

**TÜRKİYE CUMHURİYETİ
ANKARA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
GAZETECİLİK
ANABİLİM DALI**

KÜRESELLEŞEN DÜNYADA TELEVİZYON HABERLERİNDE DEZENFORMASYON

Tezsiz Yüksek Lisans Dönem Projesi

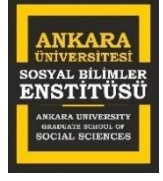
BAHAR UYGUR

**Proje Danışmanı
Prof.Dr.Çiler DURSUN**

Ankara,2025



T.C.
ANKARA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜ
DÖNEM PROJESİ DEĞERLENDİRME FORMU



Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü'ne,

Enstitünüz Gazetecilik Anabilim Dalı 23943207 numaralı tezsiz yüksek lisans öğrencisi Bahar Uygur'un "Küreselleşen Dünyada Televizyon Haberlerinde Dezenformasyon" adlı ("Disinformation in Television News in a Globalized World") tezsiz yüksek lisans dönem projesi tarafımda değerlendirilmiş olup,

BAŞARILI



BAŞARISIZ



bulunmuştur.

Dönem projesi danışmanı olarak, adı geçen öğrencinin notunun, dönem projesinin Enstitünüz Müdürlüğü'ne tesliminden önce *Öğrenci İşleri Bilgi Sistemi*'ne (OİBS) tarafımdan işlendiğini beyan ederim.

DÖNEM PROJESİ DANIŞMANI ONAYI

TARİH: 17.02.2025

Prof.Dr.Çiler DURSUN

UYARI: Değerlendirme Formu'na, 1 adet proje CD'si (PDF formatında), 1 adet ciltlenmiş proje, 1 adet Turnitin Raporunun CD'si ve turnitin intihal yazılım programının danışman onaylı raporu da eklenecektir.

T.C.
ANKARA ÜNİVERSİTESİ
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü'ne,

Prof.Dr.Çiler Dursun danışmanlığında hazırladığım “Küreselleşen Dünyada Televizyon Haberlerinde Dezenformasyon (Ankara,2025) ” adlı dönem projesindeki bütün bilgilerin akademik kurallara ve etik davranış ilkelerine uygun olarak toplanıp sunulduğunu, başka kaynaklardan aldığım bilgileri metinde ve kaynakçada eksiksiz olarak gösterdiğimi, çalışma sürecinde bilimsel araştırma ve etik kurallarına uygun olarak davrandığımı ve aksinin ortaya çıkması durumunda her türlü yasal sonucu kabul edeceğimi beyan ederim.

17.02.2025
Bahar UYGUR

İÇİNDEKİLER

İÇİNDEKİLER

GİRİŞ

BİRİNCİ BÖLÜM

KÜRESELLEŞME-MEDYA VE İLİŞKİLERİ

1.1. KÜRESELLEŞME NEDİR?

1.2. KÜRESEL DÜNYADA YENİ MEDYA DÜZENİ

1.2.1. Teknolojik Gelişmeler ve Bunların Sonuçları

1.2.2. Medyada Tekelleşme

İKİNCİ BÖLÜM

KÜRESEL DÜNYADA TELEVİZYON HABERİ

2.1. KÜRESEL HABERCİLİK NEDİR

2.2. KÜRESEL DÜNYADA HABERİN KAYNAKLARI VE KODLARI NELERDİR

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

DEZENFORMASYON VE ÖRNEKLERİ

3.1. DEZENFORMASYON

3.2. KÖRFEZ SAVAŞI ÖRNEĞİ

SONUÇ

KAYNAKÇA

GİRİŞ

Neredeyse insanlık tarihiyle oluşan ve süregelen iletişim, zamanla teknolojik bir takım ilerlemelerle birlikte geniş bir kapsama kavuşmuş, kitle iletişimine dönüşmüştür, farklı ve daha kapsamlı bir hal almıştır. Toplumların bu bakımdan hem siyasi, bunun yanında kültürel ve hem de ekonomik dinamiklerinin şekillenmesini, biçim değiştirmesini, dönüşüp değişmesini ve gelişmesini sağlayan medya da aslında demokratik birtakım ülkelerde değerli ve önemli bir güç, yeni bir kuvvet halini almıştır.

Küreselleşmenin zamanla değişmesi, gelişmesi ve yaygınlık kazanmasıyla birlikte gelişen ve de aynı zamanda da globalleşmenin devasa bir hız ile yayılıp yerleşmesine epey katkılar sunan medya, bu konuda hatırı sayılır önem taşımaktadır. İletişim alanındaki yenilikler, bir takım gelişmeler sadece küreselleşme ekonomisinin destekleyici gücü olarak tesir etmemiş, katkıda bulunmuş; bunun yanında da medyanın vesilesi ile bilginin, bilginin yayılması, ulusal, aynı zamanda küresel politik düzen üzerinde de bazı sonuçlara yol açmıştır.

Kitle iletişim araçları vasıtası ile küresellik kendi kavramlarını ve anlam oluşumlarını üretmektedir, yaymaktadır. Bu hareket, bilhassa haber medyasının işleyişi ile olmaktadır. Küreselleşmiş dünya düzeninde sıradışı bir veri toplama ve paylaşma fiillerine bir aracı olan televizyon ile beraber haber oluşturulmakta ve bu haberler geniş kitlelere sunulmaktadır.

Bu çalışmanın içeriği ise şu şekildedir: Birinci bölümde, genel nitelikleriyle küreselleşmenin sınırları çizilmekte, pek çok yönüyle ele alınmakta ve kültürel globalleşmenin bir yansıması olan, çokça da değinilecek medyada küreselleşme vurgusu çerçevesine bakılacaktır. Medyanın küreselleşmesi, özellikle de iletişim teknolojilerindeki ilerlemeler bağlamında ele alınarak bir küresel medya pazarı oluşturabilmek için medyadaki tekelleşme mercek altına alınacaktır.

İkinci bölümde ise, medyanın görevleri arasında bu çalışmanın konusu bağlamında öne çıkan ‘haber verme’ görevi üzerinde durulacaktır. Küresel haberciliğin ortaya çıkışı ve bunun organları incelenecektir. Küresel bir sistemde televizyonda haberi oluşturan kaynakları ve aynı zamanda kodlarının tanımlanması noktasında, baskın güçlerin yönlendirmede bir vasıta olarak haberi nasıl kullanmaya çalıştıkları açıklanmaya çalışılacaktır. Bu bağlamda geniş kitlelerin yönlendirilebilmesi konusunda medyanın gündemi değiştirme ve belirleme konusundaki gücüne ve yönelimlerine değinilecektir.

1. KÜRESELLEŞME VE MEDYA

1.1. KÜRESELLEŞME NEDİR?

Türk Dil Kurumu Sözlüğünde : “Dünya milletlilerini, ekonomi, siyaset ve iletişim açısından yakınlaşmaya ve yekpare olmaya ulaştırmak, küreselleşmek” olarak belirtilen küreselleşme, artık yaşamımızın vazgeçilmez kavramlarından biri olmuştur. (www.tdk.gov.tr)

Küreselleşmeye pek çok atıf yapan uluslararası kuruluşlardan biri OECD’nin küreselleşme söz konusu olduğunda önerdiği tanım üç ayrı faktörden oluşur:

1. Ulus aşırı bazı şirketler gibi kuvvetli ve yeni bir takım aktörlerin de siyaset meydanına girişi;
2. Bilgisayar teknolojisinin iletişim ve bilgi alanındaki ivmeli yayılımı.
3. Pek çok ülkede de yönetmelik politikalarının bu doğrultuda benimsenmesi.

Bu noktada globalleşmenin farklı ülkelerin aktörleri arasında hem bağılılık hem de bağımlılık ilişkisi oluşturduğu görülmektedir (Bağcı,1999:10). Bu süreçte asıl mühim olan kimin, hangi şartlarda kime, bir bakıma da nasıl bağlandığı ile ilişkilidir.

Betimlenecek olursa “küresel” kelimesinin kökeni yaklaşık 400 yıl öncesine gitse dahi, küreselleşme epey yenidir. İlk olarak 1960’lı yıllarda peyda olan küreselleşme kavramı, 1980’lere ulaşıldığında sıkça kullanılmaya başlandı. 1990’lı yıllarda ise, bilim insanlarının önemini ve değerini kabul ettiği önemli bir sözcük biçimine geldi. Küreselleşmenin şu anki anlamda tanınırlık kazanması Garrett Hardin’in 1968 yılında yazdığı, kaynakların doğru ve etkin kullanımı ve paylaşımı konusunu içeren çalışmadan sonraya denk gelmektedir. Küreselleşme terimi 1980’lere doğru ise bazı çok bilinen üniversitelerde, Harvard, Stanford, Columbia gibi okullarda kullanılmaya başlandı ve bunun yanında bazı ekonomistler aracılığı ile de kullanımı yaygınlaştırıldı ve böylece popülerlik kazandı. Uluslararası kuruluşların pek çok yayınlarında ve oluşturdukları raporlarında da çok kez yer almaya başladı (Timur, 1996:7-8).

Küreselleşme esasında daha çok uluslararası ekonomik ilişkiler bakımından yorumlanıp ele alınmaktadır ve işlenmektedir. 1970’li yıllara bakıldığında petrol fiyatlarının çok fazla yükselmesiyle başlayan bir sosyal ve ekonomik bunalım sonucu devlet ekonomilerinin dışa açılması durumu, kapitalist ülkelerde ağırlık kazanmaya başlamıştır. Tam da bu noktada IMF gibi dünyada saygı gören, gücü olan uluslararası kuruluşlar da nispeten daha az gelişmiş ya da gelişme sürecinde olan ülkelerin ekonomilerini dış dünyaya açmalarına olanak sağlayacak bir takım politikalar geliştirmişlerdir.

1990’lı yıllara gelindiğinde ise Sosyalist Blok çöktü ve dağıldı, birlik içinden pek çok ülke çıktı, bu ülkeler hızlı bir şekilde kapitalist özellikler taşıyan ekonomik sisteme geçti, daha da kapsayıcı ve açık olacak bazı ekonomi politikalarını takip etmeye başlamışlardır. Bu ilerlemeler ve gelişmeler neticesinde dünya üzerinde bir iki örnek dışında diğer tüm ülkeler ağırlıklı olarak kapitalist politikalar izleyen bir ekonomik sistemi uyguluyor duruma gelmiştir. Sanayileşen ülkelerin diğer ülkelerle yaptığı ticaret sonucu kazandığı paralar dünyada bir likidite fazlası meydana çıkarmıştır. Ekonomilerin dış ülkelere açılması ile yalnızca mal ve hizmet değil aynı zamanda bu likidite fazlası da bakıldığında dünyada ülkelerden ülkeye kolay bir biçimde ulaşır duruma gelmiştir. İletişim ve bunun ulaşımının zamanla gelişen teknolojik ilerlemelerle gittikçe daha çok gelişim kazanması ve fiyatlar bakımından nispeten ucuzlaması da uluslararası ticaretin farklı bir boyut

kazanmasına ve gelişmesine katkı sunmuştur. Bu bağlamda bakıldığında güç kazanan bazı şirketler diğer pek çok ülkede farklı ve bir takım yeni yatırım girişiminde bulunmuşlardır. Bu noktada ise daha az gelişmiş ve gelişmekte olan devletlerin bu ekonomik sistem içinde kontrolü sağlanmıştır. Dış sermayeye, gelecek yabancı para birimine ve yapılacak yatırıma ihtiyaç duyan bu devletler ise dünyaca bilinen İMF gibi oluşumlarla birlikte çalışmaya başlamıştır. Sonuç olarak ülkeler hızlı bir biçimde artan bir ivmeyle tek bir dünya pazarı biçimine dönüşmektedir. Küreselleşme durumu ile bağlı yorumlamalar ve yapılan tanımlar genellikle bu ekonomi alanında gerçekleşen gelişmeleri ön plana çıkarmakta ve küreselleşmenin ardından gelen kapitalizmin bütün dünyada görünmesi biçinde yorumlanmaktadır (Mertkul, 2007:147-152).

Küreselleşen dünyada bağımsız olan ulus devletlere etki eden ve bu devletlerin ekonomik, siyasal ve toplumsal nizamını dağıtan bir yapıdır (Bağce,1999:1) Pete Burger'ın yorumuna göre küreselleşme, “Alman kömür sanayisindeki gerilemeden, Japon gençlerinin yaşadıkları cinsel yönelimlerini ve tercihlerini anlatmaya kadar geniş bir alanda kullanılan bir basma kalıp sözdür.” Bauman’ın yorumuna bakıldığında ise “Parola olmuş bir moda deyim.”

Küreselleşmenin açıklanmasında olduğu gibi görevleri konusunda da mühim görüş ayrılıkları ve farklı düşünceler bulunur. Bu yorumlamaları küreselleşme durumuna iyimser bir pencereden bakanlar ile kötümser bir pencereden bakanlar olarak iki farklı başlığa ayırmak ile tamamen kapsayıcı bir sınırlama olmasa bile mümkündür.

Kimi yorumlarda ise bu terim, ortaya çıkabilecek yeni bir barış durumu ve demokratikleşme dönemini açacak ulus aşırı bir sivil toplum mesajını çağrıştırmaktadır. Bazılarınin yorumlarına bakıldığında ise, tehdit içeren bir şekilde Amerika'nın pek çok açıdan ekonomik ve de siyasal baskınlığını, bunun kültür açısından sonucu olarak da bir biçimde her yere yayılmış bir biçimde Disneyland’ı anımsatan, hatırlatan türdeşleşmiş bir yaşam alanını akıllara getirmektedir (Berger ve Huntington, 2003:10).

1.2. KÜRESEL YENİ MEDYA DÜZENİ

İletişim merkezinde ya da iletişim araçları olarak tanımlanan ve bu şekilde adlandırılan medya (www.tdk.gov.tr) toplumsal oluşum içinde diğer üç gücün yanında dördüncü güç/kuvvet olarak tanımlanmaktadır. Kitle iletişim araçları ise çoğunlukla “kitlel bir kuvvet ile ileti ulaştırabilen araçlar” (Özkök, 1985:93) olarak tanımlanabilir.

Kitle iletişim araçlarının işlevleri;

1. Haberdar etme, haber verme, eğlence aracı olması ve eğitici olması
2. Diğer dünya ülkelerinde haber alabilmeyi sağlama
3. Kültürün toplum içinde, bizden sonra gelecek toplumlara ve diğer nesillere geçişini sağlama
4. Bir tanıtım aracı olması, hem hizmetlerin hem de eşyaların satılmasına yardımcı olması
5. Bizim dışımızda gerçekleşen bir takım fırsatlara karşılık verme ile genel kabule ulaşma arasında bağlantı oluşturmamıza yardımcı olma” olarak maddelendirilebilir (Aziz, 1982:2).

Kitle iletişim araçları, bu işlevleri yerine getirirken doğal olarak iletiyi alan üzerinde de bir tesir oluşturur. İletişim, esasında her şeyden önce bir bilgi almak ve vermekten meydana gelir. Bu alışverişte istenen de iletişimin temelinde olduğu gibi anlamak, anlatmak, anlaşılmak, öğrenmek ve öğretmek ihtiyaçlarının karşılanmasıdır. Bu ihtiyaçların karşılanması düşüncesiyle başlatılan iletişim serüveninin neticesinde yaşanan olgu ise karşılıklı gerçekleştiğinden bir etkileşimdir.

Kitle iletişim araçlarının etki biçimleri;

1. Tavırlarda ve düşüncelerde değişiklik
2. Birey odaklı ya da toplumsal tepkiler
3. Gündeme karar verme, gündemi belirleme
4. Toplumsallaştırma, genelleştirme
5. Denetim
6. Gerçeği ortaya çıkarma, tanımlama

7. Egemen düşüncenin devam ettirilmesi olarak sınıflandırılmaktadır (Ustuata, 1994:84).

Kitle iletişim araçlarından gazete, dergi, radyo ve televizyonlar ile başlayan serüven bugün bilgisayarların ve uydu teknolojisinin teknoloji ile biçim değiştirmesi ile küreselleşme ve küreselleştirme durumunun bir parçası durumuna gelmiştir.

Küreselleşmenin yeni oluşumları toplumsal yapıyı ve temelde bireyi ne tür biçimde kontrol ettiği/etmeye çalıştığı incelenecek olursa iletişim süreci, kültür, medya gibi dalların sonuna kadar fayda unsuru olduğu görülmektedir.

Küreselleşmenin en önemli çıktılarından tüketim kültürü ve teknolojisinin ilerlemesi ile bilgi toplumu dünyasına geçiş olduğu yolundaki saptamalardan hareketle, globalleşmenin toplumsal düzene ve birey yaşamına nasıl yansıdığı da epey önem taşımaktadır. Küresel nizamın kendi yaklaşımlarını tüm alanlara tanıtmada işinde meydanın gücünden faydalanılmaması durumu düşünülemez. Şüphesiz dünyayı, içindeki kurumları, taşıdığı kültürü, bunun yanında tüm ilişki bağları da dahil olacak şekilde değiştirme çabasında olan küreselleşme, medyayı da değiştirme ve dönüştürme amacı taşır, bunun için bir aracı olur.

İletişim alanında küreselleşme, ekonomi ile, mali küreselleşme ile başlar. Uluslararası iletişimde küreselleşme durumu ise bağlantılı iki biçimde görülmektedir:

1. Bir şirketin, içinde bulunduğu ülkenin ötesinde yatırım yapması.
2. Firmaların birlik kurarak, birleşerek, satın alarak/satın alınarak ya da ortak girişimle küreselleşmesi anlamındadır. Böylece üretim durumunun pazar kontrolleri ile en fazla kâr olanağı sağlanır (Erdoğan.1995:60).

Son dönemlerde iletişim alanında küreselleşme yorumları genellikle iki kavram üzerinden yapılmaktadır. Bu iki kavram pazarlaştırma ve yakınsamadır. Yakınsama süreci, içinde dört sektörü barındırır ki bunlar; yayıncılık, basılı yayıncılık, telekomünikasyon ve tüketici

elektronik teçhizatı şeklinde bir araya getirmektedir. Pazarlaştırma durumu ise şirketlerin faal olduğu alanının gelişmesi/genişlemesi, politik düzenlemelerin kamu faydasından ziyade şirket çıkarlarını göz önünde bulunduran özellikte olması, yani özel teşebbüsün teşvik edilmesi anlamındadır. Dünya genelinde, kamunun iletişim kaynakları ve içinde bulunan kuruluşların özelleştirilmesi, iletişimin Pazar dünyasının serbest piyasa koşulları durumuna göre düzenlenmesi söz konusudur. Alınan lisanslar, verilen ruhsatlar, frekans verilmesi konularında kamunun faydası yerine açık artırma ön planda tutulmaktadır. İletişim bir düzensizlik sürecine tabi olarak kuralsızlık süreci devam etmektedir (Uluç, 2003:202).

1.2.1. Teknolojik Gelişmeler ve Bunların Sonuçları

İletişim teknolojilerindeki ilerleme ile son yıllarda yaşanan gelişmelere ve değişimlere küreselleşme konusundaki tartışmaların neredeyse tamamında değinilmektedir. Bu alandaki çarpıcı gelişmelerin bilhassa küreselleşmenin fayda getirdiği noktasında işlevsellik kazandığı görülmektedir. Yaklaşık son 25 yılda özellikle eski sistemden dijital sisteme nakil, iletişim teknolojilerindeki ilerlemelerin dönüm noktalarından biri olmuştur. Dijital hal almış verilerin epey hızlı bir biçimde iletililebilmesi, bir bakıma dönüştürülebilmesi, ve de günlük yaşamı oldukça kolaylaştıran bir durumdur.

1940'lı yıllarda yayın hayatında radyo ile başlayan, sonrasında televizyon ve ardından kablolu yayınlı süren iletişim sektöründeki ilerlemeler telefon, faks ve buna benzer bilgisayar ağları yardımıyla dünyanın hemen hemen herhangi bir yerinden bir başkasına bilgi aktarımı ve yayılma fırsatları artmıştır.

Küresel düzenin temel yapılarından, kuvvetlendirici güçlerden biri olarak sayılabilecek teknoloji, oluşan yeni dünya nizamının kurulmasında mühim bir yere sahiptir. Teknolojinin ilerlemesi ve gelişmesi sınırların etkisini oldukça azaltmıştır. Teknoloji bu anlamda üretimin ve tüketimin şekillenmesinde sermayeye büyük bir avantaj sağlamıştır.

Sermaye ise kendisine fırsatlar sunan ve avantaj sağlayan yaşama biçimlerini teknolojiyi aracı kılarak genişletmiştir.

“1980’li yılların ortalarına gelindiğinde New York’ta yaşayan Gordon isimli bir Amerikalı elektronik mühendisi, toplam 36.000 kilometre uzaklıktaki uydulardan görüntü sunabilen bir uydu anteni yapmayı başardığında ulusal sınırların artık pek de bir anlamı kalmamıştı.” (BBC,1984)

İletişim teknolojilerindeki ilerlemeler bu çalışmanın ana akışı bağlamında, bilhassa televizyonun yaygınlık kazanması bakımından önem kazanmaktadır. Televizyonun gelişim tarihine bakıldığı zaman 1928 yılında Amerika’da, 1934 yılına gelindiğinde SSCB’de, 1935 yılında Almanya’da, bunun yanında 1936 yılında İngiltere’de ve 1938 ise Fransa’da kısıtlı da olsa yayın yapmaya başladığı görülmektedir (Mete, 1993:3).

1.2.2. Medyada Tekelleşme

Teknolojinin ilerleyişi ile ekonomik yayılma gerçekleşirken, bunun beraberinde pek çok dinamiğin, siyasal, sosyal ve psikolojik anlamda taşınması kaçınılmaz olarak görülmektedir. Sermaye tekelleşirken her şey bu hakim güçlerce denetlenen, kapasitesi kısıtlandırılan alanın içinde kalmaktadır. İletişim teknolojilerindeki ilerlemenin globalleşmeyi savunduğu savından harekete geçerek bu girift ve birbirine koştur iki ayrı alanın birbirinden ayrılması ve ilişkileri yokmuş gibi var olması da çok mümkün görünmemektedir. Küreselleşme sürecinde sermaye tek bir elde bulunurken iletişim sektörü de bundan kaçınılmaz olarak payını almaktadır. Hatta deyim yerindeyse iletişim sektörü var olan bu tekelleşmenin en yoğun biçimde yaşandığı alanlardan biri olarak karşımıza çıkar.

Öncelikle genel bakış açısıyla tekelleşme kavramına odaklanacak olursak serbest piyasa ekonomisinde bulunan mal sahipleri, bir bakıma zenginler yani sermayeyi elinde bulunduranlar, kendilerini etkileyecek, yapacakları tercihleri kısıtlayacak,

kendi var oluşlarını tehlikeye atacak her türlü kuralı ve kurumu tekelleşerek bu hususun üstesinden gelmeye, bunu aşmaya çalışmaktadır.

Medya sektöründe yaşanan tekelleşme biçimlerinden biri aynı sermayenin bağımsız birden fazla yayın aracının sahip olması şeklinde anlatılan yatay tekelleşmedir. Bunun zıttı olan dikey tekelleşme ise firmanın belirli bir endüstri sahasında üretimden tüketime kadar her aşamada kontrol edicilerinin ve sahiplerinin bulunmasıdır. Uluslararası iletişimde hakim olan şirketlerin iletişim ürünlerini yaygınlaştırmak, üretmek, bunları toptan dağıtmak ve donanım sistemi oluşturmak gibi farklı alanların tamamında faal bulunmaktadır. Sınırları olmayan, uçsuz bucaksız bir dünya arzulayan, izleyicilerinin ya da dinleyicilerinin ve hatta okuyucularının dünya olmasını isteyen bu şirketler, bakıldığı zaman dikey olarak bütünleşmiş bir dünya hasreti içindedirler (Uluç,2003:303-304).

2.2. KÜRESEL HABERCİLİK

Haberleşme olgusu insanlık tarihinin ilk dönemlerinden bu yana var olmuştur ve varlığını kuvvetli bir biçimde sürdürmektedir. Önceleri hayatını sürdürmek için doğa ve diğer insanlarla ilişki kurmak zorunda olan ve elde bulunan imkanlarla haberleşmeyi aracı kılan insan, toplumsal hayattaki ilerleme karmaşıklaştıkça ilk günden bu yana pek farklı olmayan sebeplerle, ama artık daha girift bir biçime gelen haberleşmeyi kullanmayı sürdürmüşlerdir. Toplumun içinde biricik bir birey olarak var olan insanın yaşadığı anda ya da olayın yaşanmasının hemen ardından bilmek/öğrenmek merakı, haberleşmeyi yarattı ve zamanla da gelişmesine neden oldu. Haberleşme uygarlığın evrimiyle mütevazı bir gelişme göstererek bazı alanlarda, teknik, sosyal, hukuki ve çağdaş basın oluşmasını sağlamıştır. İnsanın yakın ve uzak çevresinde ve dünya genelinde olup bitenleri öğrenmek ve ardından bunlar neticesinde öğrendiklerini başkalarını duyurmak ihtiyacını karşılamak için gösterilen çabalar sonucunda 4. güç de denilen medya peyda olmuştur. Haberleşme, öz bir açıklama ile haber alışverişidir. İletişim ise

haberleşmeden farklı olarak daha geniş kapsamlı bir terim görevini üstlenir, içinde haberleşmeyi de kapsamaktadır.

Haberleri, fikirleri/düşünceleri toplama, bunları yayma ve gitmesi gerekenlere ulaştırma işinin bugün tüm dünyada kullanılan, yaygın biçimde kullanılan ortak adı gazeteciliktir. Bu eylemin gerçekleşmesi de medyanın içinde barındırdığı araçları yoluyla olmaktadır. Bir gazetecinin en önemli ve en temel işlevi haber vermek, haberdar etmektir. Haber artık hayatımızın bir parçası haline dönüşmüştür. “Dün bilinmeyen, varlığından haberdar olunmayan şeyler, bunların bütünü bugün haberdardır.” diyenler olduğu gibi “Haber toplumlarda pek çok sayıda kişiyi alakadar eden ve bu kişilere tesir eden, bu kişilerin anlayabileceği bir olay, bir düşünce ya da bir kanıdır.” diyenler de vardır.

Teknolojinin ilerlemesi dünyanın herhangi bir yerinde meydana gelen bir ilerlemenin dünyanın geri kalan kısmı için de mühim hale geldiği bugünkü ilerleyişte daha çok habere olabildiği kadar hızlı ve gerçeği yansıtacak doğru bir şekilde ulaştırma görevi gittikçe mühim bir hale gelmektedir. Bu noktada işin içine haber ajansları girmektedir. Haber ajansları, en temelde kitle iletişim araçlarının haber kaynağını oluşturur. Elleriinde bulunan teknolojik imkanların üstünlüğü sebebiyle haber alma ve verme görevlerini diğer gazetecilik birimlerine kıyasla daha da hızlı yerine getirmektedirler. Haber ajansları kuruldukları dönemden bu yana haberleşme sürecinde bulunan kuruluşlara haber yapma/bulma görevini edinmişlerdir. Zamanla genişleyen ve zamanla ulus sınırlarını aşarak dünyaya açılan, küresel boyuta ulaşan haber ajansları, global haberciliğin çıkış ve aynı zamanda hareket noktasıdır. Bilgisayarlar, uyudular, gibi araçlar internet gibi enformasyon döneminin araçları ulus aşırı politikada olduğu gibi habercilikte de bir dönüşüm, bir devrim yaşanmasına neden olmuştur. Teknolojik yenilikler neticesinde bir taraftan ekonomik; diğer taraftan kültürel açıdan ağ sistemi ortaya çıkarken küresel bir iletişim piyasasının oluşumu gerçekleşti.

Uluslararası haber arenasının ortaya çıkmasında 3 temel dönemden bahsedilebilir. Bu dönemlerden birincisi uluslararası haberin sanayi alanında ve finans alanındaki ilerlemelere ve sömürgecilğe mütevazî olarak zuhur ettiği dönem 19. yüzyıla denk gelir. Uluslararası haber sistemi 1859 yılına gelindiğinde ortaya çıkmıştır denebilir. Bu dönemde Reuters ve Prusya aşamalı bir haber ajansı olan Wolff Uluslararası haber piyasasını elinde bulunduruyordu. Amerika Birleşik Devletlerinin ulusal piyasasını bu haber birimlerinden korumakla yetinmemiş, 1945 yılında ise piyasanın neredeyse tek gücü haline gelmiştir. Bu anlamda başlayan 2. Dönemde olanlar ise 1950'li yıllardan başlayarak 1990'lı yıllara kadar uzanıp gitmektedir. İlk sürecin belirleyici özelliği Amerika Birleşik Devletleri'nin dünya sahnesine global bir güç olarak çıkmadığı ve bu bölümde de baskın olmadığı dönem olmasıdır. 2. Dönemde önemini gösteren ise Soğuk Savaş yıllarının ortamıdır. Bu dönem süresince ABD dünya haber ortamına pek çok açıdan kuralları belirleyen bir bakın güç olarak ortaya çıkmıştır. Bu dönemde hem sistemi hem de kuralları belirleyen biricik gücün varlığının dışında, haber için oluşan pratiklerinde var olan iktidarla ilişkili süren bir yayıncılık anlayışının tesirinden tam manasıyla bağımsız olduğu söylenemez. Şüphesiz bu durum yalnızca kendi süreci olarak nitelendirilen sürece özgü değildir. Öncesinde ve sonrasında da kitle iletişim araçlarının siyasi ve ekonomik iktidarın etkisinden tam olarak bağımsız olduğu söylenemez. 3. dönem olarak adlandırılan 90'lı yıllarda başlayıp hala devam eden süreci ise aslında uluslararası haber ve görüntü piyasasının genişlemeye başladığı 1980'li yıllara kadar çekmek mümkündür. Gelişmesine 1980'li yıllardan itibaren başlayan uluslararası haber ve görüntü ortamının bu genişlemeyi 1990'lı yıllarda sıra dışı bir hızla devam ettirmesinde özel televizyon kanallarının kuruluşu ve bunun yanında iletişim teknolojilerindeki bir takım ilerlemeler/gelişmeler etkilidir. 1980'li yılların sonlarında başlayan sürekli canlı haber yayınları ile birlikte uluslararası haber değeri taşıyan, dünyada gerçekleşen olayların görüntülerine olan talep de hızla artmaya başlamıştır, arzı ise bundan doğrudan etkilenmiştir. Bu nedenle uluslararası görüntü dünyasının özel kuruluşlar ve teşebbüsler tarafından yönetilen radyo televizyon kanallarının talepleri yönünde yeniden yapılanmasını ve revize olmasını da beraberinde getirmiştir (Tatal, 2006: 145-148)

Bakıldığında faal olan yaklaşık 200 Haber Ajansı olmasına rağmen haber trafiğini yönlendiren sadece birkaç ajans vardır. Ülkeler bazında değerlendirilecek olursa da az gelişmiş ya da gelişmekte olan ülkeler başlığı altında sayılan ülkelerin epey büyük bir kısmı bu haber ajanslarından en az birine üyedir ve haberleri o ajanstan almaktadır. Devlet kurumlarının dışında kalan bu ülkelerde yayıncılık yapan televizyonlar, gazeteler ve diğer medya araçları da bu ajanslar gözünden ve aracılığı ile dünyaya bakmaktadır. Hakim olan bu dört ajans dünya ile ilgili her gün yaklaşık 15 milyon kelimelik haberler oluştururlar (Uluç, 2003).

Haberler, gerçek dünyada bir yerlerde meydana gelen olaylar, kişiler ya da şeyler hakkındaki en son ve en yeni enformasyona işaret etmektedir. Yani haberlerin fonksiyonu enformasyon verme olarak tanımlanır. Enformasyon egemen bir tanımla, özellikle haberle izleyicilere verilen bilgidir (Erdoğan, 1997:252). Bu noktada iletilerin rastlantı sonucu orada bulunduklarını ya da her şeyin aslında masum nedenlerle yazıldığını ya da öğretildiğini varsayan yaklaşımlardan uzak durulmalıdır (Burton, 1995:155-161).

Yeni dünya düzeninin oluşmasıyla her alanda kuvvet kaybeden ulus devlet, medya araçları üzerindeki hakimiyetini de yitirmektedir. Özelleştirme politikalarıyla ortaya çıkan ya da açılan yeni pazarlar, küresel sermayenin sağladığı bir takım teknik avantajın yanında, alanda denetimsiz yayınları da açılmıştır.

Peki bu yayınlar hakikaten de tamamen denetimsiz midir? Böylesi bir durum mümkün müdür? Denetimin olmadığı, özgür ve bağımsız bir medya acaba mümkün müdür? Bu şekilde faaliyetini ne kadar sürdürebilir? Ulus devletin denetiminin etkisini kaybettiği bir gerçektir ancak medyayı globalleştiren onu kullanabilme kuvveti için bunu yapmıştır. Küresel medya sistemini denetleyen onu yaratanın ta kendisidir, yani esasında bahsedilen ise küresel sermayedir.

Gerçekler, ortaya çıkan gelişmeleri, haber değeri taşıyan olayları emperyal kuvvetlerin suçluluğunu en çoğundan en aza indirerek veren Batı medyası tarafından sansürlenir diyen Princeton Üniversitesi uluslararası ilişkiler bölümünde profesör olan Richard Falk şöyle söylüyor: “Batının dış politikası neredeyse sadece kendini haklı gören, Batı’nın değerlerinin pozitif imgelelerini ve masumiyetini sanki tehdit altındaymış gibi gösteren ve sınırı olmayan siyasi şiddeti haklı kılan tek çıkışlı, tek yönlü bir ekrandan aktarılır.” (Pilger, 2001: 244).

2.2. KÜRESEL SİSTEMDE HABERİN KAYNAKLARI VE KODLARI

Yaygın kullanılan kitle iletişim araçlar ile paylaşılan haberler, çokça karmaşık ve değişik nitelikteki olaylar arasından bunu talep edenler için seçilmekte ve belirli gazetecilik uygulamaları çerçevesinde biçimlendirilmektedir. Kitle iletişim araçlarıyla paylaşılan haberlerin içerikleri, içerikleri talep edenlerin günlük hayatlarını farklı şekillerde etkilemekte, kendilerini iyi ya da endişe durumu içinde hissetmelerine sebep olmakta ve hatta dolaylı olmayan deneyimlerinin dışındaki dünyada hangi hususlara ilgi göstereceklerine değinmektedir.

Haberlerin bazı ideolojik ve belirli kodlar içerisinden çıkmış kültürel ürünler olduğu gözden kaçmamalıdır. Diğer medya çıktıları gibi, haberler de bir seçme ve inşa etme sürecinde olmuştur ve bunun bir sonucudur (Burton, 1995).

İleti sahibinin yalnızca ürün üzerindeki aidiyetinin değil, bunun yanında ürünün şekillenmesindeki bir takım kontrol sistemlerinin üzerinde durulması lazımdır. Kitle iletişimin uzmanları hangi konuyu ya da olay hangi yüzünü ile ve hangi dünya bakışını paketlemeleri gerektiğini önce öğrenir, ardından öğretir ve

sonrasında ise uygular. Bu sırada kendini sansürleme sıradan olarak ya da mecburi bir biçimde kendini özümsetir (Erdogan, 1997:245).

Haber olgusu hem görüşlerden ve hem de düşüncelerden bağımsız değildir, hal böyle olunca da tarafsız, dengeli, yansız olması da olası görünmemektedir. Medya kuruluşlarının da haber yaparken farklı görüş ve düşünceleri benimseyebilir, bunlardan etkilenebilir , bu da haberin bireysel, denge biçiminden yoksun ve de taraflı olmasına sebep olur (Hall, 1981:272).

Tarafsızlık kıstası, haberlerde objektiflik, haber önemi ve dengeli olması ölçütleriyle birlikte düşünülmektedir. Tarafsızlık, bir olayın nasıl ortaya çıktıysa o hali gibi kişisel yorum katmaksızın aktarılmasıdır. Haber değeri ise, bir haberin özelliğinin, özgün oluşunun, özlülük ve aynı zamanda güncelliğinin olmasıdır. Haberde bahsedilen dengeye gelince ise, bir haberin içeriğindeki görüşlerin eşit biçimde temsil oranına haiz olması şeklinde tanımlanabilir (Dagtas ve Yaylagül, 2005:21).

Medyada yayınlanan haberlere bakıldığında, haber metnlerinin yalnızca olanı biteni yansıtmamasının yanında, bunun yorumlar ile ve değerlendirmelerle iç içe olduğu görülmektedir. Değer yargılarının tamamından ari bırakılmış, bağımsız habercilik şekli, gerçekleşmesi zor bir ütopya gibi görünmektedir. Fakat bu aşamada, kaçınılmaz olarak görülen değer normlarıyla oluşturulan haber olgusunda bu tesirlerin derecesi önem arz etmektir. Bir diğer önemli husus ise, haber metinleri yazarken ya da haber metinleri okunacağı, paylaşılacağı zaman yorum ve değerlendirme yapılırken hakikatin ortadan kaldırılıp kaldırılmadığı durumudur. Gerçeklerin saklandığı ya da bir biçimde şekil değiştirmeye zorlandığı, çarpıtıldığı bir habercilik görüşü, adeta bir reklam kampanyası gibi oluşturulan ve o şekilde sunulan bir tür olarak sayılabilir. Çalışmanın esas eksenini dahilinde üstünde odaklanılacak anlayış bu olacaktır.

Haberin yapılış süreci en başından düşünülecek olursa, neyin haberleştirildiği alternatifler arasında bir tercihi zaman zaman zorunlu kılar, bazen de gerektirir ve seçimler en nihayetinde ideolojiktir. Bir iletişim gönderisi için daha ilk kararı aldığı anda taraf olma durumuna düşer. "Hangi iletiler nasıl, neye göre seçilecek, nasıl ve neye göre iletilecek ve hangi önem durumunda ve nizamına göre sunulacak" soruları bir karar vermeyi zorunlu kılar ve karar vermek doğası gereği öznelliği işin içine dahil eder ve sonuçta taraflılık gerektirir"

(Erdoğan, 1997:282).

Yayınlanmak için tercih edilen bir haberin türü, haberde kullanılan dili, dil kullanılırken tercih edilen üslubu, bunun yanında yine tercih edilen söylemi, haberin formatı ve sunuş biçimi medya profesyonelleri tarafından titiz bir şekilde belirlenmektedir. Bu noktada kişiler olarak iletişimci olan bu medya profesyonellerinin kişisel ya da karakteristik özellikleri de işin içine girmektedir. İletişimcinin taşıdığı kişiliği, sahip olduğu dünya görüşü, hayata karşı tutumu, sahip olduğu ve benimsediği inanç, yaptığı tercihlerin her biri, potansiyel ya da mevcut eğilimi, hayatının o dönemindeki ilgileri, ön kabul olarak tanımladıkları, önyargı olarak zihninde bulundurdukları, ailesinden ve çevresinden miras aldığı değer yargıları, biriktirdiği mesleki bilgi ve birikim, bunun yanında elde ettiği deneyim, sahip olduğu kabiliyetlerin tamamı, gözettiği ve gözetmekten kaçındığı meslek kuralları gibi değişik faktörler, haber içeriğini ve haberin paylaşılma şeklini etkilemektedir. Haber içeriğinde kullanılan her bir kavram, bir deyim, yazılan bir cümle veya kullanılan bir görüntü iletişimcilerin ideolojik açıdan sahip oldukları, yukarıda sayılan bir takım öznel kıstaslara dayanmaktadır. Her yayın biriminin kendine has bir yayın biçimi vardır (İnal, 1996:102-114).

Medya metinlerinin bilhassa da haberin bir ‘söyleyiş biçimi’ olarak değerlendirilmesi şartında, bu söylemi hayatın pek çok alanında gücü elinde bulunduranların, yani güç ve iktidar sahibi insan ve oluşumların söyleminden ari

değerlendirmek mümkün değildir (İnal, 1996:93).

Belli başlı temel hakim karakterler ve muhalif anlamlar toplum içinde varlık göstermektedir ve medyanın anlam atfetmelerinin esas karakteri, belli hakim düşüncelerin ve zıt anlamlıların ileticisi olması durumudur. Sözün özü, dil bir ulustaki güç şekillerinin içinde oluşturulan ve devam ettirilen düşünce biçimi farklılıklarının da ortaya çıktığı bir mücadele alanıdır (inal, 1996:102,119).

Hal böyle olunca dil, nesnelerin var olduğu alana doğrudan atıfta bulunabilen nesnel bir anlatım aracı değil, fakat inşa edilen, şekli değiştirilen, gerçekliği oluşturan bir araç olarak kullanılmaktadır (Hackett, 1997:44).

Bir haber metni içerisinde çeşitli söylemler barındırırken, haber içindeki sınıfsallık durumu da buna göre şekillendirilir, hiyerarşik yapının oluşturduğu bu dünyada alt kısımlara konan karşıt ve radikal olarak tanımlanır. Fark ise söylemler arasındaki bu sınıfsal yapının işleyiş biçimi, haber içinde kullanılan belirli bir söylemin hakikilik olarak sunulması diğerinin ise ayrıştırılması/farklılaştırılması durumuyla sağlanmaktadır. Haber veya yorumda tercih edilen kelimelerin dahi taraf olma biçimiyle slogan atma, siyasi bir propaganda oluşturma eğilimini aktardığı bir kanıt olarak esas görülmektedir. Haber içindeki sözcük tercihi belli bir ideolojik bakış açısını ve bunun aktarılmasını yansıtır. Örneğin, bir terime bakılacak olursa 'terörist' ya da 'özgürlük savaşçısı' gibi terimlerin hangisinin tercih edildiğine bakılarak, sözü edilen olay ile ilgili düşünülen, haklı görülüp görülmediği açıkça ortaya çıkmaktadır. Her bir sözcük kendisinden çıkan sahibini temsil eder ve tanımlar. Her kelime bir söylemi oluşturuyor ise ait olduğu topluluğun imzasını taşır ve her sözcük hayat bulduğu anda bir söyleme bağlanır (O'Brien, 1997, Inal, 1996).

Bu terimlerin, bağlayıcısı olmadığı vurgulanan küresel nitelik taşıma savındaki televizyon kanallarındaki kullanım temellerine, uluslararası ilişkilerin dünyasına dair hatırı sayılır bir örnek İngiltere'den gösterilebilir. Bu noktada esasında haberin kaynağı İngiltere değil İsrail gibi görünmektedir.

İngiliz yayıncı kuruluşu BBC'nin idarecileri, İsrail'in Filistinlileri öldürmesiyle ilgili yazdığı haberlerde, editörlerinden, muhabirlerinden 'cinayet' sözcüğünü kullanmamalarını istedi.

" BBC yönetimi, İngiltere ve Ortadoğu'da faal olan muhabirleri ile paylaştığı genelgede, Filistinlilerin katledilmesine dair haberlerde, İsrail yöneticilerinin tercih ettiği sözcüğü kullanarak, 'cinayet' demek yerine "hedef gözeterek yok etme" demeleri istedi. Genelge yayımlandıktan sonra, BBC'nin o hafta içinde Filistinlilerin İsrail tarafından katledilişini haber olarak paylaşırken, 'hedef göstererek yok etme' tanımlamasını kullandığı görüldü. İsrail BBC'yi Ortadoğu olaylarını takip ederken Filistin taraftarı olmakla itham ediyordu" (Hürriyet, 2001).

Dünyada genelinde haber kaynaklarının tekeli büyük bir çoğunlukla global güç aktörlerinin/odaklarının elinin altındadır. Gelişmiş Batılı ülkelerin bu husustaki teknolojik gelişmişliklerinin çoğunlukla ikinci ve üçüncü Dünya ülkeleri olarak tanımlanan ülkelerin aleyhine kullanıldığına rastlanmaktadır.

"Haberler öyle bir oluşturulur ve ardından da öyle bir editör düzenine tabii tutulurlar ki, salt yoksulluk tek başına açlık sorununa indirgenebilir. Bu söylem

tercihi ile de bir taş sayesinde iki kuş vurulmuş olur. Yoksulluğun hakiki boyutu gizlenir (milyonlarca insan devamlı bir biçimde bir yetersiz beslenme problemi yaşamaktadır; ama aşağı yukarı 4 milyar insan da, yani dünya nüfusunun neredeyse üçte ikisi bir yoksulluk durumu içinde yaşıyor) ve bize atfedilen görevler aç insanlara yiyecek bulmak ile sınırlandırılıyor" (Baumann, 1999:85).

Marksist yaklaşım açısından bakıldığında, medya aktörleri özerk kurumlar değildir, hakim ideoloji ve gücü elinde bulunduran sınıfın yanı sıra, temel aktör olan devletin kendisiyle de bütünleşmişlerdir. Dolayısıyla onların kıymetlerini tekrar üreten oluşumlardır ve ideolojik alan bunun bir bölümüdür. Sınıf farklılıklarının peyda olduğu bu alanda kitle iletişimin denetlenmesi tekelci sermayenin elinde bulunur. Medya uzmanları, özerklik hayali içinde olsalar da, hakim kültürün taşıdığı değerler bütününe içselleştirmişlerdir (Atabek ve Dagtas, 1998:321).

Çağdaş medya eskiye nazaran çok daha fazla tercih sunabilmekte fakat insanların ulaştıkları haber metinleri dikkate alındığında esasında çok fazla bir bir çeşitlilik gözlemlenmemektedir.

"Haber medyası çoğulcu düşünceyi temel alan profesyonel ideolojinin söylediği gibi 'hakikatin yansıtıcısı' değil, belli hakikilik tanımlarını, belli başlı durum adlandırmalarını tekrar oluşturan bir aracı durumundadır. Bu bakımdan medya, ne temel iletişim kuramlarının iddia ettiği gibi hakiki olanı yansıtan bir aynadır ne de Ortodoks Marksist ideolojilerin söylediği gibi hakim olanların bir aracı konumunda değildir. Haber içerikleri toplumun gerçek algısını yıkar ve tekrar inşa eder " (İnal, 1996:115).

Çalışma düzenine bakıldığında televizyon haberlerini yapan muhabirler, bu haberleri denetim süzgecinden geçiren editörler haberleri oluştururken pek çok farklı faktöre dikkat ederler. Haberciler ve program yapımcılar hazırladıkları ürünlerin içine, kullandıkları görüntü ve ya tercih ettikleri sözcüklere bir takım mesajlar gizlerler. Buna ileti içinde ileti olması durumu da denebilir. Hali hazırda var olan, yazılmış bir haber, oluşturulan görüntüleriyle birlikte daha farklı bir biçimde sunulabilir. İçeriğe serpiştirilecek, özetle seçilmiş alt mesajların yerleştirilmesi yoluyla gerçekleşir bu durum. Haber medyasında bir takım konular taraflaştırılmış metinlerle sunulur izleyicilere, dinleyicilere ve hatta okuyuculara. Bu örneklerde televizyon haberlerinden bahsedildiği için biz izleyiciler diyerek devam edelim.

Küreselleşme sürecinin kazananı olduğu kadar kaybedenleri olduğunun medya da farkındadır elbette ve onların halinin de ekranlar aracılığı ile paylaşılması gerekir. Bu noktada işe uzmanlıklar dahil olur. "önce, insanların her gün artan vurdum duymazlığı karşısında dahi etkili değerlendirilecek tek şeye, yukarıda kısaca değindiğimiz açlık haberlerine göz atalım. Bu tür haberler insanların açlıktan ve hastalıklardan muzdarip olduğu uzak ülkelerle, bir şeyleri yoluna koymanın dönüştürücü, değiştirici ve kuvvetli yolunu ortaya koyan 'Asya Kaplanları' gibi misallerin doğum yerlerinin farklı olmadığını üstüne basa basa anımsatarak sunulur. O 'aslanların' tamamını hep beraber Asya nüfusunun sadece yüzde l'ini oluşturmasının ise neredeyse hiçbir ehemmiyeti yoktur " (Bauman, 1999:85).

Bu noktada söylenmek/verilmek istenen esas mesaj, bu kıtlık ve yoksulluk durumunun kader olarak adlandırılmayacağı ve bu sorunları çözebilen kişilerin de olduğu gerçeğidir. Bu çözümün nasıl vuku bulduğu, meydana geldiği, bunun için hangi bedellerin ödendiği ise hiç mi hiç önemli değildir.

"Yoksullar bilhassa kendi kaderlerinin yükümlülüğünü taşırlar; ve bahsedilen 'kaplanlar'ın kendileri gibi onlar da basit olan avın ardına düşebilirler, fakat bunun kaplanların sahip olduğu iştahıyla ilgisi yoktur" (Baumann, 1999:85).

Televizyonda izleyici ile paylaşılan görüntü, bu görüntü ile paylaşılmaya uğraşılan temel mesajı en iyi biçimde anlatacak fotoğraf ve bunu tasdikleyecek söz içeriğinin etkileyici bir şekilde oluşturulmasıyla meydana gelir. Televizyon iletilerinde paylaşılan haberdeki görüntüler ve metinler, paylaşılan reklamlar ya da filmlerin belirli yerlerinde içlerine konulanlar, usul usul ve alttan alta kullanan kelimelerle burada izleyicinin fark etmeden bilinçaltı hedeflenir. Esas mesajların yanında aktarılan bu yan mesajlar farkında olunmadan bilinçaltının bir yerlerinde toplanır. Belli bir zaman sonra bireyi şekillendiren, verdiği bir takım kararlarda yönlendiren bu birikmiş yığıntılar olur.

" Televizyona layık olabilmek için, bir söz, bir düşünce kolay, bir çırpıda ve sıradan hale getirilmelidir. Pek çok defa televizyon için çalışan editörlerin jest ve mimiklerinde de hayat bulan bu taciz altında, topyekunluğu, tutarlı olan bir fikir öne sürme düşüncesi, reklamların diline eş, slogan özelliği taşıyan ifadelere, deyim yerindeyse klişelere zorlanarak katledilir" (Bora, 2001:18).

Televizyonla paylaşılan iletilerin en temel niteliği açısından kopuk, bağımsız, anlık olarak değer taşıyan ilgi ve enformasyonu dahil eden, derin bir biçimde yorumlanmamış, duygu özellikleri ağırlıkta olan, izleyicide heyecan, merak ve ilgi oluşturmayı hedefleyen parçalı bilgiler olmasıdır. Televizyonun paylaştığı iletişiyle yüzleşen kişinin kendisini, genellikle bölük pörçük ve keşmekeş bir simgeler tufanıyla karşı karşıya bulmaktadır (Toffler, 1992:30).

Haber, sözün ağırlıklı olarak kullanıldığı, merkezde olan kültürün bir öyküleme şeklidir. Kendine has kaideleri olan bir anlatım biçimidir. Bilinen anlamda klasik öyküleme şekillerinden biraz da olsa farklıdır. Haberde olaylar arasında oluşturulan genel ve tarafsız ilişkiler pek çok kez kronolojik bir düzen biçimi izlemez (Inal, 1996:101).

Tam da burada kullanılan dilin ve söylem şekillerinin baskın güç ve iktidar ilişkilerini tekrar üretildiği bölümler oluşundan hareket edilerek, hem yazılı basında hem de radyo ve televizyonda izleyici ve dinleyici ile paylaşılan haberlerdeki kelime ve anlatım tercihleri kuruluşlar için epey büyük önem arz etmektedir.

" Televizyon ve radyoda paylaşılan haberlerde dinleyici ve izleyiciye genel nitelikleri veren, özetler ve arada yapılan tanıtımlardan oluşmaktadır. Hem izleyici hem de dinleyici haber akışı içinde belli başlı noktalara odaklanıp dikkat kesilip bu şekilde yoğunlaşıp haberleri takip etmediği müddetçe, programın tamamı içinde nelerin ön plana çıktığını tam manasıyla yakalayamama olasılığı oldukça yüksektir.

Ancak haberin anlatıcısı haberin doğrunun sağlayıcısı durumundadır. Bir diğer deyişle ise oluşturulan metnin bir bakış açısından izleyiciye, dinleyiciye dikte etme durumu yaşanır" (Inal, 1996:103).

Dikkat edilmesi gereken husus, iktidarın ve yahut medyanın organlarına haim olan egemen güçlerin, toplumlara vermeyi istedikleri bilgiyi politik, sosyal ve ahlaki gerekçelerle oluşturarak paylaştıkları tanımlamalarının genellikle dayatmaya ya da fikri kabul ettirmeye dayalı bir yapı ortaya çıkarmasıdır.

Dünyada vuku bulan olayların pek çoğundan haberdar olma ve bunlarla ilgili fikir oluşturma genellikle medya araçları, bilhassa da televizyonda paylaşılan haberler aracılığı ile olmaktadır. Geniş toplumlar tarafından eş zamanlı olarak bu

oranda aktarılabilen başka bir söylem biçimi henüz ortaya çıkmamıştır, şimdilik yoktur. Bu sebeple, hem toplumsal açıdan, hem politik bakımdan, hem kültürel özellikleri dolayısıyla hem de ekonomik anlamda hakimiyetin inşa sürecinde aslında her an her yerde var olan ideolojik yaklaşımı anlayabilme bakımından da televizyonda paylaşılan haberler değer taşımaktadır.

Televizyonun kuvveti, sadece yazılı kültür ve söylem şeklini değil; bunun yanında görüntünün kuvvetini kullanabilmesinde de görünür hale gelmektedir.

Oluşturulan haber metnindeki görsel betimlemeler ya da haberlerin kullanıldığı bir takım göstergeler ve bunların içindeki gösterenler, bu süreçler tamamlandığı takdirde netice olarak göndermelere dönüşmektedir. İzleyici ise gösterenlerin yerine göndermelerin ta kendisiyle iletişimde olduğunu varsaymakta, bunu düşünmekte, buna inanmakta ve herhangi bir sorgulama işine el atmamaktadır. Bu sebeple görsel medyadaki paylaşılan haber metinleri izleyicinin var olan ile arasında bulunan oyununu bozmamakta, ve aslında tersine onu iyiden iyiye pekiştirmektedir (Inal, 1996:104).

"Gerçeklik hayatın mı medya ile, yoksa medyanın mı hayat aracılığı ile takip edildiğine karar vermeyi güçleştirecek oranda medyatikleşmiştir (Bennet,2000).

George Orwell meşhur distopya romanı olan '1984'te modern bir diktatörlüğün, 'Big Brother'ın ileri teknoloji ve dilin kendisini aracı olarak kullanarak, alenen bir terörden ziyade, niteliklerin programlanması aracılığı ile nasıl denetlediğini anlatır. Orwell'in romanında Oceania olarak nitelendirilen (ABD+İngiltere) dünyanın kalanıyla devamlı bir savaş hali vardır. Halk ise bu savaşı, televizyon ekranlarından dakikası dakikasına hiç bırakmadan takip eder, izler. Hiç bitmeyen, sonsuz, toplumu sürekli yapabilecekleri ile tehdit eden bu savaşın

hakikatte var olup olmadığı da meçhuldür. Fakat kimse bunu sorgulamaz, varlığının hakiki olup olmadığını düşünmez, bununla ilgilenmez. Ona sunulanı kabul eder ve dikte edileni bir yaşam biçimine dönüştürür, hayatın akışına farklı bir yön vermek, gerçekleştirenleri sorgulamak aklın ucundan dahi geçmemektedir. Yığınların üzerinde ortak görüşte olduğu bu düşünce ve hayatı yaşayış biçimi değiştirilemez bir şekilde kabul görmüştür. İçinde bulunulandan dışında bir dünya tasavvur etmek bile imkansız hale gelmektedir.

Çünkü esas hakikat, televizyonda ne paylaşıyorsa, televizyon ne gösteriyorsa odur ve içinde bulunulan savaş 'Big Brother' isimli diktatörün en mühim kendini kabul ettirme kaynaklarından biridir. Tüm halk evlerinde bulunan ve neredeyse her daim açık olan TV ekranlarını sürekli takip etmek zorundadır. Çift işlevli bu ekranlar aracılığı ile konuşan ve devamlı insanları izleyen 'Big Brother', karşıt iki kavramı anda paylaşan bir dili aracı kılar. Savaş onlar için barış anlamına gelir, cehalet onlara güç verir, sevgi bakanlığı adının işlevini yerine getirmez, aksine insanlara işkence eder, bilgi bakanlığı ise yine adından bağımsız çalışır, bilgi üretir ama sürekli yalan üretir, tarihi her gün yeniden, istenilen üzere tekrar ve tekrar yazar (Orwell, 2006).

Orwell'in '1984' kitabında bahsettiği gibi, medyayı kontrol eden güçler, alıcıları yani beyinleri de kontrol eder, elinde bulundurur; beyinlerin kontrolüne sahip olan ise yığınları, toplumları kontrol etme gücüne sahip olur. Sistem bu şekilde kendisinin devamını garanti altına alırken gönüllü biçimde oluşmuş kölelere de sahip olacaktır. Bu köleleri de televizyonun ta kendisi oluşturmaktadır (Çoban, 2006:283).

Baudrillard'ın ortaya attığı 'simülasyon Teorisi'ne göre, var olan ile sanal olarak üretilen arasındaki ayrımın git gide yok olmasının yanında, görsel ve işitsel anlamda da medyanın hakikati tekrar biçimlendirme ve dönüştürme özelliği, medyanın sadece ekonomi dünyasındaki çekişmede değil, bunun yanında iktidar mücadelesinde de çok mühim bir araca, diğer bir söylemle güçlü

bir silah halini almasına sebep olmuştur. 'Medya sahibi değilsen o zaman, yoksun!' söylemi de bunu etkileyici bir biçimde anlatmaktadır (Duran, 2001:92).

Televizyonda yapılan ve yayınlanan haberlerde hakikatin başkaca bir görünüme bürünmesini salık veren en mühim unsurlardan biri olarak kullanılan bir öğelerdir. Haberlerde bilhassa da haber programlarının içeriğinde kapsamlı bir izleyici topluluğunun ilgisini çekmek için genel olarak, ele alınan hususların bir bakıma duygusal yönü ön plana çıkabilir.

Olduğu gibi hakiki olaylara ve kişilere dayalı haberlerde dahi esas gerçeklik, kurgu gibi, geleneksel yöntemler ile yeniden oluşturulmuştur.

" Yani hakiki insanlara, gerçek sorulara, var olan olaylara (iyi ya da kötü, kahraman olarak tanımlanabilecek ya da kötü adam sayılabilecek, birey ya da kurum temelli, bizden olanlar ve bizden olmayanlar/düşmanlarımız gibi) iki ana karşıt kuvvetin çatışmasıyla belirtilen söylentilere dönüştürmüştür" (Poyraz, 2002:70).

3.1.DEZENFORMASYON

Hükümetler ve hükümetlerin güdümündeki askeri yetkililer bilhassa kriz ve savaş süreçlerinde medyayı kısıtlamanın yanında düşmanı etkilemek gayesi ile kitle iletişim araçlarını aracı kılmışlardır.

ABD Senatörü Hiram Johnson'un takvimler 1917'yi gösterdiğinde söylediği 'savaşta ilk kayıp hakikattir' sözü bu durumu anımsatmak amacıyla defaatle kullanılmaktadır.

Bilhassa Vietnam Savaşı'ndan sonra yayınlanan görüntünün kuvvetinin farkında olan Amerikan silahlı güçlerinin temel medyayı manipüle etmek ve amaçlarına aracı kılmak için kullandığı yöntemler, Ottosen tarafından dört maddede açıklanmıştır:

1- İlk Aşama: Ülke yoksulluk, tek başlılık ya da anarşi gibi sebeplerle Sürekli artan bir gerginlik kaynağı olarak haberi oluşturur.

2- Meşrulaştırma Aşaması: Bu durumun ivedilikle normale çevrilmesi için Silah kullanılarak yapılan müdahalenin ivedi kuvvetini vurgulayan haberler üretilir.

3 - Uygulama Aşaması: Kamuoyu araştırmaları ve sansür uygulama aracılığı ile yayınların kontrolü yapılır.

4 - Sonrasında: Haber var olduğu gündemdeki önemini kaybetmeden önce bölgede olağana döndüğü aktarılır (Aktaran (Çatalbaş, 2003:248).

İçinde yaşadığımız dönem, bilgi, iletişim dönemi olarak adlandırılmaktadır. Fakat bu dönemde televizyon, hakiki enformasyonun bozulmadan, dönüşüme uğramadan yansıtılabilen bir araç değildir. Kurgulanmış değerlerin, enformasyonun, hayatların aynasıdır. Toplum içinden olan insan tipinden toplumun bir ferdi durumuna getirilen insan biçimine geçişi de nitendirilen Yeni Dünya nizamında televizyon odağı farklı noktalara çekme, yeni odaklar oluşturma amacı ve aracı durumundadır.

Küresel güçlerin egemenliğini muhafaza etmek ve sağlamlaştırmak görevini yerine getirmektedir.

Mevzu bahis olan dış politikada bir çatışma veya kriz hali ise, bu hususta egemen kuvvetlerin medya aracılığı ile bir çeşit propagandası değişik şekillerde görülebilir. Bu noktada bilgi, haber akışının önüne ket vurulur ya da sınırlandırılır. Enformasyona bir çeşit sansür uygulanması durumu benimsenebilir. Son kertede ise dezenformasyon uygulamasına denk gelmektedir.

Türk Dil Kurumu tarafından bilgi çarpıtma olarak tanımlanan bilgi çarpıtması ve dezenformasyon (www.tdk.gov.tr) olgusu, daha evvel daha çok askerlikle alakalı kullanırken şimdilerde artık bir medya sözcüğü haline gelmiştir. Yanlış bilgilendirme veya eksik bilgiler naklederek bilgileri esas bağlamından koparmak, sunulan bilgiyi dönüştürmek yani bilginin esas durumunda var olan biçimini değil de kurgulanan ya da istenen amaca uygun biçimini vermektir. Burada dezenformasyon, var olan bilgiyi psikolojik bir çatışma aracı ve silahı olarak kullanmaktır.

Dezenformasyon, noksan, gerçeği yansıtmayan ya da bir başka deyişle alıcılar tarafından kabul görebilecek durumdan uzak bilgilerin, belirli kitleyi hakikatler hakkında yanıltmak gayesiyle yayılmasıdır. Bazen kitle, bu tür bilgilerin membağı hakkında bilgi sahibi edilir, bu duruma da açık dezenformasyon adı verilmektedir. Ancak zaman zaman, bu fiil, bilgilerin kaynağı hususunda hiçbir kimlik betimlemesi olmadan ya da hakiki olmayan kaynaklar aracı kılınarak,/sunularak yapılır. Bu noktada da bu durum kapalı dezenformasyon olarak tanımlanır. Bu fiil hem gizliden hem açık bir biçimde gerçekleştirilerek ortaya atılabilir. Dezenformasyonun sınırlarını net bir biçimde çizmek, bu kavramı yargılamak güçtür zordur fakat politik amaçlar söz konusu olunca ya da hedeflere ulaşmak durumunda kullanılan, yalan uydur biçimi olarak da söylenebilir (Aktaran Inceoglu ve Akiner, 2004).

Medya, dünyada süregelen savaşlarını ve çatışmasını anlatış ve aktarışında bazen, yabancı düşmanlığı, buna paralel olarak milliyetçilik, bunların yanında savaş tellallığı ve çokça konuşulmaya başlanan popülizm yaptığı gibi eleştiriler almaktadır.

Norveçli Profesör Johan Galtung, çalışmalarında şiddet ve çatışmayı anlatırken medyanın genellikle içine düştüğü hataları şöyle anlatmıştır:

1- Şiddeti ana bağlamından ayırmak: Çatışma ve bunun beraberinde getirebileceği kutuplaşmanın sebeplerine odaklanmaksızın rasyonel olmayana yoğunlaşmak.

2- İkilik: Genellikle daha çok taraf olmasına karşın çatışmayı, yalnızca iki taraf arasındaymış gibi göstermek.

3- Taraflardan birini iyi olarak gösterirken bir diğerini şeytan biçiminde yansıtmaktadır.

4- Alternatifleri elimine ederek şiddeti mecburi son olarak yansıtmak.

5- Yoksulluk durumu, hükümet ihmali, hükümetin askeri zorlama ya da polis baskısı gibi yapısal bir takım sebepleri göz ardı ederek kişisel şiddet durumlarına odaklanmak.

6- Savaş kapsamı ya da şiddetin vuku bulduğu mekan gibi yalnızca çatışma durumuna yoğunlaşırken bu şiddete etki eden faktör ve kuvvetleri göz ardı etmek.

7 - Acıyı saf dışı bırakarak, intikam fiilini ve şiddetin nedenlerini açıklamamak.

8 - Şiddeti kuvvetlendiren sebepleri ve medyanın yayınlarının tesirini oldukça net bir şekilde açığa çıkarmamak.

9 - Dış müdahalelerin bilhassa büyük güçlerin temel amaçlarını araştırmamak.

10- Barış tavsiyelerini araştırmamak ve barışçıl sonuçları sunmamak.

11- Ateşkesleri müzakereler ile karıştırmak.

12- Uzlaşmayı tamamıyla dışlamak (Aktaran Çatalbaş, 2003:248-249).

Toplumsal hususların yansıtılma sürecinin o durumu yaşıyan ve orada, olay yerinde izleyen gazeteciye ne derece bağılı olduğı da devamlı tartışılan bir durumdur.

3.2. KÖRFEZ SAVAŞI

Vietnam'da gerçekleşen bu durumda medya ve ilişkileri, aynı zamanda propaganda hususunda olumsuz görülen ABD, Körfez Savaşı süresince bu hatayı devamlı olarak tekrarlamamak maksadıyla bu kez ipleri sağlam tuttu. " Pek çok insan, Vietnam Savaşı'nın Amerikan halkının yöneticilerine olan güvenini kaybetmesi ve yöneticilerin onları, savaş gelişmeleri hususunda, bilerek yanlış bir şekilde yönlendirmesi sebepleriyle kaybedildiğini düşünüyordu. Bunun devamını ne olursa olsun önlenmesini isteyen Bush yönetimi, Çöl Kalkanı adı verilen operasyonu için temel ve ulaşılabilir birkaç hedef noktası göstermeyi salık verdi. Amerikan propagandası en çok bilinen televizyon kanalları tarafından canlı olarak paylaşılan pek iyi düzenlenmiş bilgilendirmeler de mesajlarını göndermek için kullandı" (Bektaş, 2002 :184).

Birçoklarınca bir video oyunu olarak tanımlanan Körfez Savaşı'nı naklen, adım adım milyonlarca insan evlerinde, ekrana yansıyan görüntülerden an be an takip etti, izledi. İleri teknolojinin ürünü olan silahların kullanıldığı bu savaş, ekranlardan adeta bir oyunmuş gibi yansıtıldı.

Körfez Savaşı'nın televizyonlardan sadece Amerika'ya değil dünyaya ulaştırılması, daha çok izleyici, daha uzun müddet ekran başında durmalı' ilkesinin gerçekleştirilmesinde bir mihenk taşı olmuştur (Rigel, 1991:192).

Körfez Savaşı'nın global televizyon haberciliğı bakımından mühim bir rolü bulunmaktadır. Bu savaşın hem siyasi, hem ekonomik ve hem de askeri kısımları bir tarafa ayrılacak olursa, Körfez Savaşı bütün dünyaca izlenen bir

global televizyon savaşıdır ve Amerika merkezli CNN'in dünya çapında tanınan bir televizyon öncüsü olmasını sağlamıştır.

Bu savaş sırasında bu kuruluş, CNN yüze yakın ülkede izlenmiş ve savaşın hatırı sayılır bir bölümü 24 saat naklen yayınlanmıştır. Körfez Krizi'nin ilk günlerinde CNN'in Irak'taki yetkilileriyle uydudan görüntü yansıtabilmek için yaptırdığı görüşmelerde onay görmesinin esas nedeni, çok büyük olasılıkla " dünyada 103 ülkede, ABD'de de 93 milyon evde televizyondan takip ediliyor/izleniyor" olmasıdır (Rigel, 1991:176-177).

Bununla birlikte hatırı sayılır ABC, NBC ve CBS gibi diğer büyük yayın kuruluşları Amerika tarafından düzenlenen hava saldırılarında Bağdat'tan haber gönderen biricik haber kanalı olan CNN'i Iraklı yöneticilere rüşvet vermekle itham etmişlerdir (Inceoglu, 1994:91). Bunun yanında, kanalın Pentagon aracılığı ile finanse edildiği ve CNN'in bu 'post modern', 'akça pakça, beyaz ve kansız' savaşı, milyonlarca izleyiciye ulaştırması, var olan durumdan epey farklı bir hale aktardığı da ileri sürülmektedir (Duran : 45).

Savaş süresince sahada Irak'tan naklen yayın yapan tek kanal olan CNN ününü katladığı kadar da izleyicilerden eleştiri almıştır. Hem Irak hem ABD bir savaş propagandası yapmakla itham edilmişlerdir. Pentagon, CNN'in Irak'tan gelen bütün görüntülerinin Irak propagandası için kullanılmış olduğunu açıklamıştır. ABD basını ise CNN kanalını, "Saddam Haber Şebekesi" (SNN Saddam News Network) isimlendirmesini kullanarak seklinde (Falk, 2001: 41).

Körfez Savaşı'ndan sonra 1992 sonrası 174.6 milyon dolar kadar kazanç elde eden CNN, CNN dalgası (CNN Curve) olarak isimlendirilen bir fenomene öncülük etmiştir.

Bu yeni tip savaşın şüphesiz en kolay kazananı ise yukarıda da aktarıldığı üzere bir televizyon kanalı oldu: o da CNN.

CNN Körfez Savaşı'nda ABD ve aslında genel olarak dünyada televizyonun politik alanda kullanımıyla ilgili olarak bir yepyeni çığır açtı. Pek çok ülkede bulunan onlarca televizyon kanalı, CNN'den gelen görüntüleri izleyicileri ile paylaştı. Bununla da yetinmedi CNN'le bağı olanlar ortak bir yayına, bir savaş yayına geçti. Şüphesiz bu yeni tür televizyonculuk değişik şekillerde yorumlandı. Bazılarına göre artık var olan hiçbir şey gizli kalamayacak, küresel köy'ün herhangi bir yerinde gerçekleşen herhangi bir şey televizyon haberlerinden mecburi olarak kaçamayacaktı. Bazılarına göre ise, bu bir dezenformasyon ve manipölasyon idi.

Körfez Savaşı kitle iletişim araçlarının bu kadar yoğun bir biçimde kullanıldığı ilk savaş olmasına karşın dezenformasyonlar, medyanın bilgiyi paylaşmaması ya da yetkililerin yararına görölmeyen hususların haber yapılmaması gibi tercihler yoğun bir şekilde ortaya çıkmıştır.

Henüz savaş başlamadan, Irak'ın Kuveyt'i işgal etmesinin hemen ardından, Irak muhalif güçlerin ABD Başkanı Bush'la görüşme ve Saddam'ın rejimini devirmeyi teklif etme istekleri Beyaz Sarayca onaylanmadı. Irakla muhalif liderler ABD Başkanı Bush'un kabulünü bile alamadı, çünkü onlar Saddam'a ve savaşa karşı durmuşlar, barış istiyorlardı. Bu talepleri CNN de içinde olacak şekilde hiçbir sermaye televizyonunda haberleştirilmedi (Chomsky,1993:46).

Temelde Amerikan medyası olmak şartıyla, medyanın gözden kaçırmayı tercih ettiği başkaca haberlerden biri de Saddam'ın talepleri doğrultusunda da olsa geri çekilmeyi içeren tavsiyesidir.

" Saddam'ın 'Eğer Birleşik Devletler, askerler bu savaşa son verme düşüncesiyle geri çekilirken saldırmamaya söz verirse, burada bulunan yabancı askerler bölgeyi terk ederse ve eğer Filistin sorunu çözölür ve bölgedeki tüm kitle imha silahlarının yasaklanması hususunda anlaşmaya anılırsa, Kuveyt'ten geri çekilmeyi kabul eden " önerisine ilişkin haber de neredeyse hiçbir kanalda yayınlanmamıştır (Chomsky,2000:338).

Televizyonlardan naklen yayınlanan ilk savaş olarak bilinen Körfez Savaşı, böylesine yakın takip edildiği Amerikan halkınca ne kadar anlaşıldı konusuna gelindiği zaman ise bu çokça tartışılan bir husus. Massachusetts  niversitesinden araştırmacıların yaptığı bir araştırmanın raporuna göre, Körfez krizi esnasında televizyon izleyenlerin gerçekleşen meseleler ile ilgili bilgilerinin çok az ve buna rağmen de var olan savaşı destekleme oranlarının epey yüksek olduğu aktarılmıştır.

" 1991 yılının kış mevsiminde Irak'ın karşı alındığı bir savaşa dönüşen 1990 Körfez Krizi, bu savaştan yana olan siyasi elitlerce haberin yönetimi ve pazarlama teknikleri açısından nasıl kullanıldığı, haberdeki bilgi önyargılarından faydalanmak ve halka bir savaşı pazarlamak için kullanıldığını  rnekliliyor" (Bennett, 2000:89).

Irak'a saldırı hususundaki nihai karardan sadece birkaç hafta önce ABD'de yapılan kamuoyu araştırmaları, ekonomik bir takım yaptırımların Irak'ın Kuveyt'ten çekilmesine zorlaması, savunma amacı taşıyan bir askeri tavrı gözetenler ve çözümü savaş yapmaktan, cephede olmaktan yana görenler arasında önemli ayrışmalar olduğunu gösteriyordu. Kongrede sunulan tartışmaların peşinden beş oy farkla hükümet, Birleşmiş Milletler 'in askeri açıdan bir müdahalesine katılma yetkisi aldı.

şüphesiz savaş noktasına gelinceye kadarki döneme, halkın bu sürece Hazır hale getirilmesinde televizyon ve burada paylaşılan haberlerin tesiri hatırı sayılır derecede mühim oldu. Örneğin, içinde bulunan durumun, düşman Saddam Hüseyin'i Hitler' le aynı tutan sayısız haberle nasıl kişileştirildiği göz önüne alınsın. Saddam Hüseyin çok kötü bir adamdı, ancak acaba o hakikaten bir 'Hitler'miydi? Bu, Beyaz Saray ve diğer aktörlerin askeri müdahaleye yasallık katmak için aracı kıldığı, kullandığı bir isim olarak kayıtlara geçti" (Bennett, 2000:89)

Körfez Krizi'nde kullanılan söylem nitelikleri şu şekilde ifade edilebilir: Körfez Savaşı'nda paylaşılan haberleri, olayın girizgahında ve neticesinde bir heyecan ortaya çıkarmış, olayın acaba 'ilerleyen zamanlarda ne olacak' cinsinden ve duygusal sunum yöntemleriyle izleyicinin odağı sürekli biçimde aktif tutulmaya çalışılmıştır.

Körfez savaşında altı çizilen bir diğer unsur da düşmanın yansıtılış biçimidir. Savaş esnasında yayın yapılan kitle iletişim araçlarında net bir şekilde dile söylenen "bizimkiler" ve "onlar" adlandırmaları duygusal bir şekilde değerlendirilmiştir.

"Kuveyt Savaşı süresince televizyonlarda farklı görüntülere tanıklık ettik. Savaşta kullanılan kamyonların, yığınakların, kaçış yollarının görüntüleri defalarca gösterildi. Ama aynı teknolojinin kaydettiği diğer görüntüler (makinelere olabildiğince kaçan ürkmüş insanlar ve makinelerce canları alınan insanların görüntüleri sansürlendi (Gray, 2000, 47-48).

Körfez Savaşı akıllara bilhassa bir kareyle yerleşmiştir; petrole bulanmış, simsiyah karabatak kuşlarıyla.

" Saddam Hüseyin yönetiminin Körfez'deki petrol tesislerini harap edip denizi "bir daha hiçbir zaman temizlenemeyecek düzeyde kirlettiği" sözü müttefik ağızlarca ortaya atıldığı gibi, CNN gibi kuruluşlar başta olmak üzere Amerikan "network"leri petrole bulanmış deniz kuşlarının görüntülerini defalarca ve saatlerce yayımlayarak "yalnızca insanlara değil, hayvanlara dahi eziyet eden Saddam" imajını pekiştirdiler" (Arapkirli, 2004).

Petrole bulanmış bu kuşların görüntüleri dünyanın her tarafındaki televizyonlarda, saatlerce ve defalarca yayınlandı. Hala, pekl çok insan için Körfez Savaşı, gece karanlığında gösterilen hava saldırıları ve petrole bulanmış kuşların görüntülerinden oluşmaktadır.

Bu haberin doğru olmadığı bir müddet sonra ortaya çıktı. Bu görüntülerdeki kuşların, esasında yıllar evvel Exxon-Valdez adlı tankerin yaptığı bir kaza neticesinde Alaska'da denize yayılan petrolden kirlenmiş kuşlar olduğu ortaya çıktı ve bu haberler için 'özür' dilendi (Arapkirli, 2004).

4. SONUÇ

İletişimde teknolojinin ilerlemesi ile, uzak mesafelerin her açıdan yakınlaştığı bu günde, kültürler arasında bir iletişim, yaşanacak bir etkileşimin olması kaçınılmazdır. Bu noktada esas belirleyici, kültürler arasındaki etkileşimin karşılıklı olması, burada bir alışveriş olması ve herhangi bir baskı olmadan gerçekleşmesidir. Dünyada iletişim teknolojilerine haiz olmayan bir takım kabilelerin dışında, küreselleşmeden ari kalabilmiş bir topluluğun olması mümkün dahi görünmemektedir.

Yasadığımız bu yüzyılda, teknoloji ve kültürlerin paylaştığı etkileşimden uzak kalmanın doğru bir şey olduğunun söylenmesi de mümkün değildir. Küreselleşme sürecine kendini bırakmaktan ziyade, küreselleşmeyi inkar etmeden ama aynı zamanda küreselleşmenin içinde kaybolmadan bu süreci yönetmek gerekmektedir. Bu durumu, Mahatma Gandhi şöyle dile getirmektedir: " Evimin etrafının kuşatılmasını ve pencerelerimin kapatılmasını istemiyorum. Bütün kültürlerin sağladığı rüzgârlarının evimde istedikleri gibi, serbest bir şekilde esmesini istiyorum. Ama o rüzgârların herhangi birisince yönlendirilip ayağımın yerden kesilmesini de reddediyorum".

Bugün küresel bir Amerikan tarzı hayat biçiminden söz ediyorsak bunda en büyük etken, ABD'nin en iyi biçimde kullandığı medyadır. Bu kullanılan araç o

kadar etkilidir ki, kendi başkentimizi öğrenmeden evvel ABD'nin başkentini öğrenmekteyiz. Müzik dinleme alışkanlıklarından yeme içme alışkanlıklarına, eğlence anlayışından haberlere değin hemen her alanda oluşturulmuş, kurgulanmış bir global kültüre entegre edilmiş durumdayız.

Çalışma neticesinde, bahsedilen küresel kültürün inşa edilmesi ve yayılmasında bilhassa televizyon haberlerinin tesiri olduğu gözlemlenmektedir. Küresel habercilik başlığı ile kurulan medya tekelleri piyasayı elinde tutar ve gündemi belirler. Haber akışı bakımından bir dengesizlik olduğu oldukça barizdir. En başta Amerika Birleşik Devletleri olmak ile birlikte, gelişmiş Batı ülkeleri medya pazarına hakim durumdadır ve bu hakimiyet bilhassa savaş ve çatışma gibi durumlarda manipölasyon yapmak ve propaganda yapmak amaçlı kullanılmaktadır. Denetimsin olmadığı, sonsuz ve özgür haber anlayışını ortaya attığı iddia edilen globalleşme, bir taraftan da özgür haber dolaşım imkanlarını ortadan kaldırmıştır. Küreselleşme, habercilikteki tekelleşmeyi kuvvetlendirerek haber özgürlüğünü sekteye uğratmıştır. Haber medyası, globalleşmenin ideolojik biçiminin yerleştirilmesi açısından toplumsal bilinç yanılsamasına sebep olmakta kullanılmıştır. Haberin dezenformasyonu aracılığı ile, bilhassa savaş ve kriz süreçlerinde, kitleler yanlış bilgilendirilerek hakim küresel kuvvetlerin politikaları desteklenmiştir.

KAYNAKÇA

Akbulut, Örsan Ö. (2007), Küreselleşme Ulus-Devlet ve Kamu Yönetimi, Türkiye ve Orta Doğu Amme İdaresi Enstitüsü Yayınları, Ankara.

Arsan, Esra (2008), Medya Gözesi, Evrensel Başım Yayın, İstanbul.

Atabek, Necdet ve Dağtaş, Erdal (1998), Kamuoyu ve İletişim, Anadolu Üniversitesi ESBAÇ Vakfı Yayınları, Eskişehir.

Aziz, Aysel (1982), Toplumsallaşma ve Kitleseİ İletişim, A.Ü.B.Y.Y.O. Yayınları, Ankara.

Baudrillard, Jean (2005), Şeytana Satılan Ruh ya da Kötülüğün Egemenliğı, (Çev. Oğuz Adanır), Doğı Bati Yayınları, Ankara.

Baudrillard Jean (1997), Tüketim Toplumu (Çev. Hazal Deliçaylı-Ferda Keskin), Ayrıntı Yayınları, İstanbul.

Baudrillard, Jean (2005), Simülakrlar ve Simülasyon, (Çev. Oğuz Adanır), Doğı Bati Yayınları, Ankara.

Bauman, Zygmunt (1999), Küreselleşme- Toplumsal Sonuçları (Çev. Abdullah Yılmaz), Ayrıntı Yayınları, İstanbul.

Bauman, Zygmunt (2005), Bireyselleşmiş Toplum (Çev. Yavuz Alogan), Ayrıntı Yayınları, İstanbul.

Bayramoğlu, Sonay (2005), Yönetişim Zihniyeti, iletişim Yayınları, İstanbul.

Bektaş, Arsev (2002), Siyasal Propaganda Tarihsel Evrimi ve Demokratik Toplumdaki Uygulamaları, Bağlam Yayınlar1, İstanbul.

Bennett, W.Lance (2000), Politik İllüzyon ve Medya, (Çev.: Seyfi Say), Nehir Yayınları, İstanbul.

[00:46, 23.01.2025] Bahar: Colard, Daniel (1991), Les Medias et le Traitement des Crises Internationales, Nilgün (2006), Küreselleşme, İletişim, Kırmızı Yayınları, İstanbul.

Danaher, Kevin ve Burbach, Kevin (2004), Hadi Bunu Küreseleşen, Dünya, Ticaret Örgütü ve Şirket Egemenliğine Karsı Mücadele, (Çev. Özlem Dalkıran), Metis Yayınları, İstanbul.

Desmoulins, Nadine Tousanint (1989), Medya Ekonomisi, (Çev.Gül Erik), iletişim Yayınları, İstanbul.

Duran, Ragip (2000), Medyamorfoz, Avesta Yayınları ,İstanbul, 2000.

Duran, Ragip (2001), Burası Dünya Polis Radyosu, Yapı Kredi Yayınları, İstanbul.

El-Nevevi, Muhammed ve Iskandar, Adel (2004), Ortadoğu'yu Değiştiren Haber

Kanalı, El-Cezire (Çev. Arif Başaran), Gelenek Yayınları, İstanbul.

Erdoğan, İrfan (1995), Uluslararası lemisim, Dünyanın Çarpık Düzeni, Kaynak Yayınları, İstanbul.

Falk, Richard (2001), Yurtiçi Küreselleşme, (Çev. Ali Çaksu), Küre Yayınları, İstanbul.

Gökdağ, Remzi (2001), Amerikan Medyasında 1 Eylül, E Yayınları, İstanbul.

[00:46, 23.01.2025] Bahar: Mutiu, Erol (2005), Globalleşme, Popüler Kültür ve Medya, Ütopya Yayınları.

Oran, Baskın (2001), Küreselleşme ve Azınlıklar, İmaj Yayınevi, Ankara.

Orwell, George (2006), 1984, (Çev. Nuran Akgören), Can Yayınları, İstanbul.

Özcan, Zafer (1983), Uluslararası Haberleşme ve Azgelişmiş Ülkeler, Dayanışma Yayınları, Ankara.

Özek, Çetin (1999), Başın Özgürlüğünden Bilgilenme Hakkına, Alfa Yayınları, Ankara.

Özkök, Ertuğrul (1985), İlelisim Kuramları Açısından Kitlelerin Çözülüşü, Tan Yayınları, Ankara.

Poyraz, Bedriye (2002), Haber ve Haber Programlarında İdeoloji ve Gerçeklik, Ütopya Yayınevi, Ankara.

Ramonet, Ignacio (2005), Medias en Crise, Nilgün (2006), Küreselleşme, İletişim, Kültürlerarasılar, Kırmızı Yayınlan, İstanbul.

Rigel, Nurdogan (1991), Elektronik Rönesans, Der Yayınları, İstanbul.

Rigel, Nurdogan (1994), Medya Ninnileri, Sistem Yayınları, İstanbul.

Saylan, Gencay (2002), Postmodernizm, İmge Kitabevi, Ankara.

[00:47, 23.01.2025] Bahar: BBC Belgeseli (1984), Televizyon BBC, Londra, 13 bölümlük TV dizisi, TRT Arşivi, Ankara.

<http://www.bianet.org/bianet/kategori/bianet/23592/kuresellesme-karsiti-> protestonun-tarihi 12 Eylül 2003 (Etilim Tarithi: 01,04.2003),

Cangöz, İncilay (2001) Küreselleşme ve Medya, 27.09.2001

<http://www.bianet.org/bianet/kategori/medya/3642/kuresellesme-karsitlari-ve-> medya (Etilim Tarihi 01.04.2008).

Hasso, Frances S. (2003) "El Cezire' ye Ne Dersiniz?" (Çev: Nazlı Şahinbaş)

<http://www.bianet.org/2003/04/25/18438.htm> (Erişim Tarihi: 17.03.22008).

İnceoğlu, Y. ve Akıner N. (2004), Dezenformasyonda Süreklilik Irak Savaşı Üzerine Örneklerle, <http://www.yasemininceoglu.com/?Page=11&id=200&işlem=oku> (Erişim Tarihi 13.03.2008).

Kaplan, Gülcan (2003), "El Cezire: Propaganda mı Habercilik mi?"

<http://ilef.ankara.edu.tr/id/yazi.php?yad=1341> (Etilim Tarihi : 17.03.2008).

www.tdk.gov.tr

Yüceoğlu, Erkut (2003), Yönetimden Yönetişime, www.tusiad.org/vayin/ görüş

145 /03 Yüceoğlu (Erişim Tarihi:15.04.2008)

