

## The relationship between media - politics and politainment in the experience society: The case of 'The Daily Show'

## Yaşantı toplumunda politainment ve medya - siyaset ilişkisi: The Daily Show örneği

Şakir Eşitti<sup>1</sup>

### Abstract

Nowadays the relationship between media and politics has reached a new dimension especially with the developments in the dynamics of the societies. Usage of entertainment elements by politicians in order to take place in the media and usage of entertaining political contents in the media have increased the importance of the entertainment in political communication. This has led to the discussions on the concept of "politainment", a portmanteau word composed of politics and entertainment which is seen a new form of political communication. The German political scientist Andreas Dörner coined this concept to the social sciences that can be translated in Turkish entertaining politics. The main aim and objectives of this study are examining the concept of *politainment*, addressing the change in the relationship between media and politics as well as in the understanding of news reporting in the case of United States' (US) one of the most popular TV program "The Daily Show". According to the findings of the study, usage of the elements of entertainment by politicians, make them more visible in the media, creates more awareness for the messages they want to convey, and make their messages more memorable and appealing. Also the media uses various political elements to differentiate its

### Özet

Günümüzde medya ve siyaset arasındaki ilişki toplum dinamiklerinde meydana gelen yeni gelişmelerle beraber farklı bir boyuta ulaşmıştır. Giderek artan bir şekilde politikacıların eğlence unsurlarını kullanarak medyada yer alması ve medyanın da izleyicisine politik içerikleri eğlenceli bir şekilde sunması, siyasal iletişimde eğlencenin önemini arttırmıştır. Bu durum siyasal iletişimde yeni bir unsur olarak görülen, politika (politics) ve eğlence (entertainment) kelimelerinin birleşmesiyle oluşturulmuş, *politainment* kavramının tartışılmasına neden olmuştur. Türkçe'ye eğlenceli siyaset olarak çevrilebilecek olan *politainment* kavramı, Alman siyaset bilimci Andreas Dörner tarafından sosyal bilimlere kazandırılmıştır. Bu çalışmanın temel amacı Dörner'in ortaya attığı *politainment* kavramını irdelemek, medya - siyaset ilişkisindeki ve habercilik anlayışındaki bu değişimi Amerika Birleşik Devletleri'nin (ABD) popüler TV programlarından biri olan "The Daily Show" isimli program örneğinde ele almaktır. Çalışmada elde edilen verilere göre siyasetçiler tarafından eğlencenin bir araç olarak kullanılması, politikacıları medyada daha görünür hale getirmekte, iletmek istedikleri mesajlar hakkında farkındalık yaratmakta, bu mesajları daha akılda kalıcı ve çekici kılabilmektedir.

<sup>1</sup> Asist. Prof. Dr., Ardahan University, Faculty of Economics and Administrative Sciences, International Relations Department, [sakiresitti@yahoo.com](mailto:sakiresitti@yahoo.com)

content and make it more appealing to their audience. This has led to a symbiotic relationship between media, politics and entertainment, which is based on a mutually beneficial understanding. The Daily Show is one of the most concrete and important examples of *politainment* concept. The program approaches to the national and international problems critically but in an entertaining way and makes these problems more popular and therefore more debatable. Besides this, politicians are aware of the effects and popularity of this program and therefore they often participate in the program and convey their ideas and political aims to the audiences, in this way they try to gain the sympathy and support.

**Keywords:** Politainment; political communication; media and politics; experience society; entertaining politics

[\(Extended English abstract is at the end of this document\)](#)

## Giriş

Medya bireylerin tutum ve davranışlarını etkilemede önemli araçlardan biri konumundadır. Bu nedenle, basının ortaya çıkış tarihinden itibaren siyasetçiler medyayı kendi hedefleri doğrultusunda yönlendirmek, bu yolla hedef kitlelerini etkilemek için mücadele etmişlerdir. Günümüz toplumlarında, özellikle son yıllarda yaşanan değişim ve dönüşümler, bu mücadelenin de farklılaşmasına neden olmuştur. Günümüz toplumları birçok sosyal bilimci tarafından bilgi toplumu, tüketim toplumu, yaşantı toplumu gibi nitelendirmelerle anlaşılmalı ve yorumlanmalı çalışılmaktadır. Bu durumun oluşmasında son yıllarda meydana gelen teknolojik, siyasal, ekonomik ve toplumsal gelişmeler etkili olmuştur. Yeni iletişim teknolojilerinin de etkisiyle özellikle son yıllarda bilgi ve enformasyon akışı hızlanmış, bireyler çok farklı uyarıcılar aracılığıyla adeta bilgi bombardımanına tabi tutulmuşlardır. Bu durum, gönderilen enformasyon çeşitleri arasında, siyasetçilerin gönderdikleri mesajların farkındalık yaratmasını da güçleştirmiştir. Bu noktada eğlence, mevcut enformasyon akışı içerisinde farklılaştırıcı bir unsur olarak ön plana çıkmıştır.

Eğlence unsurlarının politikacılar tarafından kullanılması, esas itibarıyla, Eski Roma'ya kadar uzanmaktadır. Bu dönemde halkın teveccühünü kazanmak, onları sorunlardan uzaklaştırmak ve yatıştırmak için, Romalı siyasetçiler sıklıkla eğlence unsurlarına başvurmuşlardır. Bunlardan en bilineni, eğlence unsuru olarak görülen gladyatör oyunlarının siyasal nedenlerle kullanılmasıdır.

Medya ise, izleyicisine sunduğu içeriklerin diğerlerinden farklılaşmasını ve daha cazip hale gelmesini sağlamak için politik içerikleri kullanmaktadır. Bu durum medya, siyaset ve eğlence arasında karşılıklı fayda anlayışına dayalı 'simbiyotik' bir ilişkiyi doğurmuştur. *Politainment*'in medyadaki en önemli örneklerinden birini The Daily Show programı oluşturmaktadır. Program, ulusal ve uluslararası sorunlara eleştirel ancak eğlenceli bir şekilde yaklaşmakta, bu sorunların popülerleşerek daha fazla tartışılabilmesine imkân vermektedir. Siyasetçiler de The Daily Show'un popülerliğinden haberdar bir şekilde bu programa sıklıkla katılmakta, düşüncelerini ve siyasal hedeflerini izler kitleye aktarmakta, bu yolla sempati ve destek kazanmaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Politainment; siyasal iletişim, medya ve siyaset, yaşantı toplumu; eğlendiren siyaset

İmparatorluk Çağı ve Cumhuriyet Dönemi boyunca Roma’da eğlence, özellikle imparator ve yakınlarının halkla siyasal iletişimlerinde sürekli olarak ihtiyaç duydukları önemli bir politik araç olarak kullanılmıştır. Uzunaslan (2005: 22)’in da belirttiği gibi özellikle, “halkın gladyatör oyunlarıyla hoşnut kılınarak, oylarının belirli partilere kanalize edilebilme çabası, çok geçmeden birçok Romalı kurnaz politikacı tarafından da keşfedilerek etkin bir şekilde kullanılmıştır”. Hatta Roma’da Cumhuriyet Dönemi’nin sonlarına doğru “gladyatör oyunlarına duyulan ilginin oldukça arttığı gerçeğini gören C. Gracchus, M.Ö. 122’de düzenlenen oyunları, halkın teveccühünü kazanmak için bir fırsat olarak değerlendirmiş” bu nedenle, gladyatör oyunlarını izletmek için kurulan tribünlerin vatandaşlara parayla satılmasını engellemiştir. Gracchus, bu doğrultuda ‘halk tribünü’ oluşturarak “Roma’daki yoksul vatandaşların da gladyatör oyunlarını izleyebilmesini sağlamış” bu yolla “siyasî bir popülerite elde etmeyi” başarmıştır (Uzunaslan, 2005: 22). Görüldüğü üzere siyasetçilerin eğlence ile olan ilişkisi tarihsel olarak uzun bir geçmişe sahiptir ve bu ilişki, değişen toplum yapısıyla beraber dönüşerek günümüze kadar ulaşmıştır. Günümüzde ise medyada ve toplumda dikkat çekme yarışının etkisiyle, eğlence unsurları giderek artan bir şekilde siyasetçiler tarafından kullanılabilir hale gelmiştir. Buna karşın, Roma döneminden farklı olarak, eğlenceyi günümüzde sadece iktidardakiler değil, aynı zamanda muhalefette bulunan siyasal parti mensupları da kullanmaktadır (Algül, 2009).

Eğlence, medya ve siyaset arasındaki ilişkide 1980’li yıllar önemli bir kırılma noktası konumundadır. Soğuk Savaş’ın sonuna doğru gelmesi ve yeni iletişim teknolojilerinde meydana gelen gelişmelerle beraber, 1980’li yıllardan sonra tüm dünyada ekonomik, politik ve kültürel alanlarda değişimler meydana gelmiştir. Bu değişim ve dönüşümlerle beraber, tüm dünyada olduğu gibi Türkiye’de de, birçok yapı ve kurumların yanı sıra medyada da değişim ve dönüşümler gerçekleşmiştir. Bu dönüşümlere paralel olarak 1990’lı yıllarda, Türkiye Radyo ve Televizyon Kurulu’nun (TRT) tekeli sona ermiş, özel televizyon ve radyo yayıncılığı gelişmiş, bununla beraber haber kavramı ve habercilik anlayışı da değişmeye başlamıştır (Özgen, 2004: 476). Haber, ulusal ve uluslararası iletişimde ‘metalaşarak’ önemli bir ekonomik değer haline gelmiş, medya kurumları ise 1980’li yıllarla beraber ticari nitelikli yapıların, iş adamlarının ve holdinglerin yan kuruluşları haline dönüşmüştür (Koloğlu, 1999: 75-76). Televizyonun yaygınlaşması ve televizyon haber ve içeriklerine ilginin toplumda artmasıyla beraber, bu iletişim mecrasındaki bilgilendirme ve eğlendirme işlevleri giderek birbirine karışmış, hatta eğlence ögesi, bilgilendirme boyutunun dahi önüne geçmiştir. Haber, giderek artan bir şekilde, kişisel öğeleri, eğlence unsurlarını ve magazin öğelerini de içinde barındırmaya başlamıştır (Çiçek, 2011: 28). 1980 sonrası dönemde medyada giderek artan rekabet ortamı televizyon yayıncılığının ticarileşmesine ve televizyon içeriklerinde eğlencenin ön plana çıkmasına etki etmiştir. Televizyon kanalları esas işlevleri olan habercilik yerine, ticari kaygılar ve ‘reyting’ yarışları nedeniyle, eğlence unsuruna yönelmiş, tabloid formatta habercilik anlayışını

benimsemiştir (Gencel Bek, 2004). İlgi çekebilmek ve izleyici bulabilmek amacıyla, özellikle televizyon haberlerinde dramatisasyon, müzik, canlandırma, insan ögesi kullanma, aşırı vurgulanan cinsellik gibi unsurlar giderek artmış, eğlence programları televizyondaki geleneksel sürelerini aşarak haber programlarının önemli bir parçası haline gelmeye başlamıştır. Hatta giderek artan bir şekilde siyaseti temel konu olarak belirleyen melez, eğlence ve siyaseti birleştiren programlar ve talk şovlar medyada ortaya çıkmaya başlamıştır. Medya ve toplumda yukarıda bahsedilen gelişmeleri fark eden siyasetçiler ise günümüz toplumlarında eğlenceye verilen önemin farkına vararak, eğlenceyi daha sık bir şekilde siyasal iletişim bağlamında kullanmaya başlamışlardır.

Schicha (2003: 5)'nın da belirttiği gibi günümüzde toplumda meydana gelen değişimlerle beraber siyasetçiler için sadece politik içerikleri 'satmak' artık yeterli olamamaktadır, çünkü günümüz toplumlarında bireyler, "İlgilerinin merkezine", resmi politikalar yerine "insani durumları" almışlardır. Bu nedenle politik karar vericiler, halkta yeterli farkındalığı yaratabilmek ve "ilgi çekebilmek" için, politik icraat ve söylemlerinin dışında yeni stratejiler geliştirme ihtiyacı duymuşlardır. Schicha (2003: 5)'ya göre, işte bu nedenle giderek artan bir şekilde birçok politikacı, seçmenlerinin onayını ve oylarını kazanmak için duygusal stratejiler kullanmakta, sempati uyandırmak ve aidiyet yaratmak için kendi kişiliklerini ve eğlence unsurlarını ön plana çıkarmaktadırlar. Bu durum günümüzde politika, medya ve eğlence arasındaki ilişkinin giderek artmasına ve bu ilişkinin bütün tarafların birbirinden faydalandığı simbiyotik bir ilişkiye dönüşmesine neden olmuştur (Algül, 2004). Bu bağlamda günümüzde politikacılar kendilerini medyada daha görünür kılmak, iletmek istedikleri mesajlar hakkında farkındalık yaratmak, bu mesajları daha akılda kalıcı ve çekici kılabilmek için sıklıkla eğlence unsurlarını kullanmaktadırlar. Medya ise izleyicisine sunduğu içeriklerin diğerlerinden farklılaşmasını ve daha cazip hale gelmesini sağlamak için politik içerikleri kullanmaktadır. Bunun yanı sıra politik kutuplaşmadan, ekonomik krizlerden, politikacıların çekişmelerinden sıkılan vatandaşlar da, bu yeni formatta verilen yumuşak haberleri (soft news), politik şovları veya politik parodileri beğeniyle karşılamakta, bu tür programlara ilgi giderek artmaktadır. Bu durum batılı demokrasilerde *politainment*'ın yeni bir siyasal iletişim yöntemi olarak görülmesine neden olmuştur (Baym, 2005).

## 1. Politainment Kavramı:

### 1.1. Tanımı

*Politainment*, günümüzde eğlence, siyaset ve medya arasındaki ilişkiyi tanımlamak amacıyla kullanılan, politika (politics) ve eğlence (entertainment) kavramlarının birleşmesi ile oluşturulmuş bir sözcüktür (Dörner, 2001). Bu kavram, Alman siyaset bilimci Andreas Dörner tarafından sosyal bilimlere kazandırılmıştır. Dörner, *Politainment – Politik in der Medialen Erlebnisgesellschaft* [Mediyal

Yaşantı Toplumunda Politika] isimli kitabında “*politainment*” (başka ifadeyle politik eğlence/ eğlenceli politika) kavramını ortaya atmış, özellikle 1980’lerden sonra etkisini önemli ölçüde arttıran eğlencenin, medya ve politikayla kesiştiği noktaları incelemiştir. Bu bakımdan medya incelemeleri ve tartışmaları açısından yeni bir kavram ortaya koyan Dörner, etkisi artan eğlencenin medya ve siyaset ilişkisini ne yönde farklılaştırdığını anlatmaya çalışmıştır. Çalışmasında günümüz medya ve siyaset ilişkisinin *politainment* çerçevesinde gerçekleştiğini vurgulayan Dörner, Alman kamu televizyonculuğunun yüksek kültürcü söyleminin dahi, politainment karşısında yumuşadığına dikkat çekerek, *politainment*’ın geleneksel habercilik anlayışını ve siyasal iletişim yöntemlerini de değiştirmeye başladığını vurgulamaktadır (Dörner 2001’den akt. Bora, 2001). Bosshart ve Hellmueller (2009)’a göre *politainment*, politika ve eğlence arasındaki karşılıklı faydaya dayalı ilişkiyi nitelemek için kullanılmakta ve medyada iki değişik şekilde gerçekleşmektedir. Bunlardan ilki:

‘(İ)nsani durumları’ merkeze alan politika haberciliği çerçevesinde *politainment*’ın işlerlik kazanmasıdır, örneğin Fransa (Eski) Başkanı Nicolas Sarkozy ile karısı manken Carla Bruni’nin evliliklerinin haber konusu edilmesi gibi. İkincisi ise, politik mesajlarla yüklü filmler (örn. Michel Moore’un 2002 yapımı ‘Bowling for Columbine’ filmi), politik içerikli şarkılar (örn. Pink’in 2006 yapımı ‘Dear Mister President’ şarkısı) ve politikacıların bakış açısıyla yazılmış kitaplar (örn. Al Gore’un 2006 yılında çıkardığı ‘Uygunsuz Gerçek - Inconvenient Truth’ kitabı) gibi eğlence ürünlerinin *politainment* sürecinde kullanılmasıdır.

Bosshart ve Hellmueller (2009)’ın da belirttiği gibi günümüzde *politainment* temel olarak iki şekilde gerçekleşmektedir. Bunlardan ilki siyasal aktörlerin eğlence içeriklerini ve eğlence sektörünün şöhret sahibi kişilerini kullanarak medyada yer almaya çalışması ve böylelikle eğlenceyi bir tür siyasal iletişim ve siyasal pazarlama tekniği olarak kullanmaları durumudur. İkincisi ise eğlence endüstrisinin ve medyanın kendi içeriklerini cazip ve çekici kılmak, izleyici, dinleyici veya okuyucu oranını arttırmak amacıyla siyasal aktörleri ve siyasal hadiseleri malzeme olarak kullandıkları durumudur (Bora, 2001).

Politikacıların medyanın odaklandığı eğlence sektörünün ünlü karakterlerini kendi seçim kampanyaları sürecinde siyasal amaçlarla kullanması, birçok araştırmacıya göre genç seçmenleri önemli ölçüde etkilemektedir (Baum, 2005; Besley, 2006; Jackson & Darrow, 2005; Payne, Hanlon, & Twomey, 2007). Bu durumun farkına varan siyasetçiler, sıklıkla seçim kampanyaları sırasında eğlence sektörünün ünlü karakterlerini kullanmaya başlamışlardır. Bu duruma verilebilecek en uygun örnek, ABD’de 2004 ve 2008 yıllarında ünlü karakterlerin seçim sürecinde ağırlıklı olarak kullanılmasıdır. George W. Bush, 2004 yılındaki seçimlerde California Valisi ünlü oyuncu Arnold Schwarzenegger’i kendine avantaj sağlamak için kullanmıştır. Senator John Kerry ise Spin City’nin yıldızı Michael J. Fox ve ünlü aktör Aston Kutcher ile şarkı yazarı Bruce Springsteen’i kendi seçim kampanyasında kullanmış, bu durum Kerry’nin medya ve toplum ilgisini bir anda üzerine çekmesine neden olmuştur. (Bosshart ve Hellmueller, 2009)

Almanya ve ABD'deki medya ve siyaset ilişkisini irdeleyen Dörner'a göre *politainment*, siyaseti sadeleştirerek siyasal gerçekliği yansıtmakta, eğlence merkezli politik iletişim esnasında anlatılan hikayeler, işaret edilen fıkralar ve yapılan şakalar sayesinde politikanın en doğal biçimi gerçekleşmektedir. Bu durum ise siyasetin daha görünür olmasına neden olmaktadır. Ona göre *politainment* her iki tarafın da, siyaset ve medyanın, ortak çıkarlarına uygundur. Şöyle ki taraflardan biri (medya) hazırladığı yayının izlenme, takip edilme oranını artırırken, diğer ise (siyaset) daha fazla seçmene ulaşma imkânını elde etmektedir. Dörner'in belirttiği önemli diğer bir husus ise, *politainment* tarzında gerçekleştirilen siyasal iletişimin seçmenler üzerinde duygusal bağlamda olumlu bir etki bırakması hususudur. Buna göre *politainment*, seçmenlerin siyasetçilerden bıkmalarının, sıkılmasının önüne geçerek siyasal katılımı ve siyasal sistemi pekiştirme özelliği göstermektedir. Siyasetçilerin medyada yarattığı "feel good (iyi hisset)" etkisi ise 'pozitif bir ruh halini' üretmekte, siyasete ve siyasetçilere karşı yabancılaşma ve reddetme eğilimlerinin önüne geçmektedir (Dörner, 2002: 3-4)

Genel olarak değerlendirildiğinde Dörner *politainment* olgusuna olumlu bir şekilde yaklaşmakta, *politainment* olgusuna karşı getirilen 'siyasetin içini boşalttığı' ve 'siyaseti sulandırarak insanları aptallaştırdığı' gibi eleştirilere karşı çıkmaktadır. Ona göre günümüz toplumlarında *politainment*:

- Politikayı yeniden görünür kıl(makta),
- İlgiyi kendi üzerine çek(mekte),
- Politik tahayyül ve anlam modelleri oluştur(arak)
- Politik değerleri güçlendirir(erek) ve popülerleştir(erek)
- Politik eyleme yönelik sabit modeller sahneye koy(maktadır). (Dörner, 2001'den akt. Algül, 2004: 77).

Buna karşın Dörner, *politainment*'in farklı istikametlere gidebilecek bir potansiyel teşkil ettiğini de belirtmekte, bu olgunun 'politik bir müzakere forumu mu, yoksa eğlence endüstrisiyle harmanlanmış bir politik pazarlama platformu mu olduğu' soruları üzerinde düşünülmesi gerektiğinin de altını çizmektedir (Bora, 2001). Bu çalışmada *politainment* olgusuna, siyaseti popülerleştirilmesi ve siyasetin yeniden tartışılır kılması bakımından olumlu bir şekilde yaklaşmıştır.

## 1.2. Yaşantı Toplumu Kavramı

Andreas Dörner'in *politainment* kavramının zemini, Gerhard Schulze'nin yaşantı toplumu [*Erlebnisgesellschaft*] kavramı oluşturmaktadır. Buna göre günümüz toplumlarının odağında eğlence, heyecan ve haz arayışı bulunmaktadır. Bireyler hızlı yaşadıkları hayatlarının her anını ziyan etmeden eğlenerek, dinamik bir şekilde geçirmek istemektedirler. Hatta Schulze'ye göre günümüz yaşantı toplumlarında "haz elde etmek, keyif almak ve eğlenmek bir iş haline gelmiştir" (Schulze, 1993: 38). Ona göre yaşantı toplumları, "içsel olana, özel olana yönelmiş yaşam konseptinin güçlü bir şekilde etkilediği" toplumlardır. Bu bağlamda özel olan ve özel olanın dışı yansımış hali günümüz

toplumlarında önem kazanmıştır. Bora (2001)'e göre ise yaşantı toplumları, “toplumsal ilişkilerin atomize olduğu, beşerî faaliyetlerin fragmanlaştığı, hayat temposunun olağanüstü hızlandığı, tüketim ve boş zaman faaliyetlerinin kimlik ve anlam sağlamada öne çıktığı” toplumlardır. Yaşantı toplumlarının hayat görüşünü “tad/zevk alma”, “kaliteli yaşantılar deneyimleme” ve “bireyi odağa alan bir hayat tarzı” gibi özellikler temsil etmektedir. Yaşantı toplumunun kendine işleyiş alanı bulabildiği temel iletişim mecrası televizyondur. Burada televizyonun en önemli özelliği görsel kurgu yapabilmesi ve olayları hikayeleştirerek izleyicinin fazlaca düşünmesine izin vermeden verebilmesidir. Bora (2001)'ya göre televizyon yaşantı toplumunun arzularına uygun bir ‘âlet’tir. Çünkü televizyon,

Her şeyi eğlence formatında sunuyor. Televizyonun sunduğu eğlence, dinamizmiyle, rutiniyle (rutin bir dinamizmin verdiği güvenle), “gerçeğe” referansları ve “gerçekle” sürekli alışverişiyle, güçlü duygular aktarıyor izleyicilerine. İzlediklerini “öyleymiş-gibi” kabul etme izlenimi ve buna dayalı bir ferahlatıcı ütopyik bir his aktarıyor; temel olarak bir “feel-good” (kendini iyi hissediş) etkisi yaratıyor. Medya kişilikleri, irtibatlı oldukları gerçek kişileri, birtakım söylemsel konumların veya dünyayı-hayati anlamlandırıcı çerçevelerin işaretlerine/simgelerine dönüştüren hiper-reel varlıklar oluyor; böylece “hayata karışıyor”, kâh gerçek kişileri hayalî/tasavvurî konumlara kâh kurgusal kişileri gerçeğe 'çıkartabiliyorlar' (Bora, 2001).

Televizyon, politikacıların yaşantı toplumunda heyecanı, özel olanı ve eğlenceyi merkeze alan bireylere ulaşmasına, düşüncelerini ve icraatlarını onlara eğlenceli bir formatta aktarmasına ve bu yolla onların istedikleri formatta siyasal iletişim kurmalarına imkân vermektedir. Algül (2004)'e göre ise içinde bulunduğumuz yaşantı toplumunda “artık her şey semboliktir. Devir imajların devridir”. İmajın siyasal iletişimde rolü, günümüz yaşantı toplumlarında giderek artmaktadır. Bu bakımdan seçmenler üzerinde olumlu bir imaja sahip olmak, siyasetçiler bakımından vazgeçilmez bir gereklilik haline almıştır. Odağına zevk ve eğlenceyi koyan bireyleri etkileyebilmek için, ‘onlar gibi olmak’ yani eğlenceli olabilmek, temel kıstas olmalıdır. Bu doğrultuda siyasetçiler, etkilemek istedikleri hedef kitle üzerinde olumlu bir imaj kurabilmek, onların sempatisini ve desteğini kazanabilmek, ayrıca iletmek istediği mesajlarda da algıda seçicilik bağlamında farkındalık yaratabilmek için, sıklıkla eğlenceyi bir siyasal iletişim yöntemi olarak kullanmaya başlamışlardır. Bu doğrultuda kitle iletişim araçlarının, özellikle televizyonun önemi içinde bulunulan yaşantı toplumunda son derece artmıştır.

## 2. ‘The Daily Show Programı’nın Politainment Bağlamında İncelenmesi

### 2.1. Araştırma Tasarımı

#### 2.1.1. Amaç ve Önem

Günümüzde medya, siyaset ve eğlence arasındaki çizgi her geçen gün biraz daha bulanıklaşmaktadır. Amerika Birleşik Devletleri’nde Comedy Central isimli televizyon kanalında yayınlanan popüler talk şov programı The Daily Show, komedi, politik tartışma ve haber karışımından oluşan melez bir programdır. Bu program, günümüz siyasal iletişiminin ve medya

siyaset ilişkisinin önemli bir parçası haline gelen *politainment*ın tam olarak anlaşılması bakımından son derece önemli bir örneği teşkil etmektedir. *Politainment*ın prototipi konumunda olan bu program, her ne kadar kendisini ‘sahte haber’ (fake news) şeklinde tanımlasa da, programın ABD’deki siyasete ve topluma etkisi oldukça fazladır. Çalışmanın bu kısmında The Daily Show programı *politainment* bağlamında irdelenecektir.

Çalışmanın buradaki temel argümanlarından biri programın eğlenceyi bir silah olarak kullandığı, bu yolla siyasal iktidarı ve siyasetçileri eleştirdiğidir. Bunun yanı sıra siyasetçiler de bu program örneğinde olduğu gibi eğlenceyi bir araç olarak kullanmakta ve bu yolla siyasal hedeflerini ve yaptıkları icraatları seçmenlerine aktarmaya fırsat bulmakta, hedef kitleleri üzerinde olumlu bir imaj oluşturabilmektedirler. Bu bağlamda *Politainment*ın önemli örneklerinden olan bu programın, esasında yeni bir gazetecilik denemesi ve yeni bir siyasal iletişim türü olarak görülmesi mümkündür. Şöyle ki bu program, ‘sahte haber’ mottosu ile geleneksel gazeteciliğin yöntem ve tekniklerini eğlenceli bir formatta kullanmakta, sıklıkla politikacıları konuk ederek ciddi konuların eğlenceli bir şekilde tartışılmasına imkân vermekte, bu yolla halkın ilgisini çekmektedir. Gazetecilik mesleğinin geleneksel işleyişini, siyasetçileri ve meydana gelen güncel gelişmeleri eleştirebilmektedir. Dolayısıyla da bu programın günümüz değişen habercilik anlayışında yeni bir hicivsel gazetecilik yöntemi ya da denemesi olduğu değerlendirilmektedir. Bu çalışmada The Daily Show’un incelenmesi, hem gazetecilik mesleğinin hem de siyasal iletişimin geçirdiği dönüşümün farkına varılması bakımından önem arz etmektedir.

### 2.1.2. Çalışmanın Yöntemi:

Bilindiği üzere ABD’de başkanlık seçimleri 2016 yılı Kasım ayında yapılması beklenmektedir. Bu bağlamda ABD’nin önemli iki partisinde de başkanlık için aday adayları 2015 yılı itibarıyla adaylıklarını açıklamaya başlamış, bu adayların siyasal iletişimleri de yoğunlaşmıştır. Bu nedenle çalışmanın devam eden kısmında The Daily Show’un, 2015 yılının başlangıcından Jon Stewart’ın emekliye ayrıldığı son bölüm olan 9 Ağustos 2015 yılına kadarki bölümleri, amaçlı örneklem yöntemiyle incelenmiştir. Burada özellikle belirlenen bölümler programa katılan kişilerin kimlikleri ve programın içeriği dikkate alınarak seçilmiştir. Buna göre, The Daily Show’da Ocak 2015’den 9 Ağustos 2015’e kadar geçen dönemde 100’ün üzerinde program yapıldığı ve bu programlara 100’ün üzerinde konuk davet edildiği görülmüştür. Programa konuk olan kişilerden 16’sı “yazar, akademisyen ve hukuk uzmanı” iken, 13’ü “politikacı”, 12’si “gazeteci”, 1’i “emekli general”, 2’si “sporcu”, 3’ü “yönetmen ve senarist” 36’sı ise “oyuncu ve müzisyenlerden” oluşmaktadır. Bu bağlamda programların tamamı izlenmiş, fakat çalışmanın konusu bakımından politikacıların konuk olarak katıldığı programlar detaylı olarak analiz edilmiştir. Bu bağlamda The



Daily Show'a katılan 13 politikacının ve ordu ve siyaset ilişkisini görmek amacıyla bir emekli generalin yer aldığı bölümler incelenmiştir. Böylelikle The Daily Show'un siyasal iletişim süreçlerine ve medyaya getirdiği yenilikler ele alınmıştır.

Çalışmada The Daily Show'da siyasal iletişim, eğlence ve politika gazeteciliği ile politik tartışmaların nasıl ve hangi formatta gerçekleştiği incelenecek, hangi ifadelerin nasıl vurgulandığı, karşıtlıkların nasıl kurulduğu, muhalif seslere yer verilip verilmediği, ulusal ve uluslararası sorunlara nasıl yaklaşıldığı saptanmaya çalışılacaktır. Çalışmada seçilen programlardaki anahtar temaların nasıl geliştirildiğini ve aktarıldığını görmek ve söylemin hangi yoğunlukla olduğuna, hangi temalar etrafında geliştirildiğine ilişkin ipuçları elde etmek amacıyla (Dursun, 2001: 203) tematik analizden yararlanılmıştır.

## 2.2.The Daily Show Hakkında

The Daily Show programı Amerika Birleşik Devletleri'nde geç saatlerde yayınlanan bir talk şov programıdır. 21 Temmuz 1996 yılında yayın hayatına başlayan program, önceleri Craig Kilborn tarafından sunulmaktaydı. Kilborn'dan sonra program, 11 Ocak 1999 yılından 9 Ağustos 2015 yılına kadar ünlü televizyoncu Jon Stewart tarafından sunulmuştur. Programı sunuculuğu Kilborn'dan devralan Steawart, programın odağını politika, medya ve pop kültürünü olarak belirlemiştir. Programı yaklaşık 16 yıl yürüten Steawart, 2015 yılı Ağustos ayı itibariyle emekliliğe ayrılmış, yerini Trevor Noah isimli genç sunucuya bırakmıştır.

Program, politik hiciv ile televizyon haberciliğini harmanlayarak yeni bir habercilik anlayışı benimsemiş, böylelikle ABD'nin en çok izlenen televizyon programlarından biri haline gelmiştir. Kendisini 'fake news' yani 'sahte haber' olarak tanımlayan programa, müzisyenlerden ABD Başkanı'na kadar çeşitli alanlardan konuk davet edilmekte, böylelikle program özellikle genç Amerikalılar arasında popülerliğini korumaktadır. Pew Research Center'ın yaptığı araştırmaya göre program, ABD'de yaşayan gençlerin ilgisini kablolu kanallarda ve ağlarda yer alan haberlere göre daha fazla çekmektedir. Program, her ne kadar kendini ciddi olarak betimlemese de aynı araştırmaya göre, ABD'lilerin önemli bir kısmı, hükümetle ilgili haberleri bu programdan öğrenmektedirler. The Daily Show izleyicilerinin eğlence ihtiyacının yanı sıra 'haberdar olma' ihtiyacını da doyuma uğratmaktadır. Buna göre göre, liberal düşünceye sahip insanların neredeyse üçte biri (%34) politik haberleri The Daily Show'dan öğrenmektedir. ABD'li izleyiciler bu programı izleme nedeni olarak: % 45 ile "eğlence", % 24 ile "görüş ve fikir edinmek", % 10 ile "son haberleri öğrenmek", % 2 ile "haber detaylarını öğrenmek", % 20 ile de "hepsinin karışımı" olarak belirtmişlerdir. (Gottfried, Matsa ve Barthel, 2015)

Görüldüğü üzere program, ABD’de özellikle gençler ve liberaller arasında oldukça popüler bir program konumundadır. Her ne kadar bir eğlence programı olarak lanse edilse de, bu programı izleyenlerin önemli bir kısmı haber ve bilgi elde edebilmek için bu programı izlediklerini belirtmektedirler. Bu durumun nedeni programın gerçek haber ve olaylar üzerinden detaylı ve karşılaştırmalı bilgi vermesi ve eğlenceyi bir eleştiri unsuru olarak kullanmasıdır. Bu bakımdan program sıklıkla da siyasetçilerin konuk olduğu, siyasal mesajlarını halka eğlenceli bir şekilde verildiği bir iletişim mecrası haline gelmiştir.

### 2.3. The Daily Show’un Analizi

The Daily Show’da sıklıkla politikacılar konuk edilmekte, bu politikacılarla ulusal ve uluslararası sorunlar hakkında ciddi fakat zaman zaman esprilerle süslenmiş kamusal tartışmalar gerçekleştirilmektedir. Ortalama 10 dakika süren bu röportajlar polemik yerine seviyeli bir şekilde gerçekleştirilmekte, her programda farklı siyasal görüşteki siyasetçiler konuk edilerek kamusal meseleler eğlenceli bir şekilde tartışılmaktadır. Bu bağlamda The Daily Show programı kamusal bir tartışma alanı yaratarak önemli sorunların eğlenceli bir şekilde tartışılmasına imkân vermektedir. 2015 yılı içinde programa katılanlar arasında; ABD Eski başkanlarından Bill Clinton, ve Jimmy Carter, 2016 ABD seçimlerine adaylıklarını açıklayan Cumhuriyetçi Parti aday adayları Senatör Marco Rubio ve Senatör Rand Paul, New York Belediye Başkanı Bill de Blasio, Senatör Al Franken, Senatör Kirsten Gillibrand, Vali Mike Huckabee ve Obama’nın Baş Danışmanı David Axelrod, Julian Castro ve John Lewis gibi siyasetçilerin yanı sıra ABD ordusunda ve NATO’da önemli görevler gerçekleştirmiş General Stanley McChrystal hatta İskoçya Başbakanı ve İskoçya Milliyetçi Partisi’nin Başkanı Nicola Sturgeon da bulunmaktadır. Siyaseten önemli kişilerin katıldığı bu programda siyaseti, ulusal ve uluslararası toplumu ilgilendiren konular eğlenceli bir şekilde tartışılmakta, siyasetçiler mesajlarını hedef kitlelerine iletebilmektedirler.

Program geleneksel TV talk şov programlarında olduğu gibi eğlenceyi de içermektedir fakat, programın temel yaklaşımı tamamen eğlence odaklı değildir. Siyasetçilerle yapılan röportajlar onların gençliklerinde hatta çocukluklarında yaşadıkları olaylardan, siyasal hayatlarında karşılaştıkları güçlüklerle ve meydan okumalara kadar birçok unsuru içinde barındırmaktadır. Program popüler kültüre ait eğlence unsurlarına yer verirken, bunu sıklıkla güncel kamusal sorunlarla örneklendirmekte ve bunu eğlenceli bir şekilde gerçekleştirmektedir. Bu nedenle programı tek başına eğlence programı, talk şov ya da komedi programı olarak görmek, medya ve siyaset ilişkisindeki bu yeni eğilimin anlaşılmasının önüne geçecektir. Stewart’ın 8 Haziran 2015’de İskoçya Başbakanı Niccola Sturgeon ile gerçekleştirdiği röportajda kullandığı söylem, yaptığı işle ilgili önemli ip uçları vermektedir.

**Nicola Sturgeon:** Beni internet sitenizde komedyen olarak tanıtmışsınız. Bu komik olmam yönündeki beklentileri artırıyor. Ben bir politikacıyım ve biliyorum ki politikacılar bazen gerçekten komik olabiliyorlar.

**Jon Stewart:** Endişelenmene gerek yok. Onlar benimde 17 yıldır komedi yaptığımı düşündüler. Bu da gerçekleşmedi. Dolayısıyla onlar alıştılar buna. (08/06/2015)

The Daily Show genellikle yayınlandığı tarihte gerçekleştirilen güncel olayları ve bunların yanı sıra “Dış politika, Ortadoğu Sorunu ve İŞİD meselesi”, “2016 ABD Başkanlık Seçimleri”, “Terör ve İslam”, “Ekonomi” ve “Toplumsal Sorunlar” gibi hususları temel olarak konu edinmektedir. Politikacılar ise bu konular hakkındaki mesajlarını seçmenlere eğlenceli bir şekilde iletmektedir. Çalışmanın bu kısmında programda bu temaların nasıl işlendiği incelenecektir.

### 2.3.1. Dış politika, Ortadoğu Sorunu ve İŞİD meselesi

The Daily Show programında üzerinde durulan temaların başında dış politika, Ortadoğu’da meydana gelen gelişmeler ve İŞİD gibi radikal sözde İslamcı terör örgütleri gelmektedir. Ortadoğu meselesinde sunucu Jon Stewart, ABD’yi ‘Wile E. Coyote ve Road Runner’ isimli çizgi filmdeki daima başarısız olan ve kullandığı silahları kendisine dönen “çakal”a benzetmektedir. Ona göre, Orta Doğu’da ABD ne zaman o dönemin “iyi adamına” güvenip, onu destekleyip, eğitip-donatıp silahlandırırsa, bu silahlar daima ABD’ye düşmanca çevrilmektedir. Dolayısıyla ABD’nin dış politika stratejisi başarısız bir konumdadır. Bunu Stewart, New York Belediye Başkanı Bill de Blasio’nun katıldığı 2 Haziran 2015 seçimlerinde şu şekilde dile getirmektedir:

Bu kaos 1980li yıllarda başladı. Ayetullah’a karşı o dönemin iyi adamı olan Saddam Hüseyin’i destekledik. 1980leri Saddam Hüseyin’e destek vererek boşa harcadık. Ardından ise 1990’larda Kuveyt’i Saddam’a karşı destekledik. Şimdi İse İŞİD ile savaşıyoruz ki İŞİD’i 1980’lerde biz silahlandırdık. Şimdi ise bölgedeki iyi adam rolündeki kişileri desteklememiz, silahlandırmamız isteniyor. Hiç mi bir .... öğrenmedik? (02/06/2015)

ABD dış politikasını eleştirirken Stewart, öncelikle ABD’li siyasetçilerin ‘Suriye’deki Kürtleri silahlandırmalıyız!’ yönündeki konuşmalarını içeren kısa bir haber derlemesi izlettirmekte, ardından ise masasına koyduğu ve üzerinde “Orta-Doğu Bataklığı Çılgık Kavanozu” yazan cam kavanozun kapağını açıp içine bağırarak hızlı bir şekilde argo ve küfürleri sıralamaktadır. Benzeri tartışmalar tekrar haber içeriklerinde verildiğinde ise Stewart yine kavanozu açmakta ve içindeki ‘hayali’ sesler stüdyoda tekrar yankılanmaktadır. ABD eski generallerinden ve NATO güçleri eski komutanlarından General Stanley A. McChrystal’ın 1 Haziran 2015 tarihinde konuk olarak “Team of Teams” isimli yeni kitabı hakkında konuştuğu programda General ile Stewart arasında geçen konuşma, bu konuda oldukça önem arz etmektedir:

**Stewart:** Sizce neden İŞİD bizim sorunumuz. Bunun nedeni İŞİD’i bizim yaratmış olmamız olabilir mi?

**Gen. McChrystal:** (Sessiz bir şekilde gülerek, kafasını sallayarak Stewart’ı onaylamaktadır)

**Stewart:** Benim bir teorim var, bunu dinleyip yorumlarsanız çok mutlu olurum. 1980'lerdeki İran Irak Savaşı. Saddam ve İran savaş yapıyorlardı. Biz ise Saddam'ı destekliyorduk. Ona silah veriyorduk. Şimdi ise genel olarak Saddam'dan derslerini alarak savaşmayı öğrenen insanlar İŞİD'i yönetiyorlar. İŞİD kumandanlarının çoğu Saddam'ın adamları. Biz ise şuanda İran ile aynı taraftayız ve İŞİD ile savaşıyoruz. Bu bana söylemiş gibi geliyor. Biz İran – Irak Savaşı'nı 50 mil kuzeydoğuya kaydırdık ve taraf değiştirdik. Doğru mu? Stüdyodan gülüşme sesleri yükseliyor.

**Gen. McChrystal:** Bu açıklama konuyu epeyce basite indirgemiş gibi görünüyor. Stüdyodan tekrar gülüşme sesleri yükseliyor.

**Stewart: Gülerek** Peki çok teşekkür ederim. (01/06/2015)

Görüldüğü üzere program eğlenceli bir formatta olmasına rağmen ulusal ve uluslararası bir çok sorun programın odağına taşınmakta, bu sorunlar esasında anlamlı fakat eğlenceli bir formatta tartışılmaktadır.

### 2.3.2. ABD Seçimleri

8 Kasım 2016 yılında yapılacak olan ABD Başkanlık seçimlerine yönelik bilgi ve habere The Daily Show'un hemen hemen her programında rastlamak mümkündür. Stewart sıklıkla ABD Başkanlık seçimlerinde yarışmak isteyen politikacıların aday adaylığı açıklamalarını yaptıkları lansmanları programına konu etmekte, bu adayların söylemlerini de eğlenceli bir şekilde eleştirmektedir.

**Jon Stewart:** Bugün Cumhuriyetçiler arasından başkanlık yarışı için başvurmayan adayların kısa listesi daha da kısaldı. Senatör Lindsey Graham da adaylığını Merkez Güney Carolina'dan açıkladı. İlginç gerçek şu ki Merkez Carolina eyaleti Carolina'nın merkezinde değil. Yani yerin adı bu, merkez Caroline. Esasında bu eyalet Kuzey Batı Carolina'da yer alıyor ve.. Gerçekten bu sizin umurunuzda değil, di mi? **(Gülüşmeler)** Hadi buraya izlemek için izlediğimiz şeyi izlemeye geçelim.

**Lindsey Graham:** Ben bizi öldürmek isteyen teröristleri yenmek için başkan adayı oldum. Onlar çok tehlikeli ve biz hiçbir zaman radikal İslam ile barışçıl bir şekilde bir arada yaşayamayacağız. Radikal İslam giderek tehlikeli bir hal alıyor. Dünya terör ve şiddetle patlamak üzere.

**Jon Stewart:** Bir insanın ne kadar paranoid olduğunu bilmek çok önemli değil. Ama bu adam, bu aksan ile gerçekten çok işveli görünüyor. –**Gülüşmeler**–

**Stewart:** Tamam anladık. Sen başkanlık için yarışyorsun ve hepimiz öleceğiz. Senin düşüncen ne? Ne yapacaksan?

**Graham'ın konuşmasından alıntı:** Ben her gün sizi gururlandırmak için çalışacağım. Tanrı sizi korusun! (Graham sözlerini bitirip kürsüden inerken James Brown'un I Feel Good şarkısı çalıyor)

**Stewart:** Gerçekten Lindsey Graham'ım seçim kampanyası şarkısı bu. I feel Good (iyi hissediyorum) Ancak bu konuşmadan sonra herkes bombadan korunmak için sığınak aramaya başladı, kimse kendini iyi hissetmiyor. Sen insanların ödünü patlatıyorsun! (01/06/2015)

Programda sıklıkla eleştirilen başkan adaylarından diğer bir tanesi ise ünlü iş adamı Donald Trump'tır. Stewart, Trump'ın başkan adaylığını “dün gece çok tuhaf bir rüya gördüm. Rüyamda tuhaf ve komik bir adam gökten iner gibi yürüyen merdivenlerden inerek halkın arasında karıştı ve başkanlığa aday oldu. Neyse ki bu bir rüyaydı”. Stewart sonra (Trump'ın ‘farklı saç şekline’ atıfta bulunarak) cebinde ‘yanlışlıkla’ bir tutam saç bulup, ‘Aman tanrım bu gerçekmiş!’ şeklinde çılgık

atarak Trump'ın başkan adaylığını onaylamadığını, hatta onun başkanlık adaylığının absürt olduğunu vurguluyor. Stewart bunu da yine Trump'ın konuşmasından alıntılarla yapmaktadır.

**Donald Trump:** Ben Tanrı'nın yarattığı en büyük iş yapan başkanlarından biri olacağım.

**Stewart araya giriyor ve Trump'ı taklit ederek:** İşin gerçeği tanrının neden her şeyi veya beni yaratması bu kadar uzun sürdü anlamıyorum. Dünyayı ve cenneti yaratması 6 gün sürdü. (Trump Towers gibi ünlü binaları Donald Trump'ın inşa etmesine atıfta bulunarak) Ben ise 3 günde yapabiliyordum ve bundan kâr elde edebiliyordum. İnanın bunu Çinliler bile yapamazdı (17/06/2015).

**Stewart:** Hiç kimde Trump kadar eğlenceli ama az seçilebilir olamaz. (26/06/2015).

The Daily Show'da ABD başkanlığı için aday adayları olan senatörlerin söz alarak tartıştığı *Democalypse2016* isimli platform da sıklıkla haber konusu yapılarak, buraya katılanların hiçbirinin asla ABD başkanı olamayacağı belirtilmekte ve bu platform "kaybedenler kulübü" olarak nitelendirilmektedir (20/01/2015).

Seçim sürecinde Cumhuriyetçi Parti'yi de sıklıkla eleştiren Stewart'a göre, Cumhuriyetçiler 2012'de söylediklerinin aynısını tekrar etmekte. Ona göre "bu temelde iki konu üzerinde tekrara dayalı bir söylem, bu söylemin ilki deregülasyon, ikincisi ise Obama'nın sağlık politikasının ortadan kaldırılması. Bu Cumhuriyetçiler için dünyanın genel sorunlarına karşı kullanılacak yegane ilaç." Stewart bu ilacı klamidya (göz ve genital organlarda enfeksiyona neden olan bir hastalık türü) tedavisine benzetmektedir (26/01/2015). Ona göre, "Cumhuriyetçilerin dillerine doladıkları deregülasyon ve Obama'nın sağlık politikasının ortadan kaldırılması önerisi tıpkı klamidya için kullanılan bir penisilin gibi, bu ilaç seni iyileştirmez fakat doktorunu zengin eder" (26/01/2015).

Programda ABD başkanlığına aday olan senatör ve politikacıların eleştirmesine rağmen, adaylar programın izleyicileri üzerindeki etkisinin farkına vararak, sıklıkla The Daily Show'a katılmakta, bu programda düşüncelerini ve yapmak istediklerini eğlenceli bir şekilde dile getirmektedirler. Her ne kadar eleştirilseler de programa katılan senatörler arasında Cumhuriyetçi Parti başkan adayları Florida Senatörü Marco Rubio, Kentucky Senatörü Rand Paul ve Arkansas 54. Valisi Michael Dale Huckabee de yer alıyor. Bu politikacılar, seçilmeleri durumunda yapacakları çalışmaları ve mevcut sorunları programda eğlenceli bir şekilde seyircilere aktarmakta, onlarla siyasal iletişime bu yönde geçmektedirler.

### 2.3.3. Terörizm ve İslam Dünyası

The Daily Show'un sıklıkla değindiği konulardan biri de İslam adı altında yapılan terörist faaliyetlerdir. Stewart, yapılan açıklama ve haberlerin açıkça nefret söylemini geliştirdiği ve Müslümanların genelinin zan altında bırakıldığını vurgulamaktadır. Stewart bu yönde toplumun ileri gelenlerinden 'iki yüzlü açıklamalar' yapıldığını savunmaktadır. 12 Ocak 2015 tarihinde Fransa'da

Charlie Hebdo baskını konu edinen The Daily Show programında Stewart, News Corporation'ın sahibi Rubert Murdoch'un Twitter'daki açıklamalarını şu şekilde eleştirilmektedir:

**Murdoch:** Belki Müslümanların çoğu barışçıldır fakat kendi içlerindeki cihatçı kanserin farkına varıp bunu temizleyinceye kadar bu saldırılardan sorumlu tutulmalıdırlar.

**Stewart:** Oh medya kümelemesinin majesteleri! Tabi kendisi bu konuda çok saygı değer ve sağlam biri olduğu için dirayetli olabiliyor. Bir grubun en küçük parçası bile korkunç bir suça karışırsa, o grubun tüm üyeleri toplumca suçlu sayılmalarıdır. Ancak o grubun üyesi ölü insanların telefonlarını hackleyerek yalan haber yaptıysa ve bu grubun başındaki kişi ünlü bir iş adamıysa ve onun adı da Rubert Murdoch ise bu bir istisna sayılabilir.

**(Bu sırada Murdoch'un News of the World skandalı sırasındaki sorgulanması haber olarak veriliyor.)**

**Savcı:** Sayın Murdoch, sonuç olarak bu bütün fiyaskodan sorumlu olduğunuzu düşünüyor musunuz?

**Murdoch:** Hayır

**Savcı:** Sorumlu değilsiniz? Peki sizce sorumlu kim?

**Murdoch:** Sorumlu benim güvenerek işe aldığım insanlar ve sonra belki onların güvenerek çalıştırdığı insanlar.

**Stewart** (bu sırada araya girerek ve Murdoch'un kalın sesini taklit ederek): Belki bilmiyorum, belki Müslümanlar sorumludur bu işten, ne dersiniz evet barışçıl ılımlı Müslümanlar sorumlular bundan (12/01/2015).

Stewart sıklıkla parodilere başvurarak, bu tür konuları basite indirgeyerek bunun ne kadar haksızca bir söylem olduğunu eğlenceli bir şekilde ortaya koymaktadır. Bu konuda sıklıkla “uzman” olarak nitelendirdiği kişilere başvurmakta, onların bu konular hakkındaki görüşlerini almaktadır. Stewart, ‘Charlie Hebdo saldırısında kimin özür dilemesi gerektiği konusundaki ‘kafa karışıklığını giderebilmek için “kınama bilimci” uzmanlara sormamız gerekiyor’ diyerek ‘uzman’ olarak nitelendirdiği Jason Jones (beyaz erkek), Jessica Williams (siyahi kadın) ve Hassan Minhaj (Hindistan asıllı Müslüman erkek) isimli üç kişiyi programına konuk ederek konunun şu şekilde tartışılmasını sağlamaktadır:

**Jason:** Bu saldırıyı (Charlie Hebdo Saldırısı) ve bu saldırıda sorumluluğu olanları bütün kalbimle kınıyorum.

**Jessica:** Ben de öyle bunu tüm kalbimle kınıyorum.

**Hasan:** Evet Jon ben de bir Müslüman olarak bu eylemleri kesinlikle, yüzde yüz olarak, kesin süratte kınıyorum.

**Jason:** Dürüst olmam gerekirse Hassan'nın söyledikleri pek inandırıcı gelmedi.

**Jessica:** Evet bence Hassan istediğimiz kadar kınayıcı olmadı.

**Hasan:** Hayır, hayır, hayır. Bende en az sizin kadar sert bir şekilde kınadım arkadaşlar.

**Jason:** Kınadın ama bence bunu birazcık daha utanarak yapmalıydın bu yeterli değil.

**Jessica:** Burada şeytanı reddeder gibi kınamalıydın.

**Stewart:** Evet haklısınız bence de.

**Hasan:** Oh şimdi burada neyin döndüğünü anladım. Ben Müslümanım diye sizden daha çok kınayıcı olmam gerekiyor değil mi? Eve evet. Beni kendi standartlarınıza çekmeye çalışıyorsunuz. Dünyadaki bütün Müslümanlar bunu kınadı. Arap ligi, Fransız Müslümanları, Hindistan, Avusturya, Ukrayna, Lübnan vs. dünyanın her yerinden kınama mesajları geldi. Bizim ne kadar kınadığımızı görebilmek için bir bakın, Paris'te bile Yahudilerin Kosher ürünlerini satan süpermarket saldırısını kınamak için Müslümanlar “Je suis JUIF” yani “hepimiz Yahudiyiz” pankartını açtılar.

**Jessica:** Bilmiyorum dostum ama bu bir sandviç pankart, önemli değil.

**Jason and Stewart:** Evet önemli değil (12/01/2015).

Konuşmanın sonunda Hassan Asif hem Müslüman olduğu için hem de Hindistan asıllı olduğu için iki kez özür dilemek zorunda bırakılmakta ve herkes mutlu bir şekilde konuşmayı sonlandırılmaktadır. Görüldüğü gibi program politik ve toplumsal olayları eğlenceli bir şekilde eleştirmekte, medyanın temel işlevlerinden biri olan eğitime ve bilgilendirme işlevlerini de yerine getirmektedir.

#### 2.3.4. Ekonomi

Ekonomi The Daily Show'da sıklıkla gündeme getirilen önemli temalardan biridir. Stewart, Cumhuriyetçi Parti'den de Demokrat Parti'den de politikacıları ve başkan aday adaylarını programına sıklıkla konuk ederek bu konu ile görüşlerini izleyicilere aktarmalarına ve bu konu ile ilgili kamusal tartışmaların gerçekleşmesine imkân vermektedir. New York Belediye Başkanı Bill de Blasio'nun ve Cumhuriyetçi Senatör Marco Rubio'nun konuk olduğu programın genel çerçevesi ekonomi üzerine yoğunlaşmıştır.

**Stewart:** Bir kitabımız var adı da 'Amerikan Rüyası: Ekonomik İmkanları İyileştirmek' ile başlıyor ama sonradan 'herkes için' diye tuhaf bir cümle kuruyorsunuz. (Kitabın tam adı: Amerikan Rüyası, Ekonomik İmkanları Herkes İçin İyileştirmek) Burada ne demek istediğinizi açıklayabilir misiniz? Çünkü bu ülkede biz genellikle ekonomik imkânları paraları olan insanlar için ayrı tutarız. Bu yüzden herkes için kelimesini kullanmak çok ilginç bir fikir, lütfen bunu açıklar mısınız? Gülüşmeler.. (13/01/2015)

Ardından Marco Rubio kitabından ve başkan olması durumunda izlemek istediği ekonomik politikalarından, deregülasyondan, sınırlı devlet, serbest girişim ve 21 yüzyılın ekonomik meydan okumalarından bahsederek izleyiciye zaman zaman esprilerle dolu bir anlatışı tercih etmektedir (13/01/2015). Demokrat Partili New York Belediye Başkanı Bill de Blassio ise The Daily Show'da gelir eşitsizliği ile ilgili kitabı, İlerici Gündem'de (Progressive Agenda) yer alan ekonomi politikası önerilerini ortaya koymaktadır.

**Stewart:** Ekonomik ilerlemeyi nasıl gerçekleştirmeyi düşünüyorsun?

**Bill de Blassio:** maaşları ve yardımları arttırarak, en düşük ücret saat başı 15 dolar olmalı. (Alkışlanıyor)

**Stewart:** Bunu anlıyorum ama küçük şirketler bu yükümlülüğü yerine getiremeyebilirler. Bunu hesaba kattınız mı?

**Blassio:** Her zaman istisnalar olabilir ama en düşük ücret yaşayabileceğin para anlamına geliyor. Bugün New York City'de en düşük ücret 8.75 Dolar. Böyle bir ücretle günümüzde New York City'de yaşayabilmek mümkün mü?

**Stewart:** New York City dışında günümüzde bu paraya hiç bir yerde yaşayamazsın

**Blassio:** Burada çözüm fakire düşük ücret vermek yerine zengini vergilendirmek daha mantıklı olacaktır. İşte çılgin fikir bu, zengini vergilendir.

Bill de Blasio'nun ve Marco Rubio'nun esprilerle süslenen açıklamaları ve Stewart'ın nüktedan yaklaşımları izleyiciler tarafından sıklıkla alkışlarla kesilmekte, siyasetçilerin siyasal iletişimleri de popüler bir şova dönüşmektedir. Bunun yanı sıra, ekonomi gibi birçok insanın 'sıkıcı' olarak nitelendirilebileceği bir alan dahi, *politainment* ile cazip, ilgi çekici ve eğlenceli bir konuma gelmektedir.

### 2.3.5. Sosyal Sorunlar

The Daily Show'da ulusal sosyal problemler de sıklıkla tartışılan temalar arasında yer almaktadır. Bu problemlerin başında da toplumsal cinsiyet algısı ve LGBT topluluklarının hak arayışları gelmektedir. Bilindiği üzere ABD'de eşcinsel evliliklerin bazı eyaletlerde yasal kılınması çeşitli tartışmaları da beraberinde getirmiştir. Ocak 2015'te Florida Eyalet Mahkemesi tartışmalı bir karara imza atmış ve eşcinsel evliliklerini yasal kılmıştı. Mahkemenin kararını açıklamasından üç saat sonra çiftler nikah işlemleri için sıra almaya başlamış, bu durum bir çok protestocunun da mahkemenin önünde bu kararı protesto etmesine neden olmuştur. Stewart buna, "artık karar verildi dostum ne yapabilirsiniz ki? Bütün adli yolla evlilikleri durduramazsınız ya" diyerek tepki gösteriyor. Ardından yeni haberler ekrana getiriliyor ve haberde özetle "Florida da artık adli yoluyla evlilikler yapılmayacak" bilgisi yer alıyor. Hakim bu kararı, "bu konuyla ilgili kendilerini rahatsız hisseden insanları korumak ve her hangi bir ayrımcılığın önüne geçebilmek için" aldığını açıklıyor.

**Stewart:** Bu yüzden bütün evlilikleri iptal mi ettiniz? Tanrım, bu o alandaki nişanlı çiftler için çok kötü bir haber. Ama Kasanovalar için de harika bir haber... (Gülüşmeler) hadi ama bu nasıl bir karar. Pekala sizin korumaya çalıştığınız insanlara bir bakalım. **(Yeni haberler veriliyor.)**

1. **Haber:** Floridalı bir adam bir timsahı bira içmeye alıştırılmaya çalışırken yakalandı.
2. **Haber:** Floridalı bir kadın erkek arkadaşının arabasını, McDonald's önünde, kendisine McFlury almadığı için, yaktığı iddiasıyla tutuklandı.
3. **Haber:** Zengin bir Floridalı erkek, kız arkadaşını evlat edindi.
4. **Haber:** Floridalı kadın gibi giyinen bir erkek, doktor olduğunu iddia ederek kadınlara çimento enjekte etti.
5. **Haber:** Floridalı bir erkek elektrikli bir testereyi pantolonuna saklama yoluyla çalmaya çalışırken yakalandı.

Stewart, Bu haberlere gülererek, "Floridalılar sizin başkalarını yargılama hakkınız yok" diyerek eşcinsel evlilikleri desteklediğini belirtmektedir. (23.01. 2015)

Haziran 2015 tarihinde ise ünlü Atlet William Bruce Jenner cinsiyet değiştirerek kadın olduğu haberi ABD gündeminde yer almaktadır. Caitlyn Jenner ismini alan atlele ilgili haberi sunan Stewart, medyanın yaklaşımını eleştirmeden geçmemektedir. Ona göre medya, "şaşırtıcı bir şekilde", Caitlyn'in cinsiyet değiştirmesini olumlu karşılamıştır. Fakat medya ona bir kadın olarak saygı duymamaktadır. Jenner ile ilgili verilen haberler tekrar ekrana getirilerek Jenner'ın bu 'yeni' halinin ne kadar 'seksi' olduğu defalarca, farklı haber kanallarında, vurgulandığı gösterilmektedir. Stewart bu durumu şu şekilde eleştirmektedir:



Caitlyn, sen erkek iken senin atletizminden ve iş hayatındaki başarılarından söz edebiliyorduk. Şimdi ise bir kadınsın ve senin görüntün bizim umurumuzda olan tek şey artık.... Caitlyn Jenner kutlarım, ABD'deki kadın olma hayatına hoş geldin. (02/06/2015)

ABD Başkanı Barack Obama'nın katıldığı 21 Temmuz 2015 tarihli programda toplumsal sorunlar genel olarak sosyal güvenlik, emeklilik hakları gibi hususlar bağlamında tartışılmıştır. Burada Obama ile Jon Stewart arasında esprilerle süslenmiş, eğlenceli fakat bir o kadar da eleştirel ve ciddi bir tartışma programı gerçekleşmiştir. Programda ABD'nin en çok tartışılan sorunlarından biri olan ve Obama'nın seçim yarışında vaat ettiği sağlık hizmetlerindeki düzenlemeler ve gazilerin bundan faydalanması çalışması, oldukça 'ciddi' bir şekilde eleştirilmekte, böylelikle de ABD'nin yürüttüğü dış politikanın da sürdürülebilir olmadığını vurgulanmaktadır.

**Jon Stewart:** V.A (Veteran Affairs- Emeklilik İşleri) ile ilgili daha büyük bir sorun var... 2009 yılında seçilerek makama geldiniz ve açık bir şekilde dediniz ki V.A ile D.O.D (Department of Defense – Savunma Departmanı) arasındaki işlerliği iyileştireceğim ve bunun için milyon dolarlar harcadınız. Ama 5 yıl sonra bunu gerçekleştiremediniz. Sonra geri dönüp bunu ayrı bir şekilde gerçekleştireceğiz dediniz. Daha fazla para harcadınız ve bu da işe yaramadı.... Bak bundan daha iyi bir siyasi sorun bulamazdınız. Neredeyse herkesin düzeltilmesi fikrine katıldığı, onayladığı bir sorunla uğraştınız. Ama sonuçta gazileri yüzüstü bıraktık. Neredeyse herkes onaylıyordu fakat 7 yıl geçti daha iyisini yapabiliydik. Buna karşın—

**Barack Obama:** -- Bekle, bekle! geri atmamızın nedeni 2.7 milyon insanın gelmesidir. Sürekli yeni insanın gelmesidir. Bu durum sorunu büyütüyor

**Jon Stewart:** Oh pekala ama, eğer bir sürü savaş başlatırsanız olacağı budur. Bunun sona ermesi gerekir. Savaş insanları yaralayabiliyor. **Gülüşmeler ve alkış salondan yükseliyor.** (08/06/2015)

### 2.3.6. Yeni Bir Gazetecilik Deneyimi Olarak The Daily Show

The Daily Show sıklıkla geleneksel medyanın habercilik yöntemlerini ve habercilik dilini taklit etmekte, bu yolla izleyicisini bilgilendirmektedir. Daha önce belirtildiği gibi program kendini “fake news” yani “sahte haber” olarak tanımlamaktadır. Buna karşın haberlerde gerçek sorunlar ele alınmakta, haber aktörleri programa konuk edilerek geleneksel haberciliğin yöntemleri izlenmektedir. Programda geleneksel haber medyası da sıklıkla eleştirmektedir. Jon Stewart, “gerçek haberlerin” demokrasinin sağlıklı işlenmesini engellediğini belirtmektedir. Ona göre medya doğru yerde doğru soruyu sormayarak insanları oyalamaktadır. Stewart programlarında sıklıkla Fox News ve CNN gibi kanalların habercilik yöntemlerini de eleştirmektedir.

The Daily Show'da haberler aktarılırken sıklıkla muhabirlere ‘önemli görünmelerini sağlamak için’ unvanlar verilmekte, bu unvanlarda programdan programa geçişebilmektedir. Örneğin Jessica Williams 12 Ocak 2015 tarihinde ‘Uzman Kınama Bilimci Muhabir’ iken 22 Haziran 2015 tarihinde ‘Kıdemli Irk İlişkileri Muhabiri’ olarak tanıtılmaktadır. Bu yolla esasında uzmanlığın veya unvanın medyada kazanılmadığı, verildiği ve çoğu zaman önemsiz olduğu vurgulanmaktadır. Değişen toplumla beraber gazetecilik mesleği de değişmektedir. Bu bakımdan The Daily Show eğlencenin ve

yaşantıların önem kazandığı günümüz toplumlarında sahte habercilik yerine bir gazetecilik deneyimi olarak alınması gazeteciliğin geleceği bakımından önem taşımaktadır.

### 3. Değerlendirme ve Sonuç

Günümüzde medya ve siyaset arasındaki ilişkiye eğlence yeni bir unsur olarak katılmış, eğlence, haber ve siyasal iletişimi ayıran çizgi giderek bulanıklaşmaya başlamıştır. Eğlence programları televizyonlardaki geleneksel sürelerini aşmış, haberin bilgilendirici boyutunun yanında eğlendirici boyutu da ön plana çıkmıştır. Esasında medya içinde bulunduğu toplumun bir aynası konumundadır. Bu bakımdan medya, Schultze'nin yaşantı toplumu olarak tanımladığı günümüz toplumlarındaki eğlence ve haz odaklı yaşam biçimine ayak uydurmuş, içerik ve haberlerini bu yönde değiştirmiştir. Günümüzde hiçbir siyasal aktörün hedef kitesinin onayını, desteğini ve sempatisini kazanmadan siyasal hayatını devam ettirmesi mümkün değildir. Bu bakımdan siyasetçiler hem siyasal imajlarını olumlu kılabilmek ve sempati kazanabilmek için hem de siyasal mesajlarını hedef kitlelerine iletirken gönderdikleri bu mesajların insanların zihninde farkındalık yaratmasını sağlayabilmek için eğlenceyi bir tür siyasal iletişim aracı olarak kullanmaya başlamışlardır.

Günümüz toplumları, yaşantı toplumu, bilgi toplumu, tüketim toplumu gibi çeşitli sıfatlarla nitelendirilerek anlaşılmaya çalışılmaktadır. Gerçek olan şu ki, giderek değişip dönüşen günümüz toplumlarında eğlence arayışı önemli bir yer tutmaktadır. Bu durum eğlence, siyaset ve medya arasındaki ilişkinin “kazan kazan” ilişkisine dönüşmesine neden olmuştur. Medya ticari kaygılarla izleyicisini tutabilmek ve arttırabilmek amacıyla eğlence içerikli programlara yer vermekte, siyasetçiler ise daha önce de belirtildiği gibi olumlu bir imaj kazanabilmek ve hedef kitesini etkileyebilmek için eğlenceyi kullanmaktadırlar. Bu durum eğlence, siyaset ve medya arasındaki simbiyotik ilişkinin gelişmesine ve popülerleşmesine neden olmuştur. *Politainment* bu ilişkiyi, siyaset eğlence ve medya arasındaki ilişkiyi, tanımlayabilmek için ortaya atılan bir kavramdır. Bu bakımdan günümüzdeki yıllarda Türkiye’de ve dünyada eğlence içerikli haber programlarının artacağı düşünülmektedir.

Günümüzün en etkili kitle iletişim araçlarından biri olan televizyon, *politainmentin* kendine uygulama alanı bulduğu en önemli kanallardan birisidir. İnternet kullanımının her geçen gün artmasına rağmen, bu iletişim mecrası henüz televizyon kadar geniş kitlelere hitap eden bir konuma erişememiştir. Bu bakımdan *politainment* olgusunu televizyonlarda incelemek konunun anlaşılabilmesi bağlamında önem taşımaktadır. Yapılan bu çalışmaya göre The Daily Show programı *politainment* olgusuna ve günümüz toplumlarındaki medya, eğlence ve siyaset arasındaki simbiyotik ilişkiye en önemli örneklerden biri konumundadır.

The Daily Show programı güncel ve politik olayları eğlendirici bir formatta ele almakta, politik mizah ve hiciv aracılığıyla sıklıkla siyaseti ve siyasetçileri eleştirmektedir. Program, bu bakımından ABD’de ve dünyada popüler bir konuma gelmiş, bu durum siyasetçilerin de dikkatini çekmiştir. Bu doğrultuda siyasetçiler seçmenleri üzerinde olumlu bir imaj oluşturabilmek ve gönderdikleri mesajları farklılaştırarak hedef kitlelerinin zihinlerinde yer edinebilmek amacıyla sıklıkla bu programa katılmakta, bu yolla hedef kitleleriyle siyasal iletişime geçmektedirler.

Programın temel hedefi siyasetçileri gülünç duruma düşürmek değil aksine sorunlara ilgi çekebilmektir. Bu nedenle siyasetçilerin konuk olduğu programlarda onlara yeteri kadar düşüncelerini anlatma ve fikirlerini açıklama süreleri verilmektedir. The Daily Show programının önceki sunucusu Jon Stewart her ne kadar liberal görüşte olsa ve bunu da sıklıkla dile getirse de Cumhuriyetçi Parti’den de sıklıkla konuk programa kabul etmekte, onların da görüşlerini açıklamalarına imkân vermektedir.

Program konuklarla samimi ve eğlenceli kamusal tartışmalara imkân vermektedir. Bu doğrultuda ulusal ve uluslararası sorunların samimi bir şekilde konuşulması bakımından program önemli bir kamusal tartışma platformu konumundadır. The Daily Show’un dış politika, IŞİD, Irak ve Suriye sorunları, ABD Başkanlık seçimleri, sağlık ve sosyal güvenlik sorunları ile LGBT topluluklarının sorunları gibi iç ve dış siyaset gibi kamuyu ilgilendiren önemli konuları ön plana alması ve burada siyasetçilerin görüşlerine yer vermesi, bakımından demokratik bir tartışma platformu niteliği taşıdığı değerlendirilmektedir. Bu bakımdan The Daily Show gibi programlar eğlence ve haz arayışının ön planda olduğu günümüz yaşantı toplumlarında özellikle siyasetten uzaklaşan apolitik bireyler arasında, siyasetin eğlence yoluyla yeniden popülerleşmesine ve siyasetçilerin görünür kılınmalarına imkân verdiği düşünülmektedir.

Bu çalışmanın temel hedeflerinden bir diğeri ise haberciliğin günümüz toplumlarında yaşadığı dönüşüme dikkat çekmektir. Bu doğrultuda yine The Daily Show programı önem kazanmaktadır. Şöyle ki her ne kadar kendisini “sahte haber” (fake news) olarak nitelendirse de The Daily Show, eğlencenin merkezi konumda olduğu günümüz toplumlarında, gazeteciliğin değişim arayışına da önemli bir örnek teşkil etmektedir. Program, geleneksel gazetecilik yöntemlerini taklit etmekte, haber ve hicvi karıştırarak yeni format ortaya koymaktadır. Program ‘sahte habercilik’ nitelendirmesini, geleneksel medya ve iktidar baskısından sıyrılabilme için bir kalkan olarak kullanmakta, bu yolla geleneksel gazeteciliğin yapamadığı politik eleştirileri ve parodileri yapabilmektedir. Esasında izleyiciler, geleneksel haber medyası ve siyasetçiler sahte habercilik mottosuyla yayınlanan bu haberlerin çoğu zaman ‘gerçek haberlerden’ daha gerçek olduğunun farkındadır. The Daily Show bu bakımdan yeni bir gazetecilik deneyimi ya da arayışı çabası olarak

görülebilmektedir. Bu doğrultuda programın irdelenmesi mevcut anaakım medya anlayışının eksiklerinin görülmesi bakımından da önem arz etmektedir.

#### KAYNAKÇA:

- Algül, F. (2004). Günümüzde Siyasal İletişim ve Medyanın Buluşma Noktası: Politainment (Eğlenceli Siyaset/Siyasal Eğlence). Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. İstanbul.
- Algül, F. (2009). "Popüler Kültür ve Siyaset Etkileşimi". *Medya Eleştirileri 2009 Kitle İletişimi ve Toplumsalın Üretimi*. İçinde. Akbulut, N. T. & Bilgili, C. (Ed). Beta: İstanbul
- Baum, M. (2005). Talking the Vote: Why Presidential Candidates Hit the Talk Show Circuit. *American Journal of Political Science*. Vol. 49(2). ss. 213-234.
- Baym, G. (2005). The Daily Show: Discursive Integration and the Reinvention of Political Journalism. *Political Communication*. Vol 22:3, ss. 259-276, DOI: 10.1080/10584600591006492
- Besley, J. C. (2006). The Role of Entertainment Television and its Interactions with Individual Values in Explaining Political Participation. *Harvard International Journal of Press/Politics*. Vo. 11(2). ss. 41-63.
- Bora, T. (2001). Politainment, *Medyakronik*. <http://haysiyet.kazimkoyuncufilmi.com/y/tbars/t35.html>. (Erişim tarihi: 10 Ağustos 2015)
- Bosshart, L., ve Hellmueller, L. (2009). Pervasive entertainment, ubiquitous entertainment. *Communication Research Trends*. Vol. 28(2). ss. 3-20.
- Çaplı, B. ve Tuncel, H. (2010). *Televizyon Haberciliğinde Etik*. Fersa Matbaacılık: Ankara.
- Çiçek, S. E. (2011). Akademisyenlerin Televizyon Reklamlarına Yönelik Motivasyonları Üzerine Bir Araştırma. Selçuk Üniversitesi SBE. *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. Konya
- Dörner, A. (2001). Politainment. Politik in der medialen Erlebnisgesellschaft. Frankfurt am Main.
- Dörner, A. (2002). Politainment versus Mediokratie-Potenziale unterhaltender Kommunikationsformen in der Politik. Thesenvortrag, Cologne Conference/Medienforum NRW, 21 Juni 2002. [https://www.lmz-bw.de/fileadmin/user\\_upload/Medienbildung\\_MCO/fileadmin/bibliothek/doerner\\_politainment/doerner\\_politainment.pdf](https://www.lmz-bw.de/fileadmin/user_upload/Medienbildung_MCO/fileadmin/bibliothek/doerner_politainment/doerner_politainment.pdf) (Erişim: 17 Haziran 2015).
- Dursun, Ç. (2001). *Televizyon Haberlerinde İdeoloji*. İmge Kitabevi: Ankara
- Gencil Bek, M. (2004). Türkiye'de Televizyon Haberciliği ve Tabloidleşme. *İletişim Araştırmaları*. Vol. 2(1). ss. 9-38
- Gottfried, J. Matsa, K.E. ve Barthel, M. (2015). As Jon Stewart steps down, 5 facts about The Daily Show. Pew Research Center. <http://www.pewresearch.org/fact-tank/2015/08/06/5-facts-daily-show/> (Erişim: 11 Ekim 2015).
- İnal, A. (2010). Tabloid Habercilik. Bülent Çaplı ve Hakan Tuncel (Ed.). *Televizyon Haberciliğinde Etik*. İçinde. (s. 163-178). Fersa Matbaacılık: Ankara.
- Jackson, D. J., & Darrow, T. I. A. (2005). The Influence of Celebrity Endorsements on Young Adults' Political Opinions. *Harvard International Journal of Press/ Politics*. Vol. 10(3). ss. 80-98.
- Karasar, N. (2003). *Bilimsel Araştırma Yöntemi*. (12. Baskı). Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.

Koloğlu, O. (1999). *Medya-Devlet ve Sermaye*. Birikim. Birikim, Sayı. 117, ss. 69-76.

Özgen, M. (2004). 1980 Sonrası Türk Medyasında Gelişmeler ve Magazinleşme Olgusu. *2nd Communication in Millenium Symposium A Dialogue Between Turkish and American Scholars*. Vol. 1. İstanbul: s. 465-477

Payne, J. G., Hanlon, J. P., & Twomey, D. P. (2007). Celebrity Spectacle Influence on Young Voters in the 2004 Presidential Campaign - What to Expect in 2008. *American Behavioral Scientist*. Vol. 50(9), ss. 1239-1246.

Schicha, C. (2003). Political Information as Entertainment. Paper for the European Consortium for Political Research – Panel on ‘The Entertainization of Political Information’, Marburg, 18–21 Eylül, 2003

Schulze, G. (1993). *Die Erlebnisgesellschaft*. Frankfurt: Campus Verlag.

Uzunaslan, A. (2005). Antik Roma’da Gladyatör Oyunları. Süleyman Demirel Üniversitesi. *Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Sayı: 12, ss.15-58. ISSN 1300-9435

### Extended English Abstract

There has been a shift in the types and methods of political communication in today’s societies. Politics becoming the subject of news through the usage of entertainment elements as well as the usage of appropriate elements of entertainment by politicians, has led to discussions on the concept of “*politainment*”, a portmanteau word composed of politics and entertainment. In the social science literature, the concept of *politainment* is coined by the German political scientist Andreas Dörner. By drawing our attention to the fact that even the high culturalist discourse of the German public TV broadcasting has softened in the face of *politainment*, Dörner stresses that *politainment* has started to change the traditional understanding of news reporting and political communication. In this context, nowadays the relationship between politics and entertainment has gradually increased and this mutual relationship has turned into a symbiotic relationship in which both parties take advantage of the other. Politicians often use elements of entertainment in order to make themselves more visible; to create more awareness for the messages they want to convey and to make the messages more memorable and appealing. The media uses various political elements to differentiate its content and make it more appealing to their audience. Besides this, citizens who are tired of political polarization, economic crises and rivalry between politicians, welcome the “soft news”, political shows and parodies presented in this new format admiringly. The main objectives of this study are examining the concept of *politainment*, addressing the change in the relationship between media and politics as well as in the understanding of news reporting in the case of “The Daily Show”. This television program which is one of the most concrete and important examples of the concept of *politainment* in the media is examined by using thematic discourse analysis, and the new point where politics and journalism have reached has been evaluated in the context of “Experience Society” which Dörner inherited from the German cultural sociologist Gerhard Schulze. According to the findings of the study, usage of the elements of entertainment by politicians make them more visible in the media, creates more awareness for the messages they want to convey, and make their messages more memorable and appealing. Also the media uses various political elements to differentiate its content and make it more appealing to their audience. This has led to a symbiotic relationship between media, politics and entertainment, which is based on a mutually beneficial understanding. The program approaches to the national and international problems critically but in an entertaining way and makes these problems more popular and more debatable. Besides this, politicians are aware of the effects and popularity of this program and

therefore they often participate in the program and convey their ideas and political aims to the audiences, in this way they try to gain the sympathy and support.

Another key objective of this study is to draw attention to the transformation of journalism in today's societies where entertainment is the focus of the lives. In this context, The Daily Show is also an important TV program to analyze. Although the program calls it self as "false news", The Daily Show is an important example for the transformation of journalism. The program uses the methods of traditional journalism and mixes news with satire and puts forth a new form of journalism. In the study it is evaluated that the program uses 'fake new' motto as a weapon to criticize traditional media and political power. The Daily Show's satire news can be understood as a discourse of inquiry that seeks to penetrate a political communication system. The program does not intend to humiliate its guests; the main focus of the program is to discuss the national and international problems publicly. The program's primary approach to the issues is comedy however its content is 'real' and consists of current national and international developments. Usage of parody and satire in the program unmasks the reality and increases public awareness to the problems. With the help of entertainment the program renders national and international problems more popular and more debatable. In doing so it helps political deliberation and draws apolitical citizens attention to the politics so they could discuss about the issues that concerns them. The Daily Show is also an opportunity for the politicians who want to build their image positively and obtain sympathy of their electorate via using elements of entertainment. Usage of entertainment elements in political communication helps politicians to affect their young electorate whose life's main focus is entertainment.