı bir tampon olarak gördüğünü göstermesi açısından önemlidir; “Dışişlerinden sızan diplomatik bir nota göre, Theresa May AB içişleri bakanları toplantısında, ‘Suriyelileri ve diğer uyrukluları Türkiye'ye geri göndermek hayati derecede önemli.’ demiştir (Charter vd. 2016:15). Türkiye ile yapılan anlaşma Evening Standard gazetesinde 31 Mayıs tarihli haberinde “Bildiğimiz gibi AB Türkiye'yle Türkiye'nin Yunanistan'dan geri gönderilen mültecileri kabul etmesi karşılığında Schengen bölgesine Türk Nüfusuna serbest dolaşım verme konusunda anlaştı.” şeklinde yer almıştır (McDonagh, 2016:13). Son olarak anlaşmanın işlerliği ve Türkiye'nin göçe bir tampon olduğunun ifadesi mahiyetinde 25 Mayıs tarihli Daily Mail gazetesindeki “AB sınır yetkilileri Türkiye ile yapılan ve Yunanistan'a göçmen akınını kontrol edecek anlaşmanın işlediğini ve kaçak geçişin rakamlarının yüzde 90 azaldığını söylüyorlar.” haberi gösterilebilir (Martin vd. 2016:).

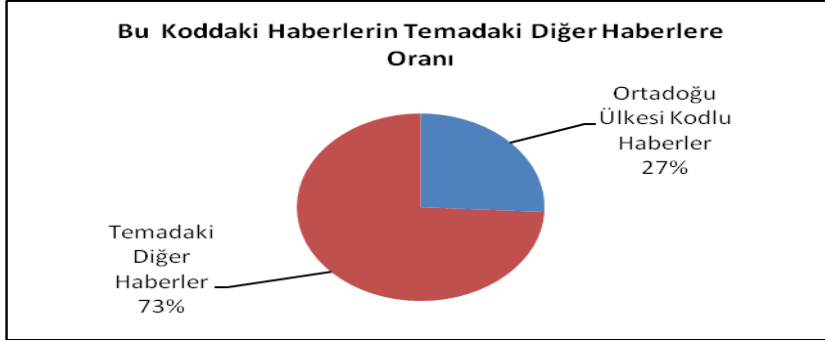
Türkiye Birleşik Krallık basınında, AB sınırlarına kaçak geçenleri durdurması ve kaçak geçenleri geri kabul etmesi hasebiyle, göçmen tamponu olan ülke olarak yer almıştır. Tampon ülke olma durumu, basında kimi zaman da anlaşma karşılığı vize serbestisi verilmesi bağlamında irdelenmiş ve bu durum eleştirilmiştir. Vize serbestisinin verilmesi, Britanya'ya olası göç bağlamında tartışılmış bu duruma karşı sesler yükselmiştir. Oysa vize serbestisi, hususi pasaport sahiplerine sadece 90 gün Schengen bölgesinde kalma ve seyahat hakkı vermektedir. Kaldı ki Türkiye Cumhuriyeti vatandaşlarının ezici çoğunluğu pasaport sahibi değildir. Bu anlaşma kapsamında sağlanan muafiyet oturma izni ya da çalışma izni anlamına gelmemesine rağmen tepkiyle karşılanmıştır.

4.1.5.2 Ortadoğu Ülkesi Kodu

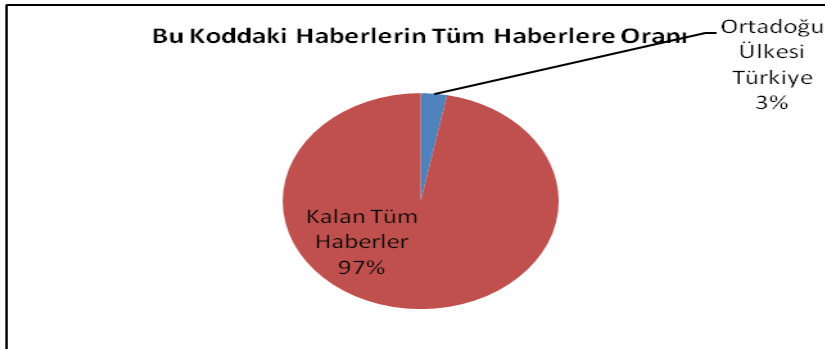
Ortadoğu Ülkesi Türkiye kodu, araştırma kapsamınca belirlenen kriterlere göre belirlenmiş 16 haberde yer almıştır. Bu koda kampanyanın resmi başlangıcından

itibaren kararsız biçimde her dönemde rastlanmıştır. Ortadoğu Ülkesi Türkiye kodu tüm haberlerde geçen tüm kodların toplamda yüzde 3'üne tekabül etmektedir. Farklılıklar Teması içerisinde ise bu koddaki haberlerin oranı yüzde 25'tir. Bu kod 6 tema içinde 16 kod arasında en çok rastlanan 13. koddur.

Şekil 39. Ortadoğu Ülkesi Kodundaki Haberlerin Temadaki Haberlere Oranı



Şekil 40. Ortadoğu Ülkesi Kodundaki Haberlerin Tüm Haberlere Oranı



Türkiye hem Asya'da hem de Avrupa'da toprakları bulunan bir ülkedir ve tarihi bağlamda; geçmiş devirlerde Türkiye'nin öncülü olan Osmanlı Devleti Orta Avrupa'ya kadar yayılan bir alanı yüzlerce yıl kontrol etmiştir. Zaman içerisinde bu coğrafyadaki varlığını yitirmiş ancak yine de 20. Yüzyılın başına kadar halen bir Balkan imparatorluğu hüviyetini kaybetmemiştir. Osmanlı devletinin bir Avrupa devleti olduğu Paris Konferansı gibi konferanslarda da tescillenmiştir (Ward ve Gouch, 1970). Türkiye'nin tarihsel olarak Avrupa devleti olduğu ne kadar gerçekse, Ortadoğu devleti olduğu da bir o kadar gerçektir. Tarihsel olarak Türkiye Yemen'den, Hicaza, Irak ve Irak-ı Acemden, Şam'a (Bugün ki Suriye), Filistin'den

Mısır'a, Fizan'dan, Magribe kadar büyük bir coğrafyayı uzun süre kontrol etmiştir. Hali hazırda hüküm sürdüğü topraklar da Mezopotamya ve eski Asur ve Aram diyarlarının önemli bir kısmından, Roma'nın Asya Minörü'ne kadar olan bölgeye, oradan da Avrupa Kıtasında Balkan yarımadasının güneydoğu ucundaki Trakya topraklarına kadar olan bölgeye tekabül etmektedir. Ancak Brexit kampanyası sürecinde taraflar Türkiye'nin ve tarihinin Avrupalı olan kısmını görmezden gelerek Ortadoğu ülkesi olduğunu ön plana çıkarmışlardır. Bu minvalde Türkiye'nin Irak, İran, Suriye gibi ülkelere komşu olduğu, Türkiye AB'ye üye olursa AB'nin sınırlarının bu ülkelere dayanacağını vurgulamışlardır.

Ayrıl kampanyası taraftarlarınca Göç ve ona bağlı olarak güvenliğe ve yaşam standartlarına tehdit olarak değerlendirilen AB göçmen yasasına atfen, Türkiye'nin AB'ye üyeliği, AB sınırlarını Ortadoğu'ya kadar genişleteceği için de istenmemektedir. Bu noktada Türkiye'nin Suriye ve Irak'a komşu bir Ortadoğu ülkesi olduğunun vurgulanması yoluna gidilmiştir. Bu durum gazete haberlerinde yer bulmuş ve bu temelde Türkiye'nin Ortadoğu ülkesi olduğuna işaret eden haber ve yorumlardan hareketle bu kod oluşturulmuştur.

Görsel 6. Türkiye'nin Komşularına Dikkat Çeken Afiş



Türkiye'nin Ortadoğu ülkesi olduğun vurgulandığı haberlerden biri olarak The Independent gazetesinde "Brexit referandumu resmi kampanyası Vote Leave, Türkiye AB'ye girerse AB'nin, Suriye ile aynı sınırı nasıl paylaşacağını gösteren bir

harita yayınladığı için ayrımcılığı körüklemekle suçlandı.” haberi göze çarpmaktadır (Cowburn, 2016). Basına yansıyan aynı doğrultuda bir başka haber ise dönemin İçişleri Bakanı’nın demeci ile ilgilidir. Bu haberde “Theresa May, AB’nin İran, Irak, Suriye gibi ülkelerle AB’nin ortak sınırlara sahip olmasını niyetlemek için şu an doğru zaman olup olmadığını sorarak, Birleşik Krallık’ın Türkiye’nin AB üyeliğine uzun süredir süren desteğinde bir kırılmanın sinyalini verdi.” denmektedir (Coates, 2016b:17). Türkiye’nin komşuları ve komşularının problemlerinin ön plana çıkarılarak kampanya yapılmasına bir itiraz, kendisi de Pakistanlı göçmen bir ailenin çocuğu olan Sadık Khan’dan, Damat Ferit Paşa Hükümeti Dâhiliye Nazırı Ali Kemal’in öz torunu ve Ayrıl kampanyasının başı Boris Johnson’a gelmiştir. Basına yansıyan haberde Khan, Boris Johnson’ı seçmenleri Türkiye’nin coğrafi konumunu vurgulayarak ve bu saikle onları korkutarak, Türkiye’yi öcü gibi göstermekle ve korku borazancılığı yapmakla suçlamıştır: “Londra Belediye Başkanı, halefi Boris Johnson’a başında olduğu Vote Leave kampanyasının Türkiye’nin çok yakında AB’ye üye olacağını iddia ederek ve Avrupa’nın sınırlarını Suriye ve Irak’a taşıyacağını iddia etmek suretiyle, korku bezirgânlığı yaptığını söyleyerek saldırdı.” (Dearden, 2016:3). Türkiye’nin coğrafi olarak konumuna vurgu yaparak, seçmene mesaj veren bir başka siyasi de dönemin Adalet Bakanı Michael Gove’du. Gove’ın yaptığı açıklama basına “Bakan Gove ‘AB komisyonu Türkiye’nin katılımını hızlandırmak niyetinde ve hâlihazırda vizesiz seyahati ayarlamaya çalışıyor. Bu durum bizim sınırlarımızdan Suriye ve Irak’ın sınırlarına kadar serbest dolaşım zonu yaratacak.’ dedi.” şeklinde yansımıştır (Coates, 2016a:13).

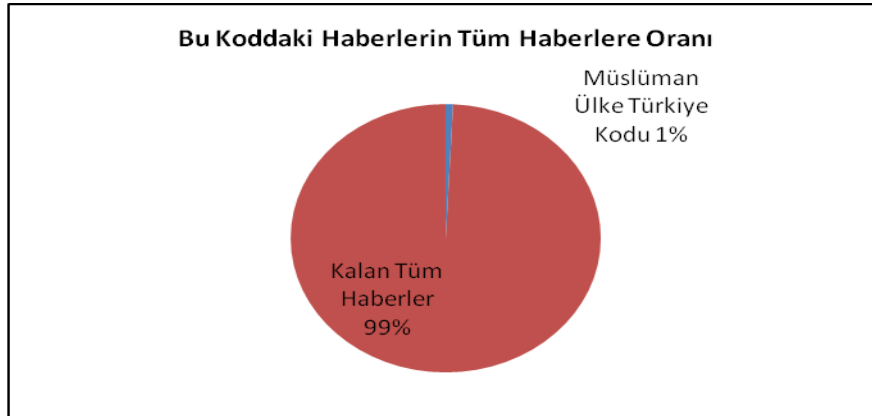
Haberlerden hareketle Türkiye’nin istikrarsızlık abidesi ülkelere komşuluğu vurgulanarak, Türkiye’nin AB üyeliğine karşı çıkılmakta ve Türkiye AB’ye üye olursa o komşularından gelecek tehditlere dikkat çekilmektedir. Oysa gerek stabilite, gerek demokrasi, gerek ekonomik ve insani gelişmişlik düzeyi olarak, Türkiye ile beraber anıldığı ülkelerle arasındaki büyük fark göz ardı edilmektedir. Türkiye’nin adının savaş ve insani dramlarla dolu bu ülkelerle anılmasıyla, Türkiye yeniden tanımlanmakta, AB’ye aday olduğu için de, girme ihtimalinden bahisle, Birleşik Krallık’ın AB’den çıkmasına bir gerekçe teşkil edilmeye çalışılmaktadır. Bu bir nevi Türkiye’yi çıkarlarına göre tanımlama ve kullanma meselesidir. Çünkü Türkiye

sıradan bir ülke değildir ve bir şeyin temsilidir. Türkiye imgesi, Batılı bakışta Doğu ve “öteki” imgesidir. Bu yüzden Türkiye kampanyanın odağına oturtulmuştur. Çünkü oryantalist bakışta Batı’ya göre Doğu bir nesnedir ve “betimlenecek ve çeşitli amaçlara hizmet edecek biçimde söylemleştirilecek” bir nesne olarak görülür (Parla, 2001). Ortadoğu ülkesi kodunda da, özellikle ayrıl kampanyası, seçmenin de karşılığı olan bir doğulu imgeyi alıp onu yeniden betimleyip tanımlayıp, kendi çıkarları doğrultusunda istismar etmektedir. Bu kodda Türkiye’nin nesneleştirilip, yeniden betimlenip kullanılması oryantalist anlayışın tezahürüdür. Bu tezahüre bir başka ispat, karşıt kampanyadan, ayrıl kampanyasının ithamlarına karşı bir türlü gelmeyen Türkiye’nin objektif bir değerlendirmesidir. Türkiye konusunda ayrıl kampanyasını yalanlamak şöyle dursun, Kal kampanyası bir başka taraftan başka argümanlarla aynı havayı çalmaktadır. Buna en iyi örnek, Türkiye’nin 3000 yılına kadar AB’ye üye olamayacağını Kal kampanyasının başı Başbakan Cameron tarafından ifadesidir.

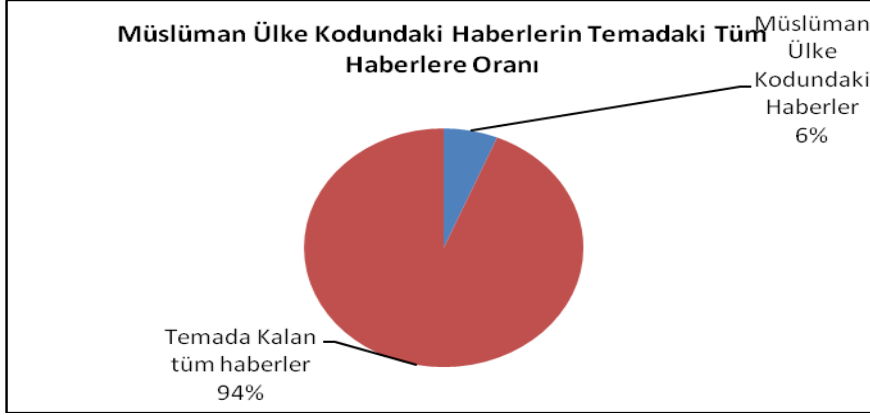
4.1.5.3 Müslüman Ülke Kodu

Müslüman Ülke Türkiye kodu, araştırma kapsamınca belirlenen kriterlere göre belirlenmiş 4 haberde yer almıştır. Müslüman Ülke Türkiye kodu tüm haberlerde geçen tüm kodların toplamda yüzde 1’ine tekabül etmektedir. Farklılıklar Teması içerisinde ise bu koddaki haberlerin oranı yüzde 6’dır. Bu kod 6 tema içinde 16 kod arasında en az rastlanan koddur.

Şekil 41. Müslüman Ülke Kodundaki Haberlerin Tüm Haberlere Oranı



Şekil 42. Müslüman Ülke Kodundaki Haberlerin Temadaki Haberlere Oranı



Türkiye'nin AB adaylığı Brexit Referandum kampanyasında, kampanya boyunca çeşitli saiklerle gündeme gelirken, Müslüman nüfusunun gündeme gelmemesi düşünülemezdi. Türkiye AB'ye aday, nüfusunun neredeyse tamamı Müslüman tek ülkedir. Basınında yer alan haber ve yorumlardan Türkiye'nin Müslüman bir ülke olduğunu söyleyen ya da nüfusunun Müslüman olduğunu vurgulayanlar bu kodla kodlanmıştır.

Türkiye'nin Müslüman bir ülke olduğunu belirten "80 milyon Müslüman daha Britanya'ya yerleşme hakkını elde edecek." haberinde, dine dair söylemin göç bağlamında geliştirildiği görülmektedir (Mcknistry,2016:12). Bu haberde Britanya'ya yerleşmeye hak kazanacağını iddia ettikleri kitleye dair rakamlar abartılmış, Müslüman kimliği de bu bağlamda ön plana çıkarılmıştır. Haberde göç korkutmasıyla birlikte Müslümanlara dair var olan anlayışa bir referans vardır. Türkiye'nin Müslüman kimliğini vurgulayan bir başka haber yine göç bağlamında tespit edilmiştir, bu haberde "Göç referandum kampanyasında önemli bir savaş sahası oldu. Migrationwatch her yıl Müslüman Ülke Türkiye'den yüz bin Türk'ün Britanya'ya akacağı konusunda uyarıda bulundu." denilmektedir (Drury ve Slack, 2016b). Müslüman kimliğe atıf yapılan bir başka haberde, Türkiye'nin Müslüman nüfusuyla AB'ye gireceği ve kampanya sürecinde bunun bir kontaminasyon olduğu retorikinin geliştirildiğini söylenmektedir. Müslüman göçmenleri, bulaşıcı bir

kirlenme durumu olarak yansıtan bu haber “Korkulan şu ki 76 Milyonluk çoğunluğu Müslüman ülke AB’ye girecek, Britanya kendini bu kontaminasyondan korumalı.” şeklindedir (Townsend, 2016). Şüphesiz geliştirilen böyle bir retorik bir aşağılama ve hakarettir ve Müslüman Türklere bakış açısını göstermesi açısından önemlidir.

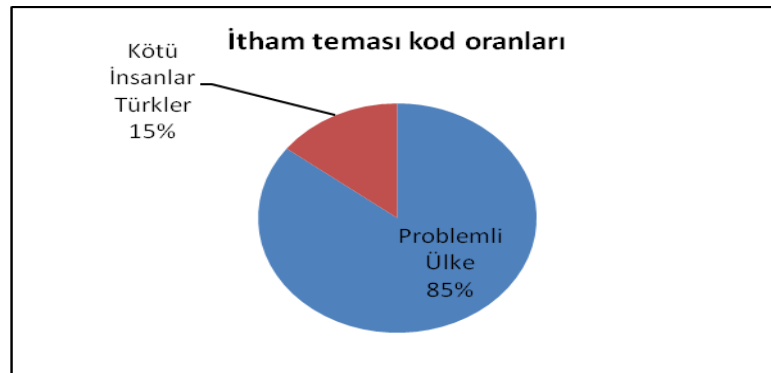
Müslüman ülke Türkiye kodu en az haberde geçen koddur. Ancak bu durum Türkiye ve Müslüman kimliğinin referandum kampanyasında az gündeme geldiği anlamına gelmez. Referandum döneminde basında Müslümanlar ve Brexit bağlamında çıkan haberlere yüzeysel bir bakışla bile Müslüman kimliğinin referandum kampanyasında özellikle göç ve güvenlik bağlamında, Türkiye ve Brexit bağlamında olduğundan defalarca kat fazla gündeme geldiği tespit edilebilir. Çoğunlukla Brexit bağlamında Müslümanlardan bahisle aslında Türkler kastedilmektedir zira AB üyeliğine aday ülkeler arasında nüfusu Müslüman olan iki ülke vardır. Bunlardan biri Arnavutluk, diğeri ise Türkiye’dir. Arnavutluk nüfusunun sadece yarısından biraz fazlasının Müslüman olduğu düşünüldüğünde ve 2 buçuk milyondan biraz fazla nüfusu göz önüne alındığında, göç bağlamında tartışılan Müslümanlardan kastın Türkler olduğu anlaşılabilir. Bu durumda arama kriterleri dolayısıyla, bu kodda hem Müslüman hem Brexit hem de Türk ve Türkiye arama terimleri ile arandığı için, 3 terimin bir araya geldiği haber sayısı 4 olmak durumunda kalmıştır. Oysa Müslümanlık meselesi ve Brexit referandumundaki yeri, haber veritabanlarında Brexit ve Müslümanlık şeklinde aratıldığında 3 binden fazla sonuca ulaşılmaktadır. Araştırma kapsamının modellemesi açısından bu mesele, bu araştırmada yer bulamasa da; aslında Türkler ve Türkiye ile doğrudan bağlantılıdır. Brexit bağlamında Müslüman kimliği ve Türkiye bu araştırmaya yukarıdaki hacimle yansısı da, aslında onlarca kat daha hacimli bir meseledir.

4.1.6 İtham Teması

İtham teması, referandum kampanyası boyunca Türkiye’ye dair Birleşik Krallık basınında Brexit bağlamında çıkan haberlerden, Türkiye’yi itham eden haberleri kapsayan temadır. Brexit referandumu bağlamında Britanya’da, olası AB üyeliği dolayısıyla gündeme gelen Türkiye bir süre sonra iyi bir kampanya aracına

dönüştürülmüş, AB'ye üye olması ve Birleşik Krallık'ın da AB'ye üye kalması durumu senaryosuna binaen göç, güvenlik ve ekonomi konuları üzerinden tartışılmaya başlanmıştır. Tartışmalar içerisinde özellikle ayrıl grubu Türkiye'nin problemli bir ülke olduğunu vurgulamış ve AB'ye üye olmasının da engellenemeyeceği tezini ileri sürerek bu problemlerin Britanya'ya yansıtacağı propagandasına başvurmuştur. Kal kampanyası ise yine Türkiye'nin problemlerine vurgu yaparak Türkiye'nin AB üyeliğinin hayal olduğunu savunmuş ve kal yönünde oy toplamak için mücadele etmiştir. Problemlerin vurgulanmasının yanında Türkiye bir korkutma aracı olarak kullanılmış, bu yapılırken de özellikle sosyal medyada mesajı güçlendirmek için Türkiye ve Türklere dair çeşitli ithamlara başvurulmuştur. Bu ithamlar bir takım galiz yakıştırmalar içerirken, suç teşkil edecek boyutlara varan söylemlere de rastlanmıştır. Bu söylemler yabancı düşmanı ve hakaretamiz ve nefret suçuna teşnedir. Bu mesajların sayısı tabiyatıyla azdır zira suç teşkil edecek nitelikte olduğu ve hukuki bağlayıcılığı olduğu için eleştirilmek maksadıyla ya da aktarılma maksadıyla haberlerde yer bulmuştur. Türkiye'nin problemlerine matuf söylemler ise hem siyasilerin ve kampanya taraflarının söylemlerinde, hem de köşe yazılarında ve haber metinlerinde gözlemlenmiştir. Bu minvalde çıkan ve Türkiye'yi problemli ve kötü insanların ülkesi olarak itham eden mesajları içeren haberler kodlanmış ve bu haberlerden İtham Teması oluşturulmuştur. İtham teması referandum kampanyası boyunca çıkan tüm haberlerin oluşturduğu 6 tema arasında en az haber sayısına sahip temadır. Buna göre İtham temasında 2 ayrı kod başlığında 41 haber yer almaktadır. Bu tema tüm kodların yüzde 8'ini barındırmaktadır.

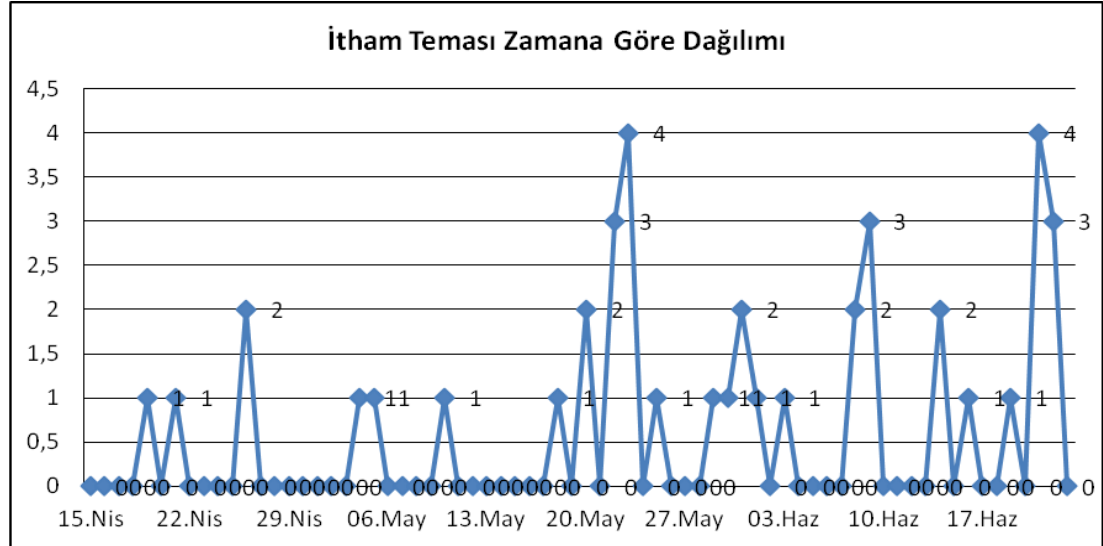
Şekil 43. İtham Temasındaki Kodların, Tema İçindeki Oranlarını Gösterir Grafik



İtham Temasında var olan Problemlili Ülke Türkiye kodu 35 ayrı haberde, Kötü İnsanlar Türkler kodu ise 6 ayrı haberde geçmiştir. Buna göre İtham Temasındaki tüm kodların yüzde 85'i Problemlili Ülke Türkiye koduna, yüzde 15'i ise Kötü insanlar Türkler koduna tekabül etmektedir.

İtham Temasındaki kodların referandum kampanyası boyunca tarihe göre dağılımına bakıldığında kampanyanın ilk döneminden daha az olmakla birlikte, son dönemine kadar anlamlı aralıklar vermeksizin hemen hemen her dönem gündeme geldiği ve basında yer bulduğu gözlenmiştir.

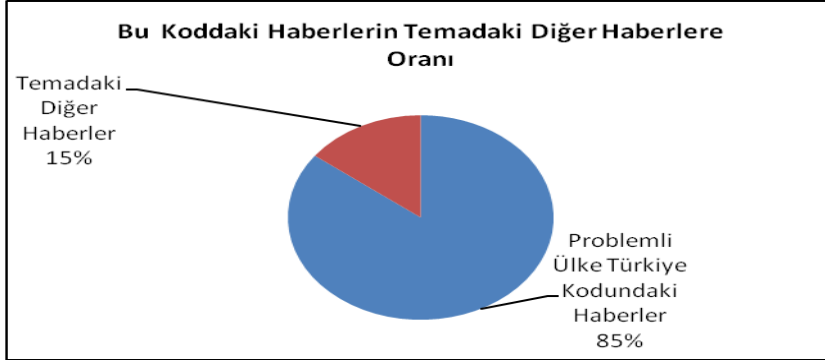
Şekil 44. Kampanya boyunca İtham Temasındaki Haberlerin Tarihe Göre Dağılımı



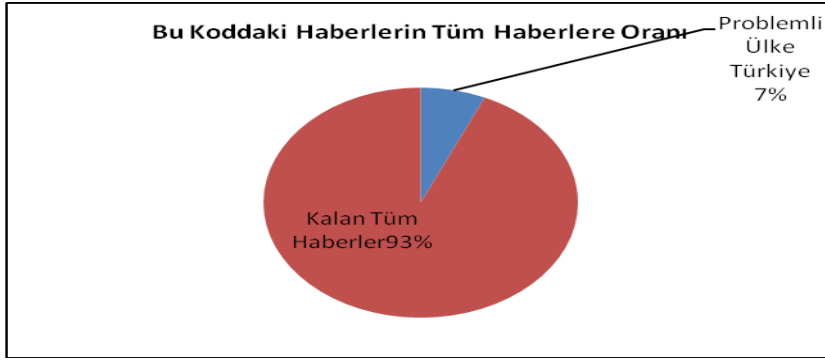
4.1.6.1 Problemlili Ülke Kodu

Problemlili Ülke Türkiye kodu, araştırma kapsamınca belirlenen kriterlere göre belirlenmiş 35 haberde yer almıştır. Bu koda kampanyanın resmi başlangıcından itibaren her döneminde rastlanmıştır. Problemlili Ülke Türkiye kodu tüm haberlerde geçen tüm kodların toplamda yüzde 7'sine tekabül etmektedir. İtham Teması içerisinde ise bu koddaki haberlerin oranı yüzde 85'tir. Bu kod 6 tema içinde 16 kod arasında en çok rastlanan 7. koddur.

Şekil 45. Problemlü Ülke kodundaki haberlerin temadaki haberlere oranı



Şekil 46. Problemlü Ülke Kodundaki Haberlerin Tüm Haberlere Oranı



Brexit referandumu kampanyası boyunca Türkiye bir kampanya argümanı olarak kullanılmıştır. Şüphesiz bunun sebebi Türkiye'nin AB'ye aday ülke olması ve Birleşik Krallık'ın referandumda AB'de kalmayı ya da çıkmayı oyluyor olmasıdır. Türkiye'nin AB adaylığı ve Birleşik Krallık AB'de kalırsa Türkiye'nin Birleşik Krallığa etkisinin ne olacağı kampanyaya malzeme olmuş ve konu üzerinde çokça durulmuştur. Birleşik Krallık'ta kampanya yürütücüler, Türkiye'nin problemlerinden dem vurarak, Türkiye'nin AB üyeliğinin gerçekleşmesi halinde, Birleşik Krallık'ın bu ülkeyle aynı çatı altında olmasını tartışmışlardır. Türkiye varsa biz yokuz, minvalinde söylendiği gibi AB'den çıkmak için Türkiye'yi ve Türkiye'deki olan ya da uydurulan problemleri ön plana çıkarmışlardır. Bu noktada Türkiye'ye dair bir takım yorumlar yapılmış ve Türkiye'de demokrasinin sorunlu olduğu, suç ve terör dolayısıyla güvenlik zafiyetinin olduğu, ülke içinde baskı ve cebirin olduğu; ülkenin bir despot ve diktatör tarafından yönetilen bir ülke olduğu vurgulanmıştır. Bunların yanında Türkiye ifade özgürlüğünün kısıtlı olduğu, gazetecilerin tutuklu olduğu,

kadına şiddet ve çocuk yaşta evliliğin olduğu, azınlıklara ve Kürtlere karşı kampanyaların yürütüldüğü, Işid'e yardım eden ya da ettiğinden şüphelenilen bir ülke olduğu gibi bir takım problemlerden bahsedilmiştir. Bu söylemler haberlere yansımış ve bunlar gibi Türkiye'nin problemli bir ülke olduğunu ifade eden haber ve yorumlardan hareketle Problemli Ülke Türkiye kodu oluşturulmuştur.

Türkiye'nin problemli bir ülke olduğunu ifade eden haberlerden, Türkiye'de gazetecilerin tutuklatıldığını ifade eden bir haberde “1990’lardan beri Birleşik Krallık Türkiye’nin AB üyeliğinin başta gelen savunucusu olagelmisti ancak Recep Tayyip Erdoğan’ın gazetecilerin tutuklatmasını ve daha fazla yürütme gücü talebini de içeren gittikçe büyüyen baskısı Türkiye’ye destek meselesini gerilettiler.” denmektedir (Wintour, 2016). Bir başka haberde “Erdoğanın zalimane yeni yasaları Türkiye’nin AB’ye dair arzularını mahvediyor. Cumhurbaşkanı Erdoğan’ın muhalefet liderlerini hedef alması Türkiye’nin batı tarzı bir demokrasi olduğu illüzyonunu paramparça etti.” denerek Türkiye’nin demokratik standartları tartışılırken, Erdoğan siyaseti zalimane olarak tanımlanmakta ve Türkiye’nin içinde bulunduğu durum problemli olarak yansıtılmaktadır (Tisdall, 2016). Türkiye’nin insan hakları alanında da problemli olduğunu “İşçi partisi’nin Kal kampanyasının Lideri Alan Johnson, Türkiye’nin AB üyeliğinin, insan hakları karnesi meselelerinden kaynaklı olarak kendi ömrü boyunca gerçekleşmesinin pek muhtemel olmadığını seslendirdi.” haberi belirtmektedir (Mason ve Asthana, 2016). Diğer taraftan siyasilerin kampanya süresince Türkiye’ye dair söylemlerinde de Türkiye’yi problemli bir ülke olarak gösterdikleri görülebilir. Buna “Theresa May Türkiye’nin, Arnavutluk ve Sırbistan’ın AB girişimlerini, mezkur ülkelerde ciddi organize suç, yolsuzluk ve zaman zaman terörizm gibi problemler olduğu için veto etme sinyali veriyor.” haberi örnek gösterilebilir (Glaze, 2016:16). Bu doğrultuda bir başka siyasetçi Gove’un söylemi “Çarşamba günü olan bir konuşmasında Gove, Hükümeti, Türkiye’nin ifade özgürlüğü konusundaki kısıtlamalarını, göç meselesi konusunda yapılan işbirliğine değıştiğıyle suçlayarak Türkiye’nin önerilen AB adaylığı meselesinin üzerinde durdu.” şeklinde haber olarak yer bulmuştur (Stewart ve Asthana, 2016). Siyasi partilerden UKIP de ayrıl yönünde oy isterken, Türkiye’yi problemli bir ülke olarak lanse etmekten geri durmamış, bu durum ise “UKIP’in

yayınladığı videoyu Türkiye’de kadınların yüz yüze kaldığı fiziksel şiddeti ve tüm kadınların çeyreğinin 18 yaşından önce evlendiğini gösteren istatistikleri, Türkiye’nin neden AB’ye girmesine izin verilmemesi gerektiğinin kanıtı olarak yayınladı.” şeklindeki haberle basına yansımıştır (Mason, 2016c). Bir başka haberde güvenliğe dair problemlere atfen “Türkiye’nin, mülteci kamplarının durumundan dolayı göçmenler için güvenli bir ülke olmadığına dair endişeler var.” ifadeleri yer almıştır (Brown, 2016). Son olarak Türkiye’nin ekonomik olarak problemlili bir ülke olduğuna dair The Sun gazetesinde, 19 Haziran tarihinde Tony Parsons köşesinde “AB parçalanırken bile, Sırbistan, Karadağ, Türkiye gibi fakir ülkeleri içine almanın hayalini kuruyor.” ifadelerine yer vermiştir (Parsons, 2016).

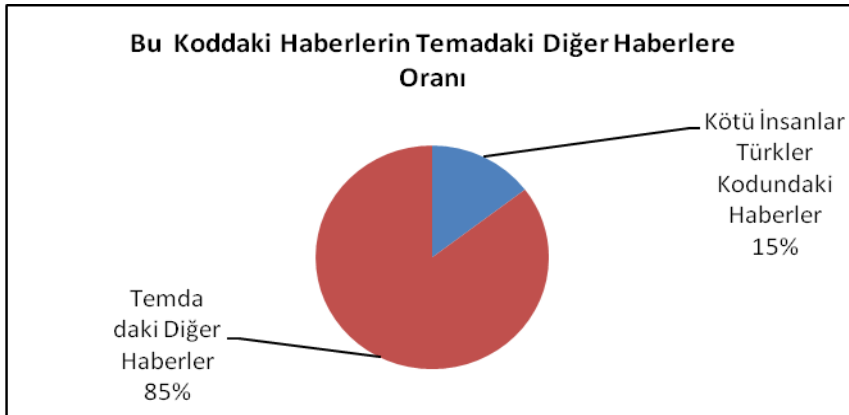
Bahsi geçen haberlerde bahsedilen sorunlar ya abartılıp büyütülmüş ya da cımbızlanarak ön plana çıkarılmıştır. Batı da üretilen söylem ötekini sömürmek için, önce onu aşağı ve geri olarak kurgular. Bu kurgudan hareketle kendisini gelişmiş, medeni ve ileri sıfatlarıyla techiz eder. Bu asimetri ve hiyerarşi kurulduktan sonra, Batı Doğu’yu istismar etme hakkını da kendinde bulmaktadır. Türkiye’nin sorunlu bir ülke olduğu söylemi, Britanya AB’de kaldığı takdirde, Türkiye’nin de girmesiyle, Britanya’nın bu problemlere maruz kalacağı ya da en azından problemlili bir devletle ortak çatı altında birleşileceği mesajı vererek, seçmende ayrıl oyu vermeyi motive edecek bir araç olarak düşünülmekte ve gündeme getirilmektedir. Türkiye’nin referandum sürecinde hassaten bu yönleriyle bu şekilde gündeme getirilmesi özellikle kararsız seçmen zihninde, asırlardır oluşturulan Türkiye ve Doğuya karşı bakışı harekete geçirmeye yönelik bir tutumdur. Doğuyu anlatan batılı metinler, doğuyu ve doğuluyu her zaman kendi ihtiyaçlarına göre yorumlamış, Doğu hakkında bilgi üretirken Doğu gerçekliğini de kendi ihtiyaçlarına göre yaratmıştır (Said 1998: s.96). Referandum kampanyasında da Türkiye’ye dair bilginin yeniden kampanya ihtiyaçlarına göre üretilmesi söz konusudur. Batı’nın ötekisi olan Doğu, Batı kimliğinin ayrılmaz bir parçası olarak yine Batı tarafından yaratılır ve Batı böylece kendisi kendince modernite, demokrasi, gelişmecilik gibi tüm müspet hasletlerin sahibi olarak gösterirken, Doğuya zıt nitelikler yükler. Doğu Batı’nın gözünde problemlili, geleneksel, fanatik, azgelişmiş, otoriterdir (Keyman,2002:21). Sonuç olarak, Türkiye hiçbir ülkenin olmadığı gibi problemlilerden azade bir ülke olmasa da

ve ciddi problemlere sahip olsa da, referandum kampanyasında problemlili bir ülke olarak yansıtılmasında referandum sürecinde kullanılması etkilidir.

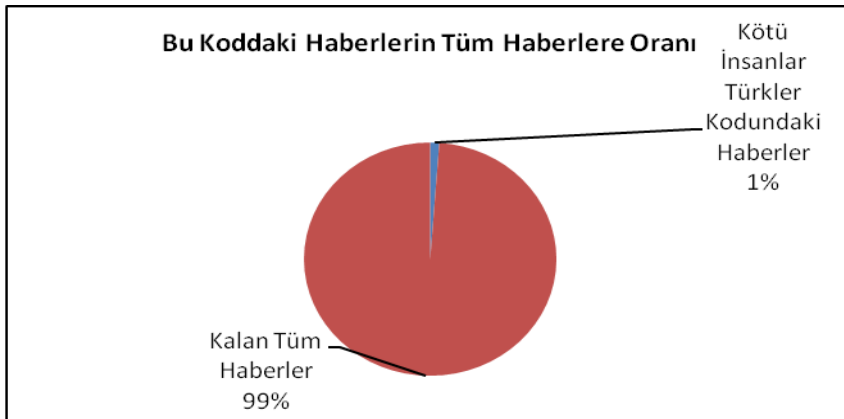
4.1.6.2 Kötü İnsanlar Türkler

Kötü İnsanlar Türkler kodu, araştırma kapsamınca belirlenen kriterlere göre belirlenmiş 6 haberde yer almıştır. Kötü İnsanlar Türkler kodu tüm haberlerde geçen tüm kodların toplamda yüzde 1'ine tekabül etmektedir. İtham Teması içerisinde ise bu koddaki haberlerin oranı yüzde 15'tir. Bu kod 6 tema içinde 16 kod arasında en çok rastlanan 15. koddur.

Şekil 47. Kötü İnsanlar Türkler Kodundaki Haberlerin Temadaki Haberlere Oranı



Şekil 48. Kötü İnsanlar Türkler Kodundaki Haberlerin Tüm Haberlere Oranı



Referandum kampanyasında Türkiye odak noktası haline geldikten sonra, Türkiye’ye dair bir takım argümanlar ileri sürülmüş, çeşitli öngörü ve faraziyelerle Türkiye’nin AB’ye üye olması ve Birleşik Krallık’ın da çıkmaması durumunda ülkenin ciddi problemlerle karşılaşacağına dair söylemler geliştirilmiştir. Bu problemler arasında en sık tekrarlananı göçe dair olanlardır. Göçle birlikte gelecek insanların Birleşik Krallık’ın güvenliğine tehdit oluşturacağı söylemi Brexit kampanyası taraflarınca seçmeni manipüle etmek için kullanılmış ve bu noktada Türklere dair çeşitli olumsuz söylemler de ön plana çıkarılmıştır. Bu söylemler Türkiye’ye dair nefret ve büsbütün önyargıdan başka bir şeyle açıklanamayacak, Türkleri aşağılayan, menfi yakıştırmalarda bulunan birer nefret söylemidirler. Türkler istilacı, silah kaçakçısı, gangster, suçlu, terörist, katil gibi sıfatlarla anılmıştır. Bu söylem eleştirildiği ya da ifade edildiği haliyle basına yansımıştır. Brexit kampanyası sürecinde Türklerin kötü insanlar olduğunu ifade eden bu yöndeki haber ve yorumlar bu kodla kodlanmıştır.

Ayrıl kampanyasını eleştiren yazısında Rafael Behr köşesinde, özellikle sosyal medya gibi hukuken takibi daha zor mecralarda ayrılçıların Türkleri sürü halinde Britanya’yı istilaya gelen yağmacılar olarak betimleyen söylemlerine atfen “Ben ayrılçılar tarafından öne sürülen en rahatsız edici bulduğum argümana karşı koymak istiyorum. Hayır, en kuvvetli olagelmış ‘AB frene asılırsa kitlesel göç durur’ argümanından bahsetmiyorum. Hayali bir yağmacı Türk sürüsünü bozguna uğratarak ulusal bir kurtuluş vaad etmekte; yalancılık olduğu kadar, yalancılığa eşit oranda iktidar da vardır.” demektedir (Behr, 2016). Liz Cookman ise istihzalı ve ironik biçimde ele aldığı “Ya Türkler Britanyalılar hakkında Ayrıl kampanyasının Türkler hakkında konuştuğu gibi konuşsaydı?” başlıklı yazısında, “Ayrıl kampanyasının öfkesinin çoğu Türk halkına yöneltilmiş; görünüşe göre çoğunluğu suçlu, terörist, gangster insanlardan oluşan 76 milyon kişi Britanya AB’de kalırsa ve bir mucize olurda yakın bir zamanda AB’ye tam üyeliği başarırsa Birleşik Krallığa yerleşecek.” demektedir (Cookman, 2016). Bir başka yazar Charlie Cooper 21 Haziran tarihli yazısında eski İnanç ve Cemaatler Bakanı Warsi’yi Türkiye’ye dair söylemiyle köşesine taşımış ve ona atfen “Muhafazakârların önceki kabinesinde bakan olan Warsi, bu zamana kadar ayrıl kampanyasından kampanyayı nefret ve yabancı düşmanlığıyla suçlayıp ayrılan en yüksek profilli figür oldu. BBC 4 radyo

programında Warsi ‘neden benim gibi doğuştan içgüdüsel olarak Avrupa karşıtı olan birisi ayrıl kampanyasını bırakmayı düşünsün? Çünkü her gün Türkler geliyor, göçmenler geliyor, tecavüzcüler geliyor laflarını duyuyoruz.’ demiş ve Warsi’nin demecini aktarmıştır (Cooper, 2016a). “I” gazetesinde çıkan haberde ise “Başbakan, AB’nin Türkiye’ye doğru genişlemesinin yakın gelecekte olmayacağı konusunda ısrar etti ve Brexit destekçilerini göç konusunda korkuları körüklemek için Türkleri suçlular ve teröristler olarak göstermekle suçladı.” denmektedir (Austin, 2016:5). Son olarak, The Guardian gazetesinde Polly Toynbee Ayrıl kampanyasının başat figürlerini eleştirdiği yazısında “Vote Leave’in korku kampanyası uzun süreli ayrışmalara yol açacak, Brexit’in ekonomik sonuçlarıyla ilgili uyarılarla yenilgiye uğrayan; zıvanadan çıkmış, umursamaz, acımasız ayrıl kampanya tarafının yabancı düşmanlığından başka gidecek yeri yok. Kampanya seçmeni Türkler geliyor, -nüfusu 76 milyon olan Türkiye AB’ye giriyor- diyen posterleriyle adam kaçıran, silah kaçakçısı katillere karşı uyarıyor. Kim entellektüel Michael Gove ve esprili Boris Johnson’ın bu sularda yüzeceğini beklerdi.” demektedir (Toynbee, 2016).

Türlere dair referandum kampanyasındaki bu söylem galiz küfür ve hakaretlere kadar varmaktadır. Bu durum sosyal medya mecralarından ve hukuken nefret suçu teşkil ettiği için, takibi daha zor olan başka mecralardan müşahede edilebilmektedir. Türlere karşı bu bakış referandum kampanyasında oluşmuş değildir. Aksine referandum kampanyasının odağına Türkiye’nin koyulması bu bakışın üzerine olmuştur. Önyargı ve nefret söyleminin temelinde gündelik bilgi ve deneyimlerden ziyade, bir zihin durumu ve düşünce yapısı söz konusudur. Doğu, dinen İslam ve özelde Türkler Avrupalı için ortaçağlardan itibaren bir tehdit kaynağıdır (Blanks ve Frassetto, 1999). Zira Doğu Batı’nın ötekisidir. Batı doğuyu kendine göre tanımlarken onu karşıt imge olarak tasarlar ve yarattığı karşıt imgesine bakarak da kendini tanımlar. Parla’ya göre Batı doğuyu ötekileştirdikten ve kendini de doğuya göre tanımladıktan sonra artık doğuyu sömürebilmek için gerekçelerini yaratmıştır (2001:96). Referandum kampanyasında da Türkler kötü insanlar olarak lanse edilerek önce öteki yaratılmakta sonra bu durumdan istifade edilmektedir. Batı, kendi yarattığı doğuya isterse en korkunç suçları, en arı masumiyetleri, en affedilmez tabularla en çıldırtıcı duygusallık ve yasak zevkleri atfedebilir (Parla, 2005). Kötü

insanlar Türkler kodunun da ortaya koyduğu gibi Türkler en korkunç sıfatların sahibi olarak gösterilirken, bu durumdan referandum doğrultusunda fayda elde edilerek, doğulu Türk ve Müslüman imgeleri sömürülmektedir.

5. BÖLÜM SONUÇ

Uzun bir geçmişi olan Birleşik Krallık ve AB ilişkilerinin, üyelik boyutunun Brexit referandumunu sonucunda nihayet bulması dünya kamuoyu için beklendik değildi. Çeşitli anket şirketleri, siyasi analistler ve hatta referandum kampanya tarafları sonucu şaşırtıcı buldu. Brexit Referandumu'nun dünyanın sergüzeştine etkisi zaman ilerledikçe kamuoyunca müşahede edilecektir. Referandum sürecinde bir başka şaşırtıcı olan şey Birleşik Krallık ile AB ilişkilerini düzenleyecek bir oylamada Türkiye'nin oynadığı rol olmuştur. Bu çalışmada, ilk bakışta dikkatleri celb edecek, kör gözüm parmağına şeklinde apaçık olan Türkiye'nin referandum sürecindeki bu rolünün mahiyeti ve şekli, gazete haberleri üzerinden tespit edilmeye çalışılmıştır. Birleşik Krallıkta tirajı yüz bini geçen, ulusal çapta yayın yapan gazetelerde Brexit bağlamında çıkan Türkiye haberleri içerik analizi yöntemiyle incelenmiş ve Türkiye'nin kampanyadaki yeri ve yer alış şekli saptanmaya çalışılmıştır. Yapılan çalışma neticesinde tirajı yüz binin üzerinde, ulusal bazda yayın yapan 25 gazetede, Brexit ve Türkiye bağlamında 254 haber tespit edilmiştir. Haberlerin tabi olduğu inceleme neticesinde 16 ayrı kod tespit edilmiştir. Bu kodlar Türkiye'nin, gazete haberlerinde hangi şekilde geçtiğini betimleyen, iki değerleyiciyle güvenilirliği test edilmiş ifadelerdir. Oluşan kodlardan hareketle, kodların Türkiye ve referandum bağlamında 6 ana konu altında da toplandığı tespit edilmiştir. Bu konular, tema olarak adlandırılmış ve kodlar; Göç Teması, AB Teması, Kampanya Argümanı Teması, Farklılıklar Teması, İtham Teması ve Tehdit Teması altında toplanmıştır. Bu altı temanın her biri, bu temaları oluşturan konuların daha spesifik olarak belirlediği kodlardan müteşekkildir. (Kod ve Tema listesi için Birleşik Krallık bkznz tablo.5) Türkiye'nin kampanyadaki yeri ve yer alış şeklinin bulgularla saptanmasından sonra elde edilen bulgular, örtüştüğü teorik çerçeveye yorumlanmıştır.

Yapılan çalışma sonucunda Türkiye'nin en çok göç bağlamında gündeme geldiği tespit edilmiştir. Referandum kampanyasında AB'den ayrılmayı savunan Ayrıl kampanyası, AB'de kalınması halinde Türkiye'den Birleşik Krallık'a kitlesel göçlerin yaşanacağı iddiasını ortaya atmış ve bu kamuoyunda ciddi bir karşılık bulmuştur. Böylelikle Türkiye, gazete haber ve metinlerinde göçe kaynaklık eden

ülke olarak yer almış ve Göç Kaynağı Ülke kodunun tüm kodların %14'üne tekabüle eden 78 haberde geçtiği tespit edilmiştir. Türkiye'den göçe dair söylemler abartılı, birtakım fiktif ve kasti iddialara dayanmaktadır. Göç meselesinin geçtiği haberler de Türkiye'nin nüfusuna özellikle bir vurgu vardır. Göç bağlamında Türkiye'nin nüfusu her fırsatta vurgulanmış, vurgulanırken nüfus rakamları abartılı bir şekilde ifade edilmiştir. Buradan hareketle Türkiye'den milyonlarca insanın göç edeceği söylemi geliştirilmiştir. Kampanya sürecinde bu söylemi desteklemek için 12 milyon Türkün Britanya'ya gelmeye hazır olduğu bile ifade edilmiştir. Türkiye'den Britanya'ya böyle bir göç olacağı tamamen uydurmadır ve buna dair bir veri yoktur. Bu gibi yalanlarla ve Türkiye'ye dair oluşturan göçe kaynaklık edecek ülke imajıyla özellikle Ayrıl çevrelerince Britanya'nın bir göçmen istilasına uğrayacağı yalanı uydurularak seçmenin kararına etki edilmeye çalışılmıştır. Türkiye'den gelecek sözde göçe dair bir takım dayanaklar bulmak için ise Türkiye'nin AB'ye adaylığı öne sürülmüştür. Türkiye AB'ye tam üye olmak isteyen bir ülkedir ve tam üyelik müzakerelerini yürütmektedir. Bu yolda Referandum kampanyası döneminde Türkiye AB'ye üyelik müzakerelerinde 35 fasıldan sadece birini kapatmasına rağmen, yani daha tam üyelik için alacak çok yolu olmasına rağmen, Türkiye'nin çok yakında AB'ye üye olacağı tezi, seçmeni manipüle etmek için ve göçe dair iddialara bir dayanak olarak öne sürülmüştür. Bu iddianın temelinde AB vatandaşlarının sahip olduğu serbest dolaşım hakkını Türklerin de elde edeceği, böylelikle güya yakın zamanda gerçekleşecek Türkiye'nin AB üyeliğiyle Britanya'nın Türk göçüne maruz kalacağı kampanya malzemesi olarak kullanılmıştır. Bu durumu konu eden ve AB'ye Türkiye'nin yakında üye olacağını bildiren haberlerin 254 haber arasından arasında 49 haberde yer bulduğu tespit edilmiştir.

Türkiye'den gelecek göçün propagandasının bir sonraki aşaması, gelecek göçmenlerin Britanya'nın güvenliğini tehdit edeceğinin ifadesidir. 23 haberde Türkiye'nin Britanya'nın güvenliğine tehdit olduğu söylemi tespit edilmiştir. Çıkan haberlerde, AB üyesi olmasıyla Türkiye'den teröristlerin, insan kaçakçılarının, katillerin, hırsızların, tecavüzcülerin Britanya'ya geleceği belirtilmiştir. Türkiye'nin üye olması ve sınırların kaldırılmasıyla serbest dolaşım hakkı kazanacak Türklerin Britanya'ya gelmesinin kolaylaşacağı ve bu durumun ülke emniyetini zaafa

uğratacağı ifade edilmiştir. Yine Türkiye'nin olası AB üyeliği ve dolayısıyla Türkiye'den gelecek göç bağlamında, Türkiye'nin ve Türklerin Birleşik Krallık ekonomisi ve yaşam standartlarına tehdit olduğu 26 haberde yer bulmuştur. Bu haberlere göre Birleşik Krallık'ın, AB'nin Türkiye'yi içine alması için yılda 2 milyar Sterline varan paralar ödediği, Türklerin geldiği durumda Britanya'da okul, sağlık hizmetleri ve sosyal devlet imkanlarının kısıtlanacağını propagandası yapılarak Türkiye ve Türkler ülke ekonomisi için bir tehdit olarak gösterilmiştir. Bunlardan başka, Türkiye'den sözde gelecek göçmenlere dair söylemlerde geliştirilmiştir. Birinci planda kültürel fark ve IŞİD terörizmi gibi güncel olaylara gizli bir referans yapmak için Türkiye'nin Müslüman nüfusa sahip bir ülke olduğu haberlerde, nüfus rakamlarıyla beraber verilmiştir. Türklerin dini kimliği herhangi bir bağlamın gerektirmemesine rağmen 4 haberde ve bazı kampanya söylemlerinde özellikle vurgulanmıştır. Dahası, kültürel fark ve Ortadoğu'daki sorunlara gönderme yapmak için Türkiye'nin bir Ortadoğu ülkesi olduğu da Müslüman kimliğinin yer bulması gibi alakasız bağlamlarda ifade edilmiş, Türkiye'nin komşularının, Irak, Suriye gibi ülkeler olduğu, Türkiye'nin bir Ortadoğu ülkesi olduğu, kültür olarak Avrupalı ve Britanyalı kimliğinden uzaklığı 16 haberde vurgulanmıştır. Türklerin Ortadoğulu ve Müslüman kimliğinin özellikle ifadesi şüphesiz yabancı düşmanlığıyla ve ayrımcılıkla açıklanabilir. Ancak bunun bir üst boyutunda nefret suçu sayılacak Türklerin kötü insanlar, tecavüzcü, kapkaççı, katil, terörist olduğunu vurgulayan söylemlerin haberleştirildiği 6 habere de rastlanmıştır.

Türklerin AB Birliği'ne yakında gireceği ve böylelikle Türkiye'den büyük boyutta göç yaşanacağı çarpıtmaların karşılık Kal kampanyası bu yaklaşımın seçmen üzerindeki etkisini sezince Türkiye'nin AB'ye yakın bir tarihte üye olmasının imkansızlığını vurgulamak için bizzat Başbakan tarafından Türkiye'nin 3000 yıl sonra AB üyeliğini hak edeceğini propaganda etmiştir. Türkiye'ye dair korkuların giderilmesi için AB'ye üyeliğinin imkânsızlığı sürekli surette dile getirilmiş bu durumda 63 haberde tespit edilmiştir.

Türkiye'den göç ve göçe yol açacak Türkiye'nin AB üyeliğine dair kampanyaların karşılıklı iddialarının, son tahlilde bu konuda Türkiye hakkında kampanyaların

birbirlerini yalan söylemekle itham etmelerine kadar gittiği 47 gazete haberinden tespit edilmiştir. Bu haberlere göre - her iki kampanya tarafı birbirini aynı şekilde olmak üzere – Türkiye’yi manipölasyon için kullanmakla suçlamışlar ve Türkiye bir manipölasyon aracı olarak görölmüştür. Gazetelere yansıyan haber ve yorumlarda açık şekilde hem kal kampanyasını yürüten Başbakan Cameron’un, hem de ayrıl kampanyası yürütücülerinin yalan söylemekle suçlandığı tespit edilmiştir. Şüphesiz bu durum aynı zamanda Türkiye’nin referandum kampanyasının neresinde yer aldığına dair bir ipucu vermektedir. Araştırma bulgularıyla Türkiye’nin manipölasyon aracı olarak kullanılırken sadece hakkında yalan söylendiği değil aynı zamanda Türkiye’nin bir korkutma aracı olarak da kullanıldığı ortaya çıkarılmıştır. Buna göre Türkiye, seçmeni korkutmak ve oyunun rengini etkilemek için çeşitli senaryolarla ön plana çıkarılmıştır. Türkiye’nin bu şekilde kullanıldığı, genelde kal kampanyası tarafından ayrıl kampanyası aleyhine öne sürölmüş ve Türkiye’nin bir korkutma aracı olarak kullanıldığı söylemi 21 haberde tespit edilmiştir. Korkutma aracı olarak kullanılan Türkiye’nin kampanya sürecinde hasletleriyle gündeme gelmesi beklendik değildir. Nitekim öyle de olmamış, tam tersine Türkiye’nin problemli bir ölkö olduğu 35 haberde gündeme gelirken, bu haber ve yorumlarda Türkiye’deki problemleri insan hakları ihlalleri, despotizm, gazeteci tutuklamaları, baskı ve cebir olarak sıralanmıştır. Türkiye’nin bu denli gündeme gelmesi, akıllara Türkiye’nin bu kampanya sürecinde tali bir mesele mi yoksa tartışmaların merkezinde bir konumda mı olduğu sorusunun getirmektedir? Bu sorunun cevabı da araştırmaya konu gazetelerde yer alan 27 haberde tespit edilmiştir. Buna göre Türkiye referandum tartışmalarının odağında yer almaktadır. Türkiye’nin, AB ile Birleşik Krallık ilişkilerini düzenleyecek bir oylamanın kampanya döneminde, Seçmene; oy pusulasında AB’yi değil Türkiye’yi oyluyorsunuz, ya da 23 Haziran Türklere sınır kapılarınızı açıp açmayacağınıza karar vereceğiniz gün şeklinde mesajlar göndermekte önemli bir kasıt ve gizli bir gündem vardır.

Tespit edilen söylem ve bütün bu yer alış biçimlerinden hareketle, referandum kampanyasının merkezine Türkiye’nin konmakta olduğu, çarpıtma ve yalanlarla seçmenin manipöle edilmesi ve korkutulması için kullanıldığı, Türkiye ve Türklere dair nefret söylemine varan ifadelerle kampanya yapıldığı ortaya çıkmıştır.

Postkolonyal incelemelerde Batı'nın kolonyalizm sonrası dönemde batılı olmayanlara tahakkümde bulunmaya devam ettiği, onları istismar etmeye devam ettiği tartışılır. Batı'nın inşa ettiği episteme karşıt söylem geliştirilerek, Batı'nın ve araçlarının yeniden araştırılması, incelenmesi ve yazılması postkolonyal yaklaşımın en temel çalışma alanıdır (Tiffin, 2003:95). Buna göre Batı, hâkimiyetinin devamı için bilgi üretme yetkisiyle, kendini özne olarak tanımladıktan sonra "öteki" olarak gördüğü ve kurduğu nesneleri, çıkarları doğrultusunda istismar etmek için yeniden tanımlar. Zira temsil gücü elindedir ve bu güçle istediği gerçekliği yaratır. Temsil ve gerçekliğin çıkarlar doğrultusunda yeniden üretilmesinde medya, iktidarın aracı olarak kullanılan en önemli vasıta. Hegemonya'nın istediği bilgi ve "öteki" olarak yapıştıracağı kimlik, medya aracılığıyla üretilir. Bu sayede nesne konumundaki Batı'nın ötekisi yeniden tanımlanır ve sömürölmek için elverişli hale getirilir. Brexit referandumu kampanyası sürecinde de medyada Türkiye söylem bazında yeniden tanımlanmış ve çıkarlar doğrultusunda istismar edilmiştir. Bu durumu medyanın en önemli alanlarından gazetelerden tespit etmek mümkün olmuştur. Türkiye göçün kaynağı olarak gösterilerek güvenliğe ve ekonomiye tehdit bir ölkö olarak gösterilmiş, bu yolla referandum sonucuna etkide bulunmak için kullanılmıştır.

Uluslararası ilişkilerde postkolonyalist yaklaşım, Batı'nın, batılı olmayan coğrafyalara bakışını irdeler ve Batı'nın sömürüsünün farklı formlarda devam ettiğini açığa çıkarır. Postkolonyal yaklaşımın kurucuları arasında en önemlisi olarak gösterilen, batılı çevrelerin doğuya bakışlarının epistemolojik arka planına eğilen ve çözümleyen Edward Said'e göre, Batı'nın tasavvurlarında batılı olmayanlar onun ötekisidir (Said, 1998). Türkiye'nin referandumun odağında olmasının anlamı budur çünkü referandum kampanyası öteki üzerine inşa edilmek istenmiştir. Bu ise kampanya tarafları için akıllıca olacaktır, çünkü ötekine dair mesaj kişilerin kendi kimliklerini ilgilendirir ve Parla'ya göre Batı kendini öteki üzerinden tanımlamaktadır (2001). Buna göre Batı kendini ve erdemlerini Doğu üzerinden tanımlarken, Doğuyu geri, cahil, yobaz, kötü, olarak tanımlayarak onun üzerine hegemonyasını ilan etmektedir. Bu noktada dünya üzerinde hegemonyasını kuran Batı için öteki bir varlık değil, "söylemsel bir kurgu"dur (Keyman, 2002). Foucault'un söylem kuramından hareketle Türkiye söylem bazında, referandum

kampanyasında öteki olarak tanımlanmakta, sonra da söylemsel kurgu olarak istismar edilmek için tehdit, problemlili ve korkulacak bir şey olarak yeniden üretilmektedir. Bu bağlamda göçe kaynaklılık edip, güvenliğı ve ekonomiyi tehdit edecek kalabalık ve problemlili bir ülke olarak tanımlanan Türkiye, Müslümanlığı ve Ortadoğululuğı vurgulanıp, seçmene “öteki” olduğı hatırlatıldıktan sonra, hakkında yalan söylenerek bir korkutma ve manipölasyon aracı olarak kullanılmakta ve referandum kampanyasının merkezine konarak istismar edilmektedir. Türkiye’nin tanımlandığı şekliyle alakası yoktur, bu noktada postkolonyal çalışmalarda dile getirilen Batı’nın, sömürdüğü coğrafyaları istediğı gibi, çoğı zaman da gerçeklerle bağlantısız biçimde kurgulaması söz konusu olmaktadır (Young, 2003), (Said,1978),(Parla, 1991). Bu minvalde Türkiye’nin, medya vasıtasıyla söylemle yeniden üretilerek tanımlandığı ve istismar edildiğı açıktır. Tüm bunlardan hareketle Batı’nın devam eden hegemonyası vasıtasıyla, çıkarlarını temin için “öteki” olarak tanımladığı ve kimliğini ürettiğı nesneyi sömürdüğü referandum kampanyası sürecinde Türkiye’ye dair söylemde görülebilir.

Bahsi geçen söylem şüphesiz bütün bir ülkede ya da her bireyde tutacak değildir. Medyadaki temsil ve söylem bunu zihinlere yüklese de, kimilerince bu bakış eleştirel düşünce süzgecinden geçirilmiş ve insani değerler vasıtasıyla çürütölmüştür. Türkiye’ye dair üretilen söyleme getirilen itirazlar bu şekilde açıklanabilir. Britanya toplumunu veya bütün bir batı toplumunu sömürgeci bakışa sahip olmakla değerlendirmek, sömürgecilik dönemi egemen Batı söyleminin çarpık, yaygın ve toptancı yargısından farklı bir şey olmayacaktır. Bu söylemin tuttuğı seçmenle ilgili olaraksa her insan gündelik hayatını doğrudan ilgilendirmeyen ve tevatür yoluyla elde edilmiş bilgileri oturduğu yerden, nedensiz, ihtiyaç duymaksızın sorgulayacak değildir denebilir. Türkiye’ye dair söylemin de herkes tarafından sorgulanması beklendiğ değildir. Zihinlerde kültürle aktarılan ve arka planda var olan algı, kaygı ve korku pompalanması vesilesiyle seçmenin oyunun ayrıl kampanyası tarafından ayrıl oyuna başarıyla devşirilmiş olması muhtemeldir. Kampanya sürecinde Türkiye’ye dair söylemi eleştirel yaklaşan birey ya da topluluklar bu propagandaya gelmemiştir. Kal taraftarlarının bazıları Türkiye’ye dair bu ağır propaganda ve

söyleme zaman zaman karşı durmuşlar ve tepki göstermişlerdir. Bu durum 10 haberde geçen Hırpalanan Ülke Türkiye koduna dair bulgulardan tespit edilebilir.

Referandum sürecinde Türkiye'ye dair gazete içeriklerini çalışan bu araştırmanın bulguları; hümanizm, aydınlanma, modernite serüvenlerinin yaratıcısı ve baş aktörü Batı Medeniyeti'nin beşiği olan ve aynı zamanda sömürgecilik çağının en büyük imparatorluğu olan Britanya'da, bu süreçte Türkiye'nin söylem yoluyla, yeniden tanımlanarak istismar edildiğini göstermiştir. Bu güncel olması hasebiyle, postkolonyal bağlamda Batı'nın güncel bir profilini çıkartıp fotoğrafını çekmiştir. Referandum kampanyası boyunca Türkiye'ye dair söylemde, Batı medeniyeti ve dünya medeniyetinin aldığı onca yola rağmen, genelde batılı olmayana, özelde Türkiye'ye karşı klasik batılı egemen bakışın her veçhesiyle ya devam ettiği ya da hortlayabildiği görülmüştür. Diğer yandan bu çalışma, her AB ülkesinin yeni katılacak üyenin üyeliğini veto etme hakkı olduğu bilgisi akılda tutulduğunda, Brexit referandumu kampanyası ve sonuçları göz önüne alındığında, Türkiye'nin AB üyeliğinin ne denli gerçekçi olduğuna dair bir perspektif ortaya koymuştur. Referandumda asıl konunun göç, göçmenlerden de kastın Türkler olduğu ortaya konduğuna ve insanların Türkler geliyor korkutmasıyla AB'den çıkmaya yönelmesi durumu ortada olduğuna göre, Türkiye'nin veto edilmeden AB'ye üye olmasının ne kadar mümkün olduğuna dair ipuçları sunmuştur. Araştırmanın bulguları Türkiye ve Türklere dair söylemin mahiyetini, boyutunu, derinliğini ortaya koymuştur. Bu vesileyle Türkiye ve Türk kimliğinin ne denli ciddiye alındığı ve beklenmeyen değişimleri yaratmaya muktedir olduğunu ispatlamıştır çünkü Türkiye'ye dair söylemin tuttuğu ve kamuoyunda karşılık bulduğu söylenebilir. Türkiye'ye dair söylem öylesine kuvvetliydi ki, karşı argümanlar geliştiren kampanya tarafları Türkiye'nin mevzu bahis yalanlardaki gibi bir ülke olmadığını, iddia sahiplerinin yalan söylediğini söylemek yerine zımnen ikrar ile Türkiye'ye bu bakışı tasdik etmiş ve endişeleri gidermek için Türkiye'nin zaten AB'ye üye olamayacağını ve olmaya layık olmadığını öne sürmüştür.

Araştırma bulguları bundan başka Türkiye'ye karşı bakışın sert ve izandan yoksun olduğunu ve postkolonyalizmin eleştirdiği bakışla uyuştuğunu göstererek, bu haliyle

eleştirilen ve bilimsel olmamakla suçlanan, postkolonyal yaklaşım ve Oryantalizm kritiklerinin savlarının yersiz olmadığını kanıtlaması açısından kıymetlidir.

Britanyalıların, AB'den Türkiye'ye dair söylemle yaratılan kaygılardan dolayı çıktığını kesin olarak söylemek bu çalışmanın konusu ve haddi değildir. Ancak bu çalışmanın bulgularından hareketle, hala inanan ve gerçekleşebileceğini öngören varsa, gerçek bir uluslararası barışın tesisi için tarihin toplulukların sırtına yüklediği önyargı, sömürü, düşmanlık gibi yüklerden dünyayı kurtarmak için hala alınacak çok yolun olduğu ortaya çıkmaktadır. Zira Türkiye, Brexit Referandumu kampanyasında, postkolonyal yaklaşımın eleştirdiği biçimde ve yine postkolonyal yaklaşımın açıkladığı yöntem ve yollarla istismar edilmiştir.

KAYNAKÇA

ABRAHAMSEN, Rita (2007), *International relations theory for the twenty-first century : an introduction*, Routledge, New York

ADLER-NISSEN, R. (2008), The Diplomacy of Opting Out: A Bourdieudian Approach to National Integration Strategies, JCMS: Journal of Common Market Studies, Vol : 46 S. 666 <http://www.jhubc.it/ecpr-istanbul/virtualpaperroom/021.pdf> 10.06.2017

ALALADE, David (2017), *BREXIT: What The Hell Just Happened* , Lulu, London.

ARMAOĞLU, Fahir(2004), *20. YY Siyasi Tarihi*, Alkım Yayınevi, İstanbul

ASTHANA A. ve Heather STEWART; (2016), “Silencing Of Immigration Debate Could Lead To 'Nasty Politics'“, *The Guardian*, may 22.

ASTHANA, Anushka, Heather Stewart and Rowena Mason(2016), “Eu Referendum: Khan And Davidson Clash With Johnson On Immigration” *The Guardian*, June 22 para.3

AUSTIN, Henry; (2016), “Gove 'Happy' For Direct Tv Confrontation With Cameron“, June 9, s.5.

“Avrupa Birliği’nin Tarihçesi” (2013), <http://www.ab.gov.tr/105.html>, 30.03.2013

AYOGB, Mohammed; (1995), *The Third World Security Predictment: State Making, Regional Conflict, and the International System*, L. Rienner Publishers, London

BAHADIROĞLU, Ömer; (2006) *Oryantalizm, İslam ve Türkler*, Toker Yayınları, İstanbul

BALCI, Ali (2014) ‘Postkolonyalizm’ Ş. Kardaş, A.Balcı (der), *Uluslararası İlişkilere Giriş: Tarih, Teori, Kavram ve Konular*, İmge, İstanbul

“Başbakan Cameron ‘in Avam Kamarası Konuşması” (2016)

<https://www.publications.parliament.uk/pa/cm201516/cmhansrd/cm160222/debtext/160222-0001.htm#160222100000001> 25.06.2017

BEHR, Rafael; (2016), “What If The Eu Is Doing The Exact Opposite Of What It's Meant To Do?”, *The Guardian*, June 22.

BENNETT, Asa; (2016) “Here's Where Britain's Newspapers Stand On The Eu Referendum”

<http://www.telegraph.co.uk/news/0/heres-where-britains-newspapers-stand-on-the-eu-referendum/> 18.06.2017

BHABHA, Homi K. (2003), “Signs Taken For Wonders”, *The Post-Colonial Studies Reader*, Routledge, New York

BLANKS, David R. ve Michael Frassetto;(1999) *Western Views of Islam in Medieval and Early Modern Europe, Perception of Other*, St. Martin's Press, New York

BLOOM, Dan;(2016), How will my MP vote in the EU referendum?

<http://www.mirror.co.uk/news/uk-news/how-mp-vote-eu-referendum-8035476>
25.05.2017

BOFFEY, D. ve Toby HELM; (2016), “Vote Leave Embroiled In Race Row Over Turkey” *The observer* May 22, para. 5.

“Brexit is an exercise in fear rather than futurology”(2016), *The Independent*, May 20, para.4.

“Brexit Video Starring Trump Is Condemned As Xenophobic”, (2016), *The Times*. May 11, s. 12,13.

Briefing Immigration: The EU immigration system is immoral and unfair. (n.d.).
http://www.voteleavetakecontrol.org/briefing_immigration.html 20.09.2016

Briefing Control: Taking back control from Brussels. (n.d.).
http://www.voteleavetakecontrol.org/briefing_control.html 20.09.2016

Briefing Security : Vote Leave is the safer option. (n.d.).
http://www.voteleavetakecontrol.org/briefing_safety.html 20.09. 2017

Briefing Cost : Let's Spend Our Money On Our Priorities (n.d.)
http://www.voteleavetakecontrol.org/briefing_cost.html 20.09.2017

“Britain Should Vote To Stay In The European Union; Historic Plebiscite With Far-Reaching Consequences For The Continent”, (2016), *Financial Times*, June 16, Thursday, s. 10.

BRITTEN, Fleur; (2016), “#In Or Out?”, *The Sunday Times*, June 19, s. 46,47.

BROWN, Jessica; (2016), “Where Exactly Has The Dalai Lama's Compassion Gone After His Latest Shocking Comments ABout Refugees?”, *The Independent*, June 1, para. 7.

BULUT, Yücel (2004), *Oryantalizmin Kısa Tarihi*, 4. Basım, Küre Yayınları, İstanbul

BULUT, Yücel (2007) “Oryantalizm”, *İslam Ansiklopedisi*. C.33 s.428

CAMPBELL, Alastair; (2016), “How To Win A Referendum In An Age Of Disbelief”, *Financial Times*, April 16, s.14

CHAKRABARTY, D. (1992). Postcoloniality and the Artifice of History: Who Speaks for "Indian" Past? *Representations*, (37), 1-26. doi:10.2307/2928652

CHARTER D., WATERFIELD B. ve Anthee CARASSAVA; (2016), "Vote Could Decide Fate Of Civilisation, Warns Council Chief", *The Times*, June 14, s. 15.

CHRISAFIS, Angelique;(2016) "European far right hails Brexit vote"
<https://www.theguardian.com/world/2016/jun/24/european-far-right-hails-britains-brexit-vote-marine-le-pen> 28.05.2017

COATES, Sam; (2016a), "5m more migrants will come by 2030 if we stay, says Gove", *The Times*, May 21, s. 13.

COATES, Sam; (2016b), "May Raises Fears ABout Terrorism And Justice", *The Times*, April 26, Tuesday, s. 17.

COLLINS, Philip; (2016), "The Leave Camp Has No Clue Where It's Going", *The Times*, June 10, s. 27.

COOKMAN, Liz; (2016), "What If Turks Talked ABout Britons The Way Vote Leave Talks ABout Turkey?", *The Guardian*, May 25, para. 1.

COOPER, Charlie; (2016a)," Boris Johnson And Michael Gove 'Deliberately Lying To Voters Over Turkish Migration" *The Independent*, June 9, para.1.

COOPER, Charlie; (2016b), "Vote Leave Campaign Video 'Doctored' To Include Fake Screams Of Woman", *The Independent* June 21, S.1.

Cost of the EU – "Let's Spend Our Money On Our Priorities ”
http://www.voteleavetakecontrol.org/briefing_cost.html 16.07.2017

COUGHLIN, Con; (2016), “Can We Trust The Eu To Safeguard Our Security?”, *The Daily Telegraph* May 18, s. 17.

COWBURN, Ashley; (2016), “Eu Referendum: Brexit Campaign Accused Of 'Fanning Flames Of Division' With Controversial Map”, *The Independent*, June 6, para. 1.

CUNNINGHAM, Niall, Mike Savage, Fiona Devine, , Mark Taylor, Yaojun Li, Johs Hjellbrekke, Brigitte Le Roux, Sam Friedman, Andrew Miles; (2017) “A New Model of Social Class? Findings from the BBC’s Great British Class Survey Experiment” *Sociology* ,Vol 47, Issue 2, pp. 219 – 250

CURRAN, James, George Boyce, Pauline Wingate (1978). *Newspaper History. Seventeenth Century to the Present*, Sage Publications, London.

ÇARKOĞLU, Ali;(2013), *Uluslararası İlişkilerde Araştırma Yöntemleri*, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir S.133-135.

DEACON, Michael; (2016), “Quiet Man Laid To Rest As Voice Of Belligerence Grows Louder By The Day”, *The Daily Telegraph*, May 11, s.4

DEARDEN, Lizzie; (2016), “Eu Referendum Debate: Sadiq Khan Attacks Boris Johnson And Leave Campaign For 'Project Hate’”, *The Independent*, June 22, para. 3.

DEMİR, Hilmi; (2017), “Avrupa’da yükselen Türk/İslam korkusu: Kullanışlı bir düşman”

<http://www.aljazeera.com.tr/gorus/avrupada-yukselen-turkislam-korkusu-kullanisli-bir-dusman> 21.03.2017

DEVLIN, Kate;(2016), “Eu Membership Is Most Important Decision Uk Voters Will Have To Make In

Lifetime”http://www.heraldscotland.com/news/13987924.David_Cameron_EU_me

mbership is most important decision UK voters will have to make in lifetime/
30.06.2017

DOMINICZAK, Peter; (2016), “Uk Immigration Warning If Turkey Joins Eu;
Warning Over 100,000 Turkish Migrants”, *The Daily Telegraph*, June 13, s. 1,10.

DOTY, Roxanne Lynn; (1996), *Imperial Encounters: The Politics of Representation
in North-South Relations*, University of Minnesota Press, Minnesota

DUNCAN, Pamela; (2016) “Immigration Is Key Issue With Eu Referendum Voters,
According to Google” <https://www.theguardian.com/politics/2016/jun/15/eu-referendum-immigration-key-issue-with-voters-google> 26.06.2017

DRURY I. ve James SLACK; (2016a), “Eu Migrants 'Will Help Push Up Uk
Population”, *Daily Mail*, June 14 s.2.

DRURY I. ve James SLACK; (2016b), “Fury Over Plot To Let 1.5m Turks Into
Britain By Jason Groves” , *Daily Mail*, June 13, para. 3.

Electoral Commission, Designation of Lead Campaigners (2016)
http://www.electoralcommission.org.uk/_data/assets/pdf_file/0015/200904/2016-04-13-EC-27-16-EU-Referendum-Designation-of-Lead-Campaigners.pdf 20.06.2017

ELECTORAL Commission(2016), “EU Referendum Results”
<http://www.electoralcommission.org.uk/find-information-by-subject/elections-and-referendums/past-elections-and-referendums/eu-referendum/electorate-and-count-information> 30.07.2016

ELGOT, Jessica; (2016), “Dan Jarvis And Ross Kemp Make Anti-Brexit Speech To
Army Veterans”, *The Guardian*, May 25, para. 4.

ELGOT, Jessica; (2016) “EU Referendum : Guide To The Uk's Biggest Political Decision Of The Century” <https://www.theguardian.com/politics/2016/mar/07/eu-referendum-everything-you-need-to-know> 30.06.2017

ELLIOTT F. ve Bruno WATERFIELD; (2016), “May Adds To Calls For Immigration Reforms” , *The Times*, June 16, Thursday s.9.

ERMAĞAN, Ismail (2012), *Avrupa Birliği Entegrasyonunda Şüphelik, Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, Çanakkale, S. 152

“Europe Union Referendum Act” (2015)
<http://www.legislation.gov.uk/ukpga/2015/36/contents/enacted> 25.06.2017

European Neighbourhood Policy And Enlargement Negotiations (t.y.)
https://ec.europa.eu/neighbourhood-enlargement/instruments/overview_en
03.07.2017

FOUCAULT, Michel, (2005a), *Özne ve İktidar*, Çev. Işık Ergüden & Osman Akınbay, Ayrıntı Yayınları, İstanbul

FRIEDMAN, Bobby;(2016), Why Tomorrow's EU Referendum Is The Most Important Vote You'll Cast In Your Life
<http://www.esquire.co.uk/culture/news/a10180/eu-referendum-most-important-vote-youll-cast-in-your-life/> 22.06.2017

FRASER, Christian(2016) EU referendum: “Where do MPs and their parties stand?” <http://www.bbc.com/news/av/uk-politics-eu-referendum-35630963/eu-referendum-where-do-mps-and-their-parties-stand> 12.05.2016

“Get the facts”(2016), Britain stronger in Europe,
http://www.strongerin.co.uk/get_the_facts#mH1Dga6Qx8CHuYtq.99

GLAZE, Ben; (2016), “We Should Leave Euro Court But Not The Eu; May: Convention Makes Us Less Secure”, *Daily Mirror*, April 26, Tuesday, s. 16.

GÖLE, N. ve Sustam E. (2010) Nilüfer Göle ile Postkolonyalizm Üzerine, *Toplumbilim: Postkolonyal Düşünce Özel Sayısı*, 25, 102.

GREENSLADE, Roy; (2016), “How The Passionate Brexit Press Is Setting The Agenda”, *The Guardian*, April 18, para. 13.

GROVES, J.,Drury I. ve James Slack; (2016), “Fury Over Plot To Let 1.5m Turks Into Britain”, *Daily Mail*, June 13, para. 1.

GROVES, Jason; (2016), “Staying In The Eu Will Hit The Poor The Most, Says Ids”, *Daily Mail*, May 11, para. 10.

GROVOGUI, Siba N. (2007) “Postcolonialism”, Tim Dunne, Milja Kurki ve Steve Smith (Ed.), *International Relations Theories: Discipline and Diversity*, Oxford University Press, New York, ss. 229-246

HALL, Macer; (2016a), “Cameron Faces Storm For Attack On Minister Over Turkey; Eu Referendum”, *The Express*, May 23, s. 5.

HALL , Macer; (2016b), “Cameron Accused Of Misleading Voters Over Turkey Bid To Join Eu”, *The Express*, June 23, s.2.

HALL, Macer; (2016c), “Eu Opens Door To 79m From Turkey”, *The Express* May 5, s.1,7.

HALL, Macer; (2016d), “Give Us Visa-Free Travel Or Border Deal Is Off Say Turks”, *The Express*, April 21, s. 7.

HOLEHOUSE, Matthew; (2016), “Visa-free Turkey 'terror threat'; EU Admits Visa Deals May Allow In Terrorists”, *The Daily Telegraph* May 17, s. 14.

HOPE, Christopher, Barney Henderson, Nick Allen;(2016) , “Donald Trump Backs Brexit: Britain Would Be Better Off Outside Eu”
<http://www.telegraph.co.uk/news/2016/05/05/donald-trump-backs-brexit-britain-would-be-better-off-outside-eu/> 12.05.2017

“How Left Wing Or Right Wing Are Uk’s Newspapers” (2017)
<https://yougov.co.uk/news/2017/03/07/how-left-or-right-wing-are-uks-newspapers/>
30.07.2017

Işid posterleri www.leave.eu 30.07.2017

JACKSON, Robert ve Georg Sorensen (2013), Introduction To International Relations, Oxford University Press, Oxford

KEYMAN, E.Fuat;(2002) “Globalleşme, Oryantalizm ve Öteki Sorunu: 11 Eylül Sonrası Dünya ve Adalet”, Oryantalizm-II, *Doğu Batı Düşünce Dergisi*, Sayı:20, Ekim, s.21

KINGSLEY, Patrick; (2016), “Erdogan Calls On Europe To Take In More Syrian Refugees”, *The Guardian*, May 23, para. 5.

KRIPPENDORF, Klaus;(2004) *Content Analysis : An Introduction To Its Methodology*, Sage Publications, California

KUMRULAR, Özlem;(2005), *Dünyada Türk İmgesi*, Kitap Yayınevi, s.7

LANDIS, J. R., Koch, G. G. (1977) "The measurement of observer agreement for categorical data" , *Biometrics*. Cilt. 33, say. 165
<https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/843571> 24.03.2017

“Leave Or Remain, The Nhs Must Be Priority For The Uk Government The Independent”, May 24, 2016 s. 31.

“Lexis Nexis about us” <http://www.lexisnexis.co.uk/en-uk/about-us/about-us.page>
30.03.2017

LISTER, Sam; (2016), “Eu Referendum: Vote Leave Faces Criticism Over Turkey 'Criminals' Claim”, *The Independent*, May 22, para. 13.

LITTLE, Alison; (2016a), “Brussels Keeps Budget Secret Until After Vote”, *The Express*, May 14, S. 7.

LITTLE, Alison; (2016b), “Migrant Crisis Will Cost £20bn”, *The Express*, June 11, s.1,7.

LOOMBA, Ania (2000), *Kolonyalizm Postkolonyalizm*, Ayrıntı Yayınları, İstanbul

MARTIN D., J. GROVES ve J. DOYLE; (2016), “Is This Why Pm's Dodging Tv Debates?”, *Daily Mail*, May 25, para. 3.

MARTIN, Daniel; (2016), “Turkey: Now An Ex-Premier Lets The Cat Out Of The Bag”, *Daily Mail*, June 23, s. 9.

MASON, Rowena, Anushka Asthana ve Diana Gangan (2016) “Nato And Us Defence Chiefs Issue Security Warnings Over Brexit”
<https://www.theguardian.com/politics/2016/may/10/nato-chief-brexite-warning-white-house-david-cameron>

MASON R. ve A. Asthana; (2016), “Iain Duncan Smith Says Turkey Is 'On Eu Ballot Paper’”, *The Guardian*, May 10, para. 7.
<https://www.theguardian.com/politics/2016/may/10/nato-chief-brexite-warning-white-house-david-cameron> 15.06.2017

MASON, Rowena, Cath Leveth; (2015), “Taking sides in the EU referendum: who wants in and who wants out?” <https://www.theguardian.com/politics/ng-interactive/2015/oct/09/taking-sides-in-the-eu-referendum-who-wants-in-and-who-wants-out> 22.06.2017

MASON, Rowena; (2016a), “Gove: Eu Immigrant Influx Will Make Nhs Unsustainable By 2030”, *The Guardian*, May 20, para.3.

MASON, Rowena; (2016b), “Leave Eu Condemned For 'Xenophobic' Donald Trump Video”, *The Guardian*, May 16, para. 7,8,9.

MASON, Rowena; (2016c), “Ofcom Considers Investigation Into UKIP Broadcast After 31 Complaints”, *The Guardian*, May 31, para. 2.

MAURICE, Eric; (2016) “Brexit could be 'end of West”” <https://euobserver.com/political/133808> 15.04.2017

MCCANN K. ve M. HOLEHOUSE; (2016), “Boris Tells Pm: Use Our Veto To Keep Out Turkey”, *The Daily Telegraph (London)*, June 16, s. 9.

MCCANN, Kate; (2016) “Corbyn Drops Call For Uk To Open Its Doors To Turks”, *The Daily Telegraph*, May 6, s. 6.

MCDONAGH, Melanie; (2016), “Erdogan Has Gone Too Far With His Rule-By-Birth-Rate”, *The Evening Standard*, May 31, s. 13.

MCIVER, Iain (2011) “The European Union – A Brief History” 20 Haziran, [1]http://www.parliament.scot/ResearchBriefingsAndFactsheets/S4/SB_11-44.pdf 25.07.2017

MCKINSTRY, Leo; (2016),” Slowly But Surely The Brexiteers Are Gaining Ground “, *The Express*, June 2, s. 12.

MURPHY, Farage Joe; (2016), "Leave Campaign Could Lose Eu Vote And Push For New Poll", *The Evening Standard*, May 17, s. 10.

NAIR, Sheila; (2017) "Postcolonialism", Ed: MCGLINCHY, Stephen, R. Walters, C. Scheinpflug, *International Relations Theory*, E International Relations Publishing, Bristol

NAYAR, Pramod K. (2015), *The Postcolonial Studies Dictionary*, Wiley, West Sussex s. 122

NUNN, Daniel (2016), *Brexit: Britain's Decision to Leave the European Union*, Raintree, London s.12, s.16

"National Newspaper Circulation Certificate", (2017)
<https://www.abc.org.uk/Certificates/48535922.pdf> 30.07.2017

ORMSTON, Rachel;(2016), *Do We Feel European And Does It Matter?*
<https://whatukthinks.org/eu/wp-content/uploads/2015/10/Analysis-paper-2-Do-we-feel-European.pdf> 20.09.2017

"Opting Out" (n.d.), EUR-LEX Access to European Union Law http://eur-lex.europa.eu/summary/glossary/opting_out.html 30.07.2017

PARKER, Fiona; (2016a), "A Major Blast Or Boost For Brexit?", *Daily Mirror*, June 7, s. 42.

PARKER, Fiona; (2016b), "Brexit Camp Offers Only Scare Tactics", *Daily Mirror*, June 22, s. 51.

PARKER, George; (2016), "Monday Cameron Dismisses Fears Over Turkey", *Financial Times* May 23, s. 3.

PARLA, Jale; (1991) “ Byron, Lamartine ve Doğu”, *Toplum ve Bilim Dergisi*, Sayı. 4, s.86

PARLA, Jale (2005). *Efendilik, Şarkiyatçılık, Kölelik*, İletişim Yayınları, İstanbul

PARLA, Jale (2001). “Hayâlî Doğu”, *Atlas Dergisi*, Sayı 96, Mart.

PARSONS, Tony; (2016), “The Eu Is Kaput”, 19 Haziran, para. 26.

PECK, Tom; (2016), “Cameron A More Withering Critic Of Mordaunt's Moves Than Tom Daley Ever Was”, *The Independent*, May 23, s. 7.

PITEL, Laura; (2016), “Johnson’s Turkish Cousin’s View? Don’t Take Him Seriously”, *Mail on Sunday*, 19 Haziran, para. 2.

POOLE, Elizabeth (2002) *Reporting Islam: Media representations of British Muslims*, Tauris Publishers, London and New York.

Protocol (No 15) On Certain Provisions Relating To The United Kingdom Of Great Britain And Northern Ireland

(https://www.ecb.europa.eu/ecb/legal/pdf/en_protocol_15_from_c_11520080509en02010328-5.pdf) 20.06.2017

REUTERS, Staff;(2016) “Hillary Clinton also wants Britain to stay in the EU”
<https://www.reuters.com/article/us-britain-eu-clinton/hillary-clinton-also-wants-britain-to-stay-in-the-eu-idUSKCN0XK008> 23.04.2017

RUMELİLİ, Bahar (2014) Batı Merkezilik ve Postkolonyalizm, Editör: BALTA, Evren, *Küresel Siyasete Giriş*, İletişim Yayınları, İstanbul

SABUR, Rozina; (2016) “Who wants to leave the European Union”
<http://www.telegraph.co.uk/news/2016/05/19/who-wants-to-leave-the-european-union/> 25.05.2017

SAID,Edward W.(1998) Oryantalizm, Irfan Yayıncılık, İstanbul

SANDER, Oral (2009), *Siyasi Tarih*, 18. Baskı, Imge Yayınevi, İstanbul

“Sarkozy ve Juppe: Türkiye Avrupa Birliği'ne ait değil” (2016),
<http://www.bbc.com/turkce/haberler-turkiye-38022391> 18.03.2017

SAVAGE, M. ve Richard FORD;(2016), “Monday Expect 100,000 Turks A Year, Warns Minister”, *The Times*, June 13, S. 14,15.

SAVAGE, Michael; (2016), “Pm Accused Of Lying Over Turkey's Bid”, *The Times*, June 23, Thursday, s. 6.118 HAWKES, Steve(2016), “ Bojo's On The Up”, *The Sun*, June 8, para.4

SCHAMA, Simon (2009) *A History of Britain I: At the Edge of the World? 3000 BC–AD 1603*, The Bodly Head London

SEVİNÇ, Necdet;(2009) *Osmanlı'dan Günümüze Misyoner Faaliyetleri*, Bilgeoğuz Yayınevi, İstanbul

SHIPMAN, T. Ve Michael GLACKIN;(2016), ”Secret Talks On Turkish Travel To Uk”, *The Sunday Times*, June 12, s. 1,3.

“Siia Codie Awards”,(2012) <https://www.siia.net/codie/ABout-the-Awards/Past-Winners/2012-Winners> 30.03.2017

Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches W. Lawrence Neuman Seventh Edition 2014 S.49

“Sorularla AB’ye Vizesiz Seyahat Süreci” T.C. Başbakanlık Kamu Diplomasisi Koordinatörlüğü, <https://kdk.gov.tr/haber/sorularla-abye-vizesiz-seyahat-sureci/349> 12.06.2017

STEWART H. ve A. ASTHANA; (2016), “Osborne: Voting For Brexit Means Embracing Farage's Divisive Vision”, *The Guardian*, June 8, para. 5.

STEWART, Heather , Nadia Khomami; (2016) “Barack Obama Issues Brexit Trade Warning”

<https://www.theguardian.com/politics/2016/apr/24/leave-campaign-obama-trade-warning-eu-referendum> 20.08.2017

SWINFORD, Steven; (2016), “Turkey Could Get Its Eu Membership Within A Decade Or Two, Says Major”, *The Daily Telegraph*, June 23, s. 7.

SYAL, Rajeev; (2016), “Nigel Farage's Anti-Immigration Poster Splits Brexit Camps”, *The Guardian*, June 19, para. 5.

TAVŞANCIL,Ezel, A.Esra Aslan; (2001) *İçerik Analizi Ve Uygulama Örnekleri*, Epsilon, Istanbul.

SPIVAK, Gayatri C. (2003). “Can Subaltern Speak”, *The Post-Colonial Studies Reader*, Routledge New York

SYLVESTER, C. (2014) Postcolonialism Editörler BAYLIS, John, Steve Smith, ve Patricia Owens, *The Globalization Of World Politics*, Oxford University Press, Oxford

ŞAFAK, Zafer (2014), “An Outlook On Postcolonialism Through The Ethos Of Orientalism By Edward Said” *Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* Aralık Cilt: 16 Sayı: 2 (355-367).

TDK; (2017), “Oryantalizm”

http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.5a201ccbdd13c2.11993605 , 23.07.2017

TEMPERLEY, Harold;(1932) “The Treaty of Paris of 1856 and Its Execution.”*The Journal of Modern History*, 4, Sayı. 3, s. 387–414.

<http://www.journals.uchicago.edu/action/showCitFormats?doi=10.1086/235913>
14.04.2017

TEPECİKLİOĞLU, Elem Eyice (2013) “Postkolonyal Kuram Uluslararası İlişkiler Disiplinini Dekolonize Etmek” *Ege Stratejik Araştırmalar Dergisi* cilt 4 s. 2

THATCHER, Margaret (1988) “Bruge Speech”,

<http://www.margarethatcher.org/document/107332> 30.07.2017

“The Brexit Debate Is Getting Down To Basics”, (2016), *The Evening Standard* (London), April 25, s.16.97

“The Eu is A Threat To The Nhs” (2016)

http://www.voteleavetakecontrol.org/briefing_health.html 16.07.2017

THOMAS, Megan(2014) “Orientalism” *Encyclopedia Britannica*,

<https://www.britannica.com/science/Orientalism-cultural-field-of-study> , 23.07.2017

TIFFIN, Helen (2003). Post-colonial Literatures and Counter-discourse. *The Post-Colonial Studies Reader*, Routledge New York

TISDALL, Simon; (2016), “Erdogan's Draconian New Law Demolishes Turkey's Eu Ambitions”, *The Guardian*, June 8, para. 4.

TOWNSEND, Mark; (2016), “Why Are They Making Us Out To Be Such A Threat?”, *The Observer*, May 21, Saturday, para. 2. – para. 10

TOYNBEE, Polly; (2016), “Vote Leave’s Campaign Of Fear Will Cause Lasting Divisions”, *The guardian*, 23 Mayıs, para. 2.

“Turkey is Joining EU Poster” www.voteleavetakecontrol.org 30.08.2017

TURNER, Bryan S.,(2002) *Oryantalizm, Postmodernizm ve Globalizm* Anka Yayınları, İstanbul

“Türkiye’ye AB’ye girmesi için 1 Milyar Pound Ödüyoruz” isimli poster.
www.voteleave.uk 03.07.2017

Vasilopoulou, Sofia (2016), “UK Avrupa şüpheliği and the Brexit Referendum”.
The Political Quarterly, Vol . 87 S. 219–227.

“Victory 'Might Not Save Pm””, (2016), *The Express*, April 26 s. 5.

WARD A.W., G.P. Gooch (1970). *The Cambridge History of British Foreign Policy 1783–1919*, Cambridge U.P. ss. 390-391.

https://books.google.com.tr/books?id=zdo8AAAAIAAJ&pg=PA391&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false 14 Mayıs 2016.

Wallace, H. (2013). The UK: 40 Years of EU Membership. *Journal Of Contemporary European Research*, 8(4) s.532.

<http://www.jcer.net/index.php/jcer/article/view/539> 30.03.2013

“What Does Leave Look Like Report”,(2016) Britain Stronger in Europe
http://www.strongerin.co.uk/for_campaigners#YKTdWjFi42fy412R.97 24.09.2017

WHEELER, Caroline;(2016a) “Turks Say They'll Come To Uk”, *The Sunday Express*, 22 Mayıs 12m, s. 1.

WHEELER, C. ve M. GIANNANGELI; (2016) “If Turkey Is In, We’re Out”, *Sunday express*, 13 mart, s.1

WHEELER, Caroline; (2016b), “Minister's Turkey Terror Fear”, *Sunday Express*, May 15, S. 8.

“Where The Cabinet And Other Mps Stand” (2016), <http://www.bbc.com/news/uk-politics-eu-referendum-35616946> 30.06.2017

“Why The Government Believes That Voting To Remain In The Eu Is The Best Decision For The UK”(2016) <https://www.gov.uk/government/publications/why-the-government-believes-that-voting-to-remain-in-the-european-union-is-the-best-decision-for-the-uk/why-the-government-believes-that-voting-to-remain-in-the-european-union-is-the-best-decision-for-the-uk> 21.09.2017

WINTOUR, Patrick; (2016), “Turkey Should Not Be An Issue In Eu Referendum”, *The Guardian*, June 22, para. 5, 10.

WILDING, Peter (2012). "Stumbling Towards The Brexit". *BlogActiv.eu*
<http://blogactiv.eu/blog/2012/05/15/stumbling-towards-the-brexite/> 22 Haziran 2017.

WILSON, Sam (2014) “Britain And The Eu: A Long And Rocky Relationship”
<http://www.bbc.com/news/uk-politics-26515129> 20.03.2017

WITHNALL, Adam; (2016a), “Eu Envoy To Turkey Resigns After Breakdown In Relations With Turkish Government”, *The Independent*, June 14, para. 9.

WITHNALL, Adam; (2016b), “Tory Minister Penny Mordaunt 'Plain And Simple Lying' Over Turkey Joining Eu”, *The Independent* May 22, para. 14.

World Press Trend Reports (2016), World Press Trends Report 2016,
<http://www.wan-ifra.org/reports/2016/11/21/world-press-trends-report-2016>
30.04.2017

WRIGHT O., COOPER C. ve Ashley COWBURN; (2016), “Khan Lambasts Johnson Over Turkey 'Lies' As Polls Point To Knife-Edge Result”, *The Independent* , June 22, Pg. 3.

WRIGHT, Oliver; (2016a), “Eu Referendum: Boris Johnson's Vote Leave Campaign Accused Of Launching 'Xenophobic Attack' Video”, *The Independent*, May 20, para. 4.

WRIGHT, Oliver; (2016b), “Eu Referendum: 'It's Project Hate, Not Project Fear' - Sadiq Khan Attacks Boris Johnson Over Immigration”, *The Independent*, June 22, para. 3.

YOUNG, R.J.C. (2003): *Postcolonialism: A Very Short Introduction*, Oxford University Press, Oxford

EKLER

Ek-A Kod Açıklamaları

Hırpalanan Ülke Türkiye

Her seçim kampanyasının belli propaganda argümanları vardır. Genelde bu argümanlar seçmenin çabuk reaksiyon vereceği konulardan seçilir ya da ülkenin genel gidişatı ve varlığını temelden etkileyebilme potansiyeline sahip konulardan belirlenir. Brexit Referandumu kampanyası boyunca AB'den ayrılmak için en önemli sebeplerden bir tanesinin Türkiye'nin AB'ye yakında üye olacağı ve Birleşik Krallık AB'den çıkmadığı takdirde, Türkiye'den Birleşik Krallık'a ciddi bir göç dalgası yaşanacağı propagandası yapılmıştır. Öyle ki bu konuda devasa afişler, videolar, billboard reklamları, el ilanları hazırlanmış; gazete ve diğer basın yayın organlarında bir çok haber çıkmış; siyasetçiler ve kampanya tarafları bu konuda bir çok beyanatta bulunmuştur. Kampanya boyunca tarafların (özellikle Leave) hedeflerine ulaşmak saikiyle, kampanya aracı olarak kullandığı Türkiye'ye dair zaman zaman maksatları aşan ifadeler olmuş, çoğu durumda da Türkiye ve Türkiye'nin imajı kasti itham ve kötülemelere maruz kalmıştır. Bunun farkına varan kimi kampanya yürütücüler, Türkiye'nin: kötülendiğini, hırpalandığını, Türkiye'ye karşı düşmanca tavır takınıldığını, nefret söylemi ve yabancı düşmanlığına maruz kaldığını, kampanya argümanı olarak istismar edildiğini, haksız eleştirilere maruz kaldığını Türkiye'nin üzerine gidilmeye bir son verilmesi gerektiğini ifade etmişler ve bunlar basına yansımıştır. Bu ifadelerin geçtiği haber ve yorumlar, Hırpalanan Ülke Türkiye koduyla kodlanacaktır.

AB Üyeliğine Uzak Ülke

Bilindiği gibi Brexit Referandumu Birleşik Krallığın AB üyesi olarak kalması ya da AB üyeliğinden ayrılmasının halk oyuna sunulduğu bir oylamaydı. Brexit Referandumu kampanyası boyunca AB'den ayrılmak için en önemli sebeplerden bir tanesinin Türkiye'nin AB'ye yakında üye olacağı ve Birleşik Krallık AB'den çıkmadığı takdirde, Türkiye'den Birleşik Krallık'a ciddi bir göç dalgası yaşanacağı, bu üyeliğin güvenlik ve ekonomi için tehdit oluşturacağı, AB'nin sınırını ortadoğuya taşınacağını propagandası yapılmıştır. Öyle ki bu konuda devasa afişler, videolar, billboard reklamları, el ilanları hazırlanmış; gazete ve diğer basın yayın organlarında bir çok haber çıkmış; siyasetçiler ve kampanya tarafları bu konuda bir çok beyanatta bulunmuş ve seçmenin oyunu etkilemeye çalışmıştır. Bu süreç içinde Türkiye'nin AB'ye üye olduğu takdirde yukarıda bahsi geçen bütün olumsuzlukların yaşanacağını propagandasını yapan kampanya taraflarına karşılık olarak, başta siyasiler olmak üzere bir çok kişi ve kurum Türkiye'nin :Türkiye'nin AB'ye üye olamayacağını,AB standartlarından uzak olduğunu, AB müktesebatına uyum sağlayamayacağını, AB müzakere fasıllarından çok azını tamamlayabildiğini, Türkiye'nin AB'ye binlerce yıl geçse bile üye olamayacağını ifade etmişler ve bu ifadeler basında yer bulmuştur. Bu ve bu minvalde Türkiye'nin AB'ye üye olamayacağı ya da kısa vadede üye olmasının söz konusu olmadığını ifadelerinin geçtiği haber ve yorumlar bu kodla kodlanacaktır.

AB'ye Yakında üye olacak ülke Türkiye:

Birleşik Krallığın AB üyeliğinin oylandığı Brexit Referandumu'nun kampanyası boyunca tartışılan en önemli meselelerden birisi Türkiye'nin AB'ye olası üyeliği ve bunun sonuçlarıydı. Kampanya boyunca kampanya tarafları tarafından Türkiye'nin AB'ye üye olması durumunda Türkiye'den Birleşik Krallık'a ciddi bir göç dalgası yaşanacağı, bu üyeliğin Birleşik Krallığın güvenliği ve ekonomisi için tehdit oluşturacağı, AB'nin sınırını ortadoğuya taşınacağı gibi bir dizi varsayım ve öngörü öne sürüldü. Bu noktada bu varsayım ve iddialar seçmenin oyuna etki etmek için sürekli dillendirildi ve Türkiye'nin yakında AB'ye üye olacağı ve yukarıda bahsi geçen olumsuz seneryaların gerçekleşeceği propagandası yapıldı. Seçmene" Türkiye yakında AB'ye üye oluyor ve bahsi geçen olumsuzluklar vuku bulacak" imajı vermek ve Birleşik Krallığın AB'den çıkmasını temin etmek için bu mesaj : Türkiye yakında AB'ye üye olacak, Türkiye'nin AB üyeliği kaçınılmaz, Brüksel Türkiye'nin AB'ye giriş sürecini hızlandırıyor, Müzakere fasılları açılıyor, Türkiye yakında üye olacak ülkelerden biri şeklinde kampanya boyunca tekrarlanmış ve bu duruma istinaden Türkiye kampanya sürecinde kullanılmıştır. Türkiye'nin AB'ye üye olacağını belirten veya ima eden haber ve yorumlar bu kodla kodlanacaktır.

Göç kaynağı ülke Türkiye:

İngiltere'nin AB'den çıkmasına ya da kalmasına karar verilecek halk oylaması Brexit Referandumu belli başlı konular etrafında tartışıldı. Bu konuların öne çıkan en önemlileri göç, ekonomi ve güvenlikti. Sandıktan arzu ettikleri sonucu çıkarmak isteyen Remain (Kal) ve Leave (Ayrıl) kampanyaları bu konularda çeşitli argümanlar ürettirler. Bütün bu argümanlar arasında en fazla tartışılanlar göç ve göçmenlere dair tartışılanlar oldu. Göç konusu ve göçmenlere dair beyanatların Brexit referandumunun kaderine etki ettiği söylenebilir. Göçmen krizlerinin yaşandığı bir dönemde Birleşik Krallığın göç politikalarının AB tarafından belirlenmesi ve AB üyeliğinden kaynaklı işçilerin serbest dolaşımı , dahası önceki yıllarda ülkeye gelen yüzbinlerce göçmen ülke içinde göç ve göçmenler konusunu referandum kampanyası boyunca da gündemin en üst sıralarını işgal etti. Kampanya yürütücüleri, AB'ye üye olacağı belirtilen veya muhtemel görülen 80 milyon nüfuslu ülke Türkiye'nin AB kanunları dolayısıyla Birleşik Krallık için: Büyük bir göç kaynağı olacağını, Milyonlarca kişinin şimdiden Birleşik krallığa gitmek için hazırlandığını, Türkiye AB'ye üye olursa Türklerin Birleşik Krallık'ı istila edeceği, Türklere vize serbestisi verilmesinin göçe yol açacağını, İşsiz ve gençlerin yeni hayat için Birleşik Krallık'ya geleceğini, Sürüyle insanın Birleşik Krallık'ya gelme niyetinde olduğunu ifade etmişler ve bu büyük bir tartışma olarak devam etmiştir. Türkiye'nin Birleşik Krallık için bir göç kaynağı olacağını belirten, Türklerin Birleşik Krallık'ya gitmek istediklerini belirten haber ve yorumlar bu kodla kodlanacaktır.

Korkutma aracı ülke Türkiye

Brexit Referandumu kampanyası boyunca AB'den ayrılmak için en önemli sebeplerden bir tanesinin Türkiye'nin AB'ye yakında üye olacağı ve Birleşik Krallık AB'den çıkmadığı takdirde, Türkiye dolayısıyla Birleşik Krallığın bir dizi problemler yaşayacağı propagandası yapılmıştır. Öyle ki bu konuda devasa afişler, videolar, billboard reklamları, el ilanları hazırlanmış; gazete ve diğer basın yayın organlarında bir çok haber çıkmış; siyasetçiler ve kampanya tarafları bu konuda bir çok beyanatta bulunmuştur. Bazı kampanya grupları, karşıt oyun kampanyasını yapan grupları oy devşirme maksadıyla Türkiye'yi seçmeni korkutmak ve oylarını manipüle etmek için araç olarak kullanmakla suçlamıştır. Kampanya boyunca tarafların hedeflerine ulaşmak saikiyle, kampanya aracı olarak Türkiye'nin bir, korkutma aracı, korku yaymak için kullanılan ülke, öcü olarak betimlediğini söyleyen, ifade eden haber ve yorumlar bu kodla kodlanacaktır.

İstenmeyen Ülke Türkiye

Brexit Referandumu boyunca Birleşik Krallık'nın AB üyeliğinin devamı ya da sona erdirilmesi Türkiye ve Türkiye'nin AB üyeliği üzerinden çokça tartışılmıştır. Kampanya odakları kampanyalarının büyük kısmını Türkiye'nin AB'ye üye olma ihtimali üzerine kurmuşlar ve böylelikle seçmeni kendi savundukları oya teveccüh ettirmeye çabalamışlardır. Türkiye'nin AB'ye üye olmasının büyük sorunlara yol açacağını dolayısıyla Birleşik Krallık'nın AB'den çıkması gerektiğini iddia eden kampanya tarafları, savlarını güçlendirmek için Türkiye'nin Türkiye'nin AB'ye kesinlikle girmemesi gerektiğini ifade eden, Türkiye'nin AB'ye girişinin engellenmesi gerektiğini söyleyen, Türkiye'nin AB kriterlerini yerine getirse bile VETO edilmesi gerektiğini ifade eden Türkiye'nin girecek olması durumunda Birleşik Krallık'nın veto hakkının olup olmadığını tartışan Türkiye'nin Veto edileceğine dair söz verilmesinin istendiğini ifade eden “Türkiye giriyorsa biz çıkalım” fikrini savunan Türkiye ile ortak sınırlara sahip olmaktan kaçınmanın gereğini ifade eden ifade ve yorumlarda bulunmuşlardır. Bu ifade ve yorumların geçtiği haber ve yorumlar bu kodla kodlanacaktır.

Güvenlik Tehdidi Ülke Türkiye

Birleşik Krallığın AB'den ayrılıp ayrılmamasına karar verilen halk oylaması Brexit Referandumunda, Birleşik Krallık'nın AB içinde kaldığı takdirde yaşaması muhtemel olumsuzluklar kampanya argümanı haline getirilmiş, kampanya boyunca kampanya tarafları tarafından sürekli surette vurgulanmış ve seçmen etkilenmeye çalışılmıştır. Olası olumsuzluklardan, seçmeni en fazla etkileme potansiyeline sahip olanı hiç şüphesiz güvenliğe dair olanlardır. Bu noktada Birleşik Krallık'nın AB'den ayrılması gerektiği vurgulanmış zira yakında AB'ye üye olmasıyla Türkiye'nin Birleşik Krallık için bir güvenlik tehdidi olacağı çünkü Suçluların ve teröristlerin serbest dolaşım rahatlığı edineceği, Türkiye'de Yüksek suç oranı olduğu ve bunların

Birleşik Krallık'ye geleceği, Türkiye'nin suçlu ve teröristlerin yatağı olduğu belirtilmiştir. Türkiye'nin Birleşik Krallık için bir güvenlik tehdidi oluşturacağından bahseden haber ve yorumlar bu kodla kodlanacaktır.

Ekonomik Tehdit Ülke

Türkiye Birleşik Krallığın AB'den ayrılıp ayrılmamasına karar verilen halk oylaması Brexit Referandumunda, Birleşik Krallık'ın AB içinde kaldığı takdirde yaşaması muhtemel olumsuzluklar kampanya argümanı haline getirilmiş, kampanya boyunca kampanya tarafları tarafından sürekli surette vurgulanmış ve seçmen etkilenmeye çalışılmıştır. Olası olumsuzluklardan, seçmeni en fazla etkileme potansiyeline sahip olanlardan biri hiç şüphesiz ekonomiye dair olanlardır. Bu noktada Birleşik Krallık'nın AB'den ayrılması gerektiği vurgulanmış zira yakında AB'ye üye olmasıyla Türkiye'nin Birleşik Krallık için bir ekonomik tehdidi olacağı, kamu hizmetlerine ve okullara, NHS'e (Ulusal Sağlık Sistemi), Yaşam standartlarına, bütçeye olumsuz etki edeceği ve ekonomik olarak Birleşik Krallık'tan daha fazla harcama yapılması gerekeceği ifade edilmiştir. Türkiye'den bu şekilde ekonomik olaylara olumsuz etki edeceğinden ve ettiğinden bahseden haber ve yorumlar bu kodla kodlanacaktır.

Hakkında Yalan Söylenen Ülke

İngiltere'nin AB'den çıkmasına ya da kalmasına karar verilecek halk oylaması Brexit Referandumu belli başlı konular etrafında tartışıldı. Bu konuların öne çıkan en önemlileri göç, ekonomi ve güvenlikti. Sandıktan arzu ettikleri sonucu çıkarmak isteyen Remain (Kal) ve Leave (Ayrıl) kampanyaları bu konularda çeşitli argümanlar ürettirler. Bu argümanların en çok vurgulananlarından biri de göç, ekonomi, güvenlik bağlamında Türkiye'nin AB'ye üye olması ve bahsi geçen bağlamda Birleşik Krallık'a etkisiydi. Leave (Ayrıl) kampanyası, propagandasında Türkiye'nin AB'ye üye olacağı ve bunun Birleşik Krallık'a büyük sorunlar yol açacağı üzerinde durmuştur. Buna karşılık Remain (Kal) kampanyası Türkiye'nin AB'ye üye olamayacağı dolayısıyla Türkiye ile ilgili olarak göç, güvenlik, ekonomi gibi meseleleri tartışmanın yersiz olacağını vurgulamıştır. Bu noktada kampanya tarafları birbirlerini Türkiye'nin AB'ye üye olup olamayacağı konusunda yalan söylemekle, toplumu Türkiye'nin adaylığıyla ilgili olarak kasten yanlış bilgilendirmekle, seçmeni manipüle etmek için Türkiye ile ilgili doğruları çarpıtmakla suçlamışlardır. Türkiye hakkında yalan söylendiğini ifade eden haberler bu kodla kodlanacaktır. Dahası kampanya taraflarının Türkiye'ye dair alacakları tutumları, seçimde uyandıracağı imajı dikkate alarak değiştirmeleri yine bu kodla kodlanacaktır. Haber ve yorumlarda Türkiye hakkında kampanyayı etkilememesi için yalan söylenen, dikkat dağıtmak için cambaza bak yapılan ülke kontekstinde yer aldığı takdirde, bu haber ve yorumlar bu kodla kodlanacaktır.

Problemli Ülke Türkiye

Brexit referandumu kampanyası boyunca Türkiye bir kampanya argümanı olarak kullanılmıştır. Şüphesiz bunun sebebi Türkiye'nin AB'ye aday ülke olması ve Birleşik Krallık'ın referandumda AB'de kalmayı ya da çıkmayı oyluyor olmasıdır. Türkiye'nin AB adaylığı ve BK AB'de kalırsa Türkiye'nin Birleşik Krallık'a etkisinin ne olacağı kampanyaya malzeme olmuş ve konu üzerinde çokça durulmuştur. Bu noktada Türkiye'ye dair bir takım yorumlar yapılmış ve Türkiye'de demokrasinin sorunlu olduğu, suç , terör ve güvenlik eksikliğinin olduğu, baskı ve cebirin olduğu, despot ve diktatör tarafından yönetildiği, ifade özgürlüğünün kısıtlandığı, gazetecilerin tutuklu olduğu, kadına şiddet ve çocuk yaşta evliliğin olduğu, azınlıklara ve Kürtlere karşı kampanyaların yürütüldüğü Işid'e yardım ettiği ya da ettiğinden şüphelenilen bir ülke olduğu gibi bir takım problemlerden bahsedilmiştir. Bunlar gibi Türkiye'nin problemli bir ülke olduğunu ifade eden haber ve yorumlar bu kodla kodlanacaktır.

Tampon Ülke Türkiye

Arap Baharının bir parçası olarak Suriye'de başlayan ayaklanmalar bir iç savaşa dönüştü ve bu iç savaş Suriye'nin dışına büyük bir göç başlattı. Göçmenler canlarını kurtarmak için Türkiye ve çevredeki diğer çeşitli ülkelere göç ettiler. Ancak göçmenlerin destinasyonu genellikle yüksek refah seviyesine sahip Almanya, İsveç, Fransa, İngiltere gibi ülkelerdi. Göçmenler AB'ye ulaşmak için her yolu denemekte Türkiye üzerinden Akdeniz'i aşarak AB sınırlarına dahil olan Yunan adalarına çıkmaya çalışmaktadırlar. Bu geçiş sürecinde kaçak göçmenlerden binlercesi Akdeniz'de boğulmuş, insani dramlar yaşanmıştır. Kaçak göç sorununa ve ortaya çıkan insani dramları engellemek için Türkiye ve AB kaçak göçmenler konusunda çeşitli toplantılar yapmış ve sonunda Ahmet Davutoğlu başkanlığında imzalanan geri kabul antlaşması yürürlüğe konmuştur. Brexit referandumuna giderken bu anlaşma Birleşik Krallık tarafında tartışmalara sebep olmuş ve basında yer almıştır. Türkiye Birleşik Krallık basınında; göçmenleri geri alan ülke, göçmen anlaşması karşılığı vize serbestisi verilecek ülke, göçmen anlaşması yapılan ülke, göçmen anlaşması eleştirilen ülke olarak yer bulmuştur. Türkiye'nin göçmen anlaşması bağlamında yer aldığı haberler ve yorumlar bu kodla kodlanacaktır.

Ortadoğu Ülkesi Türkiye

Türkiye hem Asya da hem de Avrupa'da toprakları bulunan bir ülkedir ve tarihi bağlamda; geçmiş devirlerde Türkiye'nin öncülü olan Osmanlı Devleti Orta Avrupa'ya kadar yayılan bir alanı kontrol etmiştir. Zaman içerisinde bu coğrafyadaki varlığını yitirmiş ancak yinede 20. Yüzyılın başına kadar halen bir Balkan imparatorluğu hüviyetini kaybetmemiştir. Osmanlı devletinin bir Avrupa devleti

olduğu Paris Konferansı gibi konferanslarda da tescillenmiştir. Türkiye'nin tarihsel olarak Avrupa devleti olduğu ne kadar gerçekse Ortadoğu devleti olduğu da bir o kadar gerçektir. Tarihsel olarak Türkiye Yemen'den, Hicaza, Irak ve Irak-ı Acemden, Şam'a (Bugün ki Suriye), Filistin'den Mısır'a, Fizan'dan, Magribe kadar büyük bir coğrafyayı uzun süre kontrol etmiştir. Hali hazırda hüküm sürdüğü topraklarda Mezopotamya ve eski Asur ve Aram diyarlarının önemli bir kısmına tekabül etmektedir. Ancak Brexit kampanyası sürecinde taraflar Türkiye'nin ve tarihinin Avrupalı olan kısmını görmezden gelerek Ortadoğu ülkesi olduğunu ön plana çıkarmışlardır. Bu minvalde Türkiye'nin Irak, İran, Suriye gibi ülkelere komşu olduğu, Türkiye AB'ye üye olursa AB'nin sınırlarının bu ülkelere dayanacağını vurgulamışlar. Türkiye'nin Ortadoğu ülkesi olduğuna işaret eden haber ve yorumlar bu kodla kodlanacaktır.

Nüfusu kalabalık ülke Türkiye

Referandum kampanyası boyunca Birleşik Krallık basınında yer alan haber ve yorumlardan Türkiye'nin nüfusunun kalabalık olduğunu söyleyen ya da 75-80 milyon gibi rakamlar verenler bu kodla kodlanacaktır

Kampanyanın Odağı Ülke Türkiye

Brexit Referandumu Birleşik Krallığın AB üyesi olarak kalması ya da AB üyeliğinden ayrılmasının halk oyuna sunulduğu bir oylamaydı. Brexit Referandumu kampanyası boyunca AB'den ayrılmak için en önemli sebeplerden bir tanesinin Türkiye'nin AB'ye yakında üye olacağı ve Birleşik Krallık AB'den çıkmadığı takdirde, Türkiye'nin üyeliğinin Birleşik Krallık'ı ciddi bir şekilde etkileyeceği propagandası yapılmıştır. Öyle ki bu konuda devasa afişler, videolar, bilbord reklamları, el ilanları hazırlanmış; gazete ve diğer basın yayın organlarında birçok haber çıkmış; siyasetçiler ve kampanya tarafları bu konuda bir çok beyanatta bulunmuş ve seçmenin oyunu etkilemeye çalışmıştır. Kampanya boyunca Türkiye'nin verilecek kararı çok etkilemesi gerektiğini vurgulayan, seçmenin Türkiye'yi dikkate alarak oy vermesi gerektiğini söyleyen, kampanyanın odağının Türkiye olduğunu ve Türkiye'nin ön plana çıkarıldığını söyleyen haber ve yorumlar bu kodla kodlanacaktır. Dahası seçmene "Türkiye'yi oyluyorsunuz, Türkiye oy pusulasında, Referandum kararını Türkiye'yi dikkate alarak verin veya Referandum kararınızı Türkiye'ye göre vermeyin" mesajları verildiğini içeren haber ve yorumlar da bu kodla kodlanacaktır. Son olarak AB'den çıkma sebebinin Türkiye olduğunu vurgulayan haberler ve yorumlar da bu kodla kodlanacaktır.

Kötü İnsanlar Türkler

Brexit kampanyası süresinde Türkiye'nin AB üyeliği oldukça tartışılmış ve bu konu kampanyanın gündeminden hiç düşmediği gibi, önemli bir yer de işgal etmiştir. Türkiye kampanya taraflarınca seçmeni manipüle etmek için kullanılmış ve bu noktada Türklere dair çeşitli olumsuz söylemler de ön plana çıkmıştır. Brexit kampanyası sürecinde Türklerin kötü insanlar olduğunu ifade eden haber ve yorumlar ve Türklerden bahsedilirken istilacı, silah kaçakçıları, gangster, çoğunluğu suçlu, terörist, katil gibi sıfat ve tanımlamaların geçtiği haber ve yorumlar bu kodla kodlanacaktır.

Müslüman Ülke Türkiye

Referandum kampanyası boyunca Birleşik basınında yer alan haber ve yorumlardan Türkiye'nin Müslüman bir ülke olduğunu söyleyen ya da nüfusunun Müslüman olduğunu vurgulayanlar bu kodla kodlanacaktır.

ÖZGEÇMİŞ

Berkan Aygün 11/01/1985 yılında Tekirdağ'da dünyaya gelmiştir. İlköğretimini Tekirdağ, Ortaöğretimini ise Lüleburgaz'da tamamlamıştır. Lüleburgaz Kepirtepe Anadolu Öğretmen Lisesi'nden 2003 yılında mezun olmuş; aynı yıl Dokuz Eylül Üniversitesi İngilizce Öğretmenliği Bölümü'ne kayıt yaptırmıştır. Bu okuldan 2008 yılında mezun olduktan sonra, Milli Eğitim Bakanlığı Diyarbakır Bağlar Birlik Lisesi'ne İngilizce Öğretmeni olarak atanmıştır. Diyarbakır'daki görevinden sonra, eş durumu tayini ile geldiği Yalova'da Milli Eğitim Bakanlığı okullarındaki görevinden ayrılarak, 2014 yılında Yalova Üniversitesi Yabancı Diller Yüksekokulu'nda İngilizce Okutmanı olarak göreve başlamıştır. O tarihten bu yana bu kurumdaki görevini sürdürmektedir. Berkan Aygün 2016 yılı Haziran ayında Anadolu Üniversitesi, Açıköğretim Fakültesi, Uluslararası İlişkiler Lisans programından mezun olmuştur. Berkan Aygün evli ve bir çocuk babasıdır.