

**T.C. İSTANBUL KÜLTÜR ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**

**KÜRESELLEŞME SÜRECİNDE MEDYADAKİ DEZENFORMASYON VE  
İRAK İŞGALİ ÖRNEĞİ**

**YÜKSEKLİSANS TEZİ  
HAKAN ALP**

**Anabilim Dalı: İletişim Sanatları**

**Programı: İletişim Sanatları**

**HAZİRAN 2011**

**T.C. İSTANBUL KÜLTÜR ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**

**KÜRESELLEŞME SÜRECİNDE MEDYADAKİ DEZENFORMASYON VE  
İRAK İŞGALİ ÖRNEĞİ**

**YÜKSEKLİSANS TEZİ**

**HAKAN ALP**

**0810052006**

**Tezin Enstitüye Verildiği Tarih: 10 Mayıs 2011  
Tezin Savunulduğu Tarih: 24 Mayıs 2011**

**Tez Danışmanı: Prof. Dr. Yasemin İnceoğlu**

**Diğer Jüri Üyeleri:**

**Prof.Dr. Rengin Küçükeroğan**

**Doç.Dr. Işıl Zeybek**

**HAZİRAN 2011**

# İÇİNDEKİLER

Sayfa No.

## TABLO

LİSTESİ.....VII

## ŞEKİL

LİSTESİ.....VIII

KISALTMALAR.....IX

ÖZET.....X

ABSTRACT.....XI

1.GİRİŞ.....1

1.1. Problem.....2

1.2. Amaç ve Yöntem .....2

1.3. Önem .....3

1.4. Varsayımlar .....3

2. KÜRESELLEŞME.....4

2.1.Küreselleşme ve Neo-Liberalizm Tartışmaları.....12

2.2.Kuramsal Konumlamalar.....13

2.3.Küreselleşme Üzerine Farklı Yaklaşımlar.....15

2.4. Uluslararası Bağlamda Küreselleşmenin Anayasası; MAİ (Çok Tarafli Yatırım Anlaşması)-GATS (Hizmet Ticareti Genel Anlaşması).....15

2.5. Küreselleşmenin En Önemli Ayağı; Özelleştirme uygulamaları, .....20

2.6. Küreselleşmenin Uluslararası Sonuçları.....31

2.6.1. Birleşmiş Milletler Küresel İnsani Gelişme Raporu .....31

2.6.2.Küresel Yoksulluk Raporu .....35

2.7. Kültürel Emperyalizm .....36

2.7.1 Kitle İletişim Araçları ve Küreselleşme .....39

2.7.2. Küreselleşme Gerçeği.....	40
<b>3. KÜRESELLEŞME SÜRECİNDE MEDYA ve SAHİPLİK YAPISI .....</b>	<b>41</b>
3.1. Medya Şirketlerinin Büyüklüğü, Tekelci Yapısı Ve Kar Yönelimli Olması .....	46
3.1.1. Medyada Tekelleşme-Yoğunlaşma .....	50
3.1.1.1. Medyada Tekelleşme ve Yoğunlaşmanın Çeşitleri .....	52
3.1.1.2. İfade Özgürlüğü ve Demokratik Çoğulculuk .....	55
3.1.1.3. Medyanın Öznel Seçiciliği .....	56
3.1.1.4. Medya-Siyaset İlişkileri, Siyasetin Medyaya Etkileri .....	57
3.2. Kitle Medyasının Temel Gelir Kaynağının Reklamlar Olması .....	59
3.2.1. Sahiplik Yapısı .....	62
3.2.1.1. Medyanın Mülkiyeti ve Rupert Murdoch Örnekleme.....	63
3.2.1.2. Medyanın Medya Dışı Faaliyetleri .....	66
3.3. Medyanın Devleri .....	67
3.3.1. Aol Time/Warner .....	69
3.3.2. News Corporation .....	73
3.3.3. General Electric.....	78
3.3.4. The Walt Disney-ABC .....	80
3.3.5. Viacom .....	81
3.4. Medyanın Haber Kaynakları .....	81
3.4.1. Haber Ajansları ve Küresel Haber Akışı.....	84
3.4.2. Tek Taraflı Haber Akışının Olumsuz Etkileri ve MacBride Raporu.....	90
3.4.3. NWICO (New World Information And Communication Order) ve Serbest Ticaret .....	93
3.4.4. Medyaya Yönelik Tepki Üretimi .....	99
3.4.5. Ulusal Bir Din ve Denetleme Mekanizması Aracı “İdeoloji” .....	101
3.4.6. Propaganda Modelinin Genel Bir Bakış.....	101
<b>4. ELEŞTİREL MEDYA KURAMLARI.....</b>	<b>101</b>
4.1. Medya-İktidar Ve İdeoloji .....	102
4.2. Eleştirel Yaklaşımlar .....	103
4.2.1. Marxist Yaklaşım .....	103
4.2.2. Louis Althusser .....	104

4.2.3. Antonio Gramsci .....	105
4.2.4. Frankfurt ve İngiliz Ekolü .....	105
4.2.5. Liberal yaklaşım .....	106
4.2.6. Medyanın İşleyişi ve Herbert Schiller.....	107
4.2.7. Mattelard Ve “Uluslararası Medya Emperyalizmi Tezi” .....	108
4.2.8. Stuart Hall- Medya Ve İdeoloji .....	109
4.2.9. Van Dijk Ve Medya Söylemlerinin Eleştirel Analizi.....	110
4.2.10.Eleştirel Yaklaşımlarda Ortak Nokta .....	112
<b>5. MEDYA-DEZENFORMASYON.....</b>	<b>113</b>
5.1. Medyanın gücü, Kamuoyu Oluşturma Etkisi Ve Toplumunu Yönlendirmesi .....	113
5.2.Psikolojik Savaş Sürecinde Medya-Kamuoyu-Propaganda İlişkisi .....	114
5.3. Medya ve Propaganda .....	115
5.4. Savaş Süreçlerinde Dezenformasyon ve Psikolojik Savaş .....	115
5.5. Propaganda-Dezenformasyon.....	117
5.6. Savaş Propagandası ve Medyanın Gündem Oluşturma Etkisi .....	118
5.6.1.Medyanın Gündem Oluşturma Etkisi.....	119
5.6.2.Medya Aracılığıyla Toplumun Manipüle Edilmesi.....	119
5.6.3. Medya Aracılığıyla Savaş Çığırtnıklığı .....	121
<b>6. IRAK İŞGALİ VE MEDYA.....</b>	<b>123</b>
6.1. Irak İşgalinin Nedenleri .....	123
6.2. Irak’ın İşgal Sürecinde Medya Üzerinden Gerçekleşen Söylemler ve Gerçekler .....	125
6.3. Amerika’yı Savaşlar Kurtarıyor .....	126
6.4. Amerikan Yönetiminin Savaş Çığırtnıklığı .....	128
6.5. General Electiric Örnekleme.....	131
6.6. Irak İşgalinin Gerekçelendirilmesinde Dezenformasyonun ve Manipülasyonun Rolü.....	132
6.7. Gazeteci Kimliği ve İliştirilmiş Gazetecilik .....	150
6.7.1. İliştirilmiş Gazeteci Olmanın Koşulları .....	151
6.7.2. Haber Denetimi .....	155
6.7.3. İliştirilmiş Gazetecilik ve Medyanın Yapısal Mülkiyeti .....	156

6.8. Irak İşgalinin Etkileri ve Sonuçları.....	156
<b>SONUÇ.....</b>	<b>171</b>
<b>EKLER.....</b>	<b>178</b>
<b>KAYNAKÇA.....</b>	<b>184</b>

## TABLO LİSTESİ

Tablo 1: Küreselleşmeye Dair Farklı Yaklaşım Biçimleri.....	14
Tablo 2:Medyanın Devleri .....	68
Tablo 3: Aol Time/Warner .....	69
Tablo 4: News Corporation .....	73
Tablo 5: Irak'ta İşgal Sürecinde Yaşanan Sivil Ölüm Sayıları .....	159
Tablo 6: Irak'ta Öldürülen Gazeteci Sayısı.....	161
Tablo 7: Zorunlu Olarak Göç Eden Iraklı Sayısı .....	168
Tablo 8:Irak'tan Göç Edenlerin Sığındığı Ülkeler .....	169

## ŞEKİL LİSTESİ

Şekil 1: Günde Bombalardan Ölen İnsan Sayısı .....	157
Şekil 2: Günlük Bazda Çatışmada Ve İdamdan Ölen İnsan Sayısı.....	158
Şekil 3: Ekonomi-Gsyih, Yıllık Değişme Oranı .....	162
Şekil 4: Petrol Üretim Miktarı (Ölçüt: Milyar Dolar) .....	163
Şekil 5: Petrol Üretim Miktarı (Ölçüt: Milyar Dolar) .....	164
Şekil 6: Irak'ta İş Olanakları .....	164
Şekil 7: Irak'ta İş Olanakları .....	165
Şekil 8: Yoksulluk Sınırı .....	165
Şekil 9: Genç Nüfus Arasındaki İşsizlik Oranı .....	166
Şekil 10: Beslenme.....	167



## KISALTMALAR

AB	: Avrupa Birliği (European Union)
ABD	: Amerika Birleşik Devletleri
BOTAŞ	: Boru Hatları İle Petrol Taşıma Anonim Şirketi
BM	: Birleşmiş Milletler
CIA	: Central Intelligence Agency
CIC	: Comission Internationale de Communication
DTÖ	: Dünya Ticaret Örgütü (World Trade Organization)
FBI	: Federal Bureau of Investigation
GATS	: General Agreement on Trade in Services (Hizmet Ticareti Genel Anlaşması)
IMF	: International Monetary Fund (Uluslararası Para Fonu)
ITU	: Uluslararası Telekomünikasyon Birliği
MAI	: Multilateral Agreement on Investment (Çok Taraflı Yatırım Anlaşması)
MIGA	: Multilateral Investment Guarantee Agency (Çok Taraflı Yatırımları Garantileme Ajansı)
NWICO	: New World Information And Communication Order (Yeni Dünya Enformasyon ve İletişim Düzeni)
OECD	: Organisation for Economic Co-operation and Development (Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü)
SEKA	: Türkiye Selüloz Ve Kağıt Fabrikaları Anonim Şirketi
TÜPRAŞ	: Türkiye Petrol Rafinerileri Anonim Şirketi
WTO	: World Trade Organization (Dünya Ticaret Örgütü)
UNDP	: United Nations Development Programme (Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı)
UNESCO	: United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Kurumu)

## ÖZET

1980’li yıllarla birlikte dünyada küreselleşmenin etkisiyle medya sektöründe yoğunlaşma ve finansal hareketlerin hızlandığını görüyoruz. Kamu yararına yayın yapma olanakları gün geçtikçe kısıtlanırken, medya endüstrisinde tek ve tümleşik bir pazar yapısına geçilmiştir.

Küreselleşme süreciyle beraber tüm yaşam alanlarında olduğu gibi medya ekonomisinde de yaşanan gelişmeler medyada sahiplik yapısının değişmesine, yoğunlaşmaların ve tekelleşmelerin artmasına, kısacası medya sektörünün tamamen şekil değiştirmesine neden olmuştur. Küreselleşmeyi bugün geldiği noktaya taşıyan en önemli araç medyadır. Medya, küreselleşmenin yayılcı politikasına paralel olarak faaliyet göstermektedir.

Uluslararası ölçekte tekelleşmiş medya, neo-liberal ideolojinin işleyişinde ve yeniden üretilmesi sürecinde dev bir araç niteliğine bürünmüştür. Medyanın yaygınlaştırdığı ideolojik yaklaşımlarla beraber, neo-liberal politikalar, karşı gelinemez mitler şeklinde sunulmakta ve egemen ideolojinin varlığının sürekliliği için ihtiyaç duyduğu “rıza ve meşruiyet” medya sektörü sayesinde elde edilmektedir. Dünyayı sadece neo-liberalizm penceresinden görmesi sağlanan toplum işleyen mekanizmanın bir parçası haline getirilirken, savaş dönemleri dâhil “Medyanın halka nasıl evet dedirttiği” dezenformasyon örnekleriyle birlikte açıkça görülebilmektedir.

Medyanın etki alanının genişlediğini fark eden sermaye gruplarının, çıkar ilişkileri nedeniyle medya sektörüne yönelişi, iktidarlarla sermaye sahipleri arasında ilişki-çelişkiler; tek yanlı, ötekinin-yerelin sesini duymayan bir medya yapısının oluşmasına zemin hazırlamıştır.

Anaakım medya günümüze değin hiç olmadığı kadar sermaye gruplarının, güçlülerin ve zenginlerin hâkimiyeti altına girmiştir.

Dezenformasyon sürecine tabi tutularak değiştirilmiş, haber ajansları aracılığı ile tüm dünyaya tek yönlü ve dengesiz olarak iletilen bir enformasyon akışıyla, ulusların siyasal ve ekonomik anlamda özgürlüklerini kaybetmesine kadar uzanabilecek bir tehlike oluşmuştur. Haber akışının tek yönlü oluşu, üçüncü dünya ülkelerinin yürürlükteki hegemonyayı ve önyargıları kırmalarını güçleştirmektedir.

Medya gelişmiş ülkelerin, az gelişmiş ülkeleri siyasal, ekonomik ve kültürel anlamda sömürebilmeleri, ayrıca emperyalist savaşları kazanılmasında bir silah konumuna dönüşmüştür.

Anahtar sözcükler: Medya, Dezenformasyon, Küreselleşme, Savaş, Gazetecilik, Irak, Sermaye

## ABSTRACT

Along with the '80s and the impact of globalisation, media industry drew attention and seemed to have financial increases. The media is heading towards a merged, single market constitution, as broadcasting resources for the sake of social welfare receives restrictions in time.

Through the process of globalization, alongside the other fields of life, the development in media economies caused changes in the structure of ownership and increase in monopolization in the media. It basically causes the shape of the media industry to transform completely. The most important means that helped the globalization reach its peak is media. The media industry operates in parallel to expansionist policies of globalization.

Monopolized media on an international scale has become an implement in the period of running and regenerating the neo-liberal ideology.

The ideological approaches that media has popularized presented the neo-liberal policies in the form of undisputed myths and the need to "consent and legitimacy" in order to maintain the persistence of the dominant ideologies is gained through media.

The public whom the world was shown only by the sight of neo-liberalism, becomes a part of the active mechanism. Also, including during the time of war, it has been made obvious by the disinformation examples of "How the media make public agree".

Investment groups are taking an interest in the media industry on account of their privity after witnessing the expansion of the media domain, bonds and contradictions between the governments and the capital owners, leads up to unilateral media structure that refuses the voice of minorities and alternatives.

Mainstream media has fallen under the hegemony of the capital, the political powers and the rich than ever before.

Manipulated by putting through disinformation process, unilateral, inadequate information flows through the whole world via news agencies causes a threat to the nations which can lead them to losing their political and economical freedom. Subjective, one sided news reports stream is a handicap against the third world countries in breaking the current hegemony and the prejudices.

Media has been turned into a weapon used for exploiting less developed countries in politics, economics and cultural cases and winning wars of imperialists.

Key Words: Media, Disinformation, Globalisation, War, Journalism, Iraq, Capital

## 1.GİRİŞ

Küreselleşmenin etki ve işlevlerinin yaşamın her alanına yayılmasıyla birlikte hem küreselleşme tartışmaları da hızlanmaya başlamıştır. Özellikle ekonomik ve siyasal alanda yürütülen tartışmaların ana öznesi haline gelen küreselleşme, birçok çevre için güven, zenginlik ve özgürlük kavramlarını çağrıştırırken, bu sürece karşı cepheden bir duruş sergileyen çevreler için ise, kazananlardan çok kaybedenlerin bulunduğu, eşitsizliklerin artmasına neden olan ve en önemlisi görünenin aksine özgürlüklerin kısıtlandığı bir süreci çağrıştırmaktadır.

Küreselleşmenin ve neo-liberal politikaların medya alanındaki yansımalarını ise, tekelleşme, özelleştirme ve deregülasyon uygulamalarında görüyoruz. Özelleştirme ve deregülasyon uygulamalarının, uluslararası sermayenin gelişimi ve sürekliliği ile yaşamsal bağı vardır. Çünkü özelleştirme, hem kapitalizmin doğası gereği kendi içinde yaşadığı krizleri aşma sürecinde, sermayenin kar oranlarını artırmak için yeni alanlar arayarak küreselleşmesi hem de ulus-devletin kendi içsel mekanizmasını ve ekonominin tüm argümanlarını neo-liberal politikalar uyarınca uluslararası ekonomik aktörlere devretmesi sürecinin en önemli parçasıdır.

1980'li yıllar, medya endüstrisinin stratejik sektörler arasına güçlü bir şekilde yerleştiği bir dönem olmuştur. 1990'lı yılların başında Sovyetler Birliği'nin fiili olarak dağılmasıyla beraber, ABD'nin ekonomik ve siyasal egemenliğini arttırdığını ve buna paralel olarak da hem gelişmiş ülkelerde hem de gelişmekte olan ülkelerde medyaya yapılan yatırımların ciddi bir oranda arttığı görülmüştür. Medya, artık geleneksel biçiminden holding şirketlerinin birer parçası haline dönüşmüştür.

Medyanın yapısal analizini yaparken karşımıza ilk olarak iktidar kavramı çıkmaktadır. Medyanın, iktidar ilişkileri özelinde nasıl bir değişim sürecinden geçtiği ve var olan sınıfsal ve toplumsal ilişki-çelişkileri ne ölçüde etkileyebilir konumda olduğu tüm ideolojik çevreler tarafından tartışılmaktadır. Medya şirketlerinin iktidarlara olan bağımlılıkları, iktidar yanlısı propaganda yürütülmesi açısından önem taşımaktadır.

Medya ve küreselleşme ilişkisi üzerinden değerlendirme yapıldığında; küresel medya şirketlerinin dünya pazarına hâkim olma çabaları, sınırlı sayıda gücün dünya çapındaki bilgi akışını kontrol altında tutmaları, enformasyonun gelişmiş ülkelerden az gelişmiş ülkelere doğru tek yönlü akışı gerçeğini ortaya çıkarmıştır.

### **1.1. Problem**

Bir yandan yapısal dönüşüm geçiren medyanın diğer yandan habercilik anlayışında da önemli bir değişim yaşanmıştır. Bugün gelinen noktada bir konunun medyada haber olarak yer alabilmesi için belirli filtreden geçmesi gerekmektedir. ABD yönetiminin, Irak'ı işgal sürecinde medya dezenformasyonunu uluslararası kamuoyunu ikna edebilmek ve yanıltmak amacıyla nasıl kullandığı ve medyanın da haberlerin oluşturulma ve sunulmuş biçimiyle ilgili olarak yığınlar üzerindeki etkileyici gücü ve bu güçle beraber dezenformasyonun uluslararası haber ajansları aracılığıyla süreklilik arz eden bir biçimde dünya kamuoyuna aktarılması, toplumsal-uluslararası rızanın ne biçimde üretilip korunduğu, üzerinde duracağımız ana problemiğimiz olacaktır.

### **1.2. Amaç ve Yöntem**

Bu çalışmayla hedeflenen amaç, medya-iktidar ilişkileri çerçevesinde medyanın değişen yapısını ve haber içeriklerinin oluşum süreçlerini incelemek, küresel kapitalizmin yapısını irdelemektir.

Tezimizde, bir yandan toplumsal anlamda kapitalizmin tüm yaşam alanlarına müdahale etmesi irdelenirken, diğer yandan küreselleşme sürecinin ekonomik dönüşüm temelinde tüm toplumsal alanları –siyaset, kültür, iletişim-yeniden biçimlendirirken, medyayı da ne ölçüde biçimlendirdiği tartışılacaktır.

Bu çalışmada ABD'nin Irak işgal sürecinde kitle iletişim araçları aracılığıyla, toplumsal rızayı hangi söylemleri kullanarak oluşturduğu, yine ABD yönetimince siyasal ve ekonomik çıkarlar için, haber içeriklerinin oluşturulmasında ve sunumunda dezenformasyon ve manipülasyonun ne ölçüde kullanıldığı incelenecektir. Ayrıca, Irak'ı özgürleştirme adına yapılan işgal sonrası, küresel çapta faaliyet gösteren holdinglerin pazar paylarının hangi oranda arttığı, medya sektörüne de hakim olan bu holdinglerin aynı zamanda petrol ve enerji kaynaklarının paylaşımı alanındaki rolünü ortaya koymak hedeflenmektedir.

Tez çalışmamız sırasında anaakım medyanın Irak Savaşı ile ilgili yayınları incelenmiş ve eleştirel medya analizi yapılmıştır. Anaakım medyanın, Irak'ta kitle imha silahlarının varlığına ilişkin iddialarla ilgili olarak kamuoyu oluşturmada etkin rol oynayabilecek gazetelerinden yararlanılmıştır. Tezimizde, alternatif ve karşılaştırmalı bir yöntem kullanarak yaptığımız medya okumasıyla elde ettiğimiz medya verilerini, çözümlerimize kaynak olarak kullandık.

Medyanın, Irak işgalinde ABD'nin saldırılarına zemin hazırlayıp meşrulaştırması, ulusal ve uluslararası medyadaki savaş hevesi, medyada şiddet ögesinin yer alış biçimleri, haberlerin tek yönlü bir akış halinde belli başlı ajanslar aracılığıyla dünyaya iletiildiği dolayısıyla haber içeriklerinin oluşturulmasında ve sunumunda tarafsızlığın yitirildiği tez çalışmamızda ortaya konulmaya çalışılmıştır.

### **1.3. Önem**

Bu çalışma, 1980'li yıllardan sonra medyanın yapısal dönüşümünü incelemesi açısından ve bu yapısal değişimin hangi ilişkiler çerçevesinde şekillendiğini çözümlenmeli bir yaklaşımla değerlendirmesiyle önem taşımaktadır. Ayrıca ana akım medyanın ABD'nin Irak'ı işgal sürecindeki mevcut yaklaşımlarını derinlemesine incelemesi ve analitik bir yaklaşımla konuyu ele alması açısından önem taşımaktadır. Çalışmanın bir diğer önemi ise ABD yönetiminin Irak işgal sürecinde toplumsal rızanın üretim sürecini ortaya koyabilecek olmasıdır.

### **1.4. Varsayımlar**

Çalışmamızda şu varsayımlardan yola çıkılmaktadır:

Medyada, düşüncenin üretimi ve iletilmesi üzerindeki kontrol, medya-iktidar ilişkileri çerçevesinde üretime ve dolayısıyla üretim araçlarına hakim olan kapitalist sınıfın çıkarları doğrultusundadır. Bu kontrol sonucu olarak, kapitalist sınıf, medya endüstrisiyle bütünleşmiştir. Kitle iletişim araçlarının mülkiyet biçimi de buna paralel olarak değişime uğramıştır.

Küreselleşmenin alternatifsiz yeni bir dünya düzeni olduğu, ideolojilerin ve sınıf mücadelesinin bittiği sürekli vurgulanarak, toplumsal düşünce tek tipleştirilmeye çalışılmaktadır. Dünya çapında iletişim politikaları belirlenmekte ve uygulanmakta,

küreselleşme iletişim alanı üzerinden kendini yeniden tanımlamaktadır. İletişim gittikçe küresel ekonominin bir parçası haline gelmiştir.

Batılı uluslararası haber ajansları haber akışının neredeyse tamamını denetimleri altında tutmaktadır. Gelişmiş ülkelerden az gelişmiş ülkelere doğru tek yönlü bir haber akışı mevcuttur. Dünyanın pek çok bölgesindeki basın organları uluslararası gelişmeleri batılı haber ajansları çerçevesinden aktarıyor. Bu noktada batının çıkarlarını öne çıkarmaları ve olayları batılı ülkelerin perspektifinden ele almaları sorun yaratmaktadır. Batılı haber ajanslarının da ABD'nin Irak İşgalinde, dezenformasyon yoluna başvurdukları, tüm dünya kamuoyu tarafından bilinmektedir.

## 2. KÜRESELLEŞME

Küreselleşme kavramı açıklanırken belirsizlik ve güvensizlik noktaları üzerinde durulması gerekmektedir. Bu bağlamda, Bauman'ın küreselleşme tanımı vurgulanan noktalarla örtüşmektedir. Bauman'a göre küreselleşme “dünya meselelerinin belirsiz, kuralsız ve kendi başına buyruk doğasıdır; bir merkezin, bir kontrol masasının bir yönetim kuruluşunun, bir idari büronun yokluğudur. Yeni bir tür yenedünya düzensizliğidir.”<sup>1</sup>

Sosyal teorisyenlerin önemli bir kısmı küreselleşmenin, kapitalist ekonomik sistemin egemenliğini pekiştiren, siyasi anlamda ise ulus devletlerin gücünün azalmasına neden olan, sosyal anlamda ise yerel kültürleri yerle bir ederek küresel kültürün egemenliğini artıran bir kavram olduğunu vurgulamaktadırlar. Postmodernistler ise, aksine küreselleşmenin çoğulculuğu ifade ettiğini öne sürerek, küreselleşme sonucu oluşan küresel kültürün karmaşık bir sentez yaratarak heterojenliğe de imkân sağladığını ileri sürmektedirler.<sup>2</sup>

Günlük dilde kapitalizm sözcüğü genellikle ekonomik bir olguyu açıklayacak biçimde kullanılmaktadır. Ancak dikkat edilmesi gereken nokta, kapitalizmin ekonomik olduğu kadar toplumsal ve politik anlam ifade ettiğidir. Bu noktada kapitalizmi belirleyen temel öge, meta üretiminin giderek yaygınlaşması ve evrensel hale gelmesidir. Meta

---

<sup>1</sup> Veysel Bozkurt, **Enformasyon Toplumu ve Türkiye**, Sistem Yayıncılık, İstanbul, 1996, s: 172.

<sup>2</sup> Douglas Kellner, “Küreselleşme ve Postmodern Dönem”, Çeviren: Gül Batuş, İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, ISSN: 1302-633, 2003



üretimini belirleyici özelliği ise mal ve hizmetlerin esas olarak pazarda satılma amacına yönelik olarak üretilmesidir.<sup>3</sup>

Karl Marx ve Frederich Engels'in 1848 yılında yazmış oldukları “Komünist Manifesto” adlı eserde küreselleşmenin varlığı şu ifadelerle net biçimde gözler önüne serilmektedir: “Kentsoyluluk, üretim araçlarının hepsini hızla iyileştirerek, ulaştırmayı alabildiğince kolaylaştırarak, bütün ulusları, en barbar olanlarını bile uygarlığın içine çekiyor. Ürünlerine durmaksızın genişleyen bir sürüm sağlama gereksinimi, kentsoyluluğu yer yuvarlığının dört bir yanına sürüyor. Her yere ağını örmesi, her yere yerleşmesi, her yerde bağlantılar kurması gerekiyor.”<sup>4</sup>

Kapitalist sistemde sermaye birikim süreci, dünya ölçeğinde kutuplaşmayı ve beraberinde merkez çevre karşıtlığını üretmektedir. Kapitalizmin temelinde olan kutuplaşma olgusu, dünya pazarını da endüstrilemiş ve tarihsel olarak burjuva ulusal devletler temelinde kurulmuş merkezlerle, endüstrileşmemiş ve “sömürge ve yarı sömürge” çevreler arasındaki karşıtlık şeklinde biçimlendirmektedir.<sup>5</sup>

Küreselleşmenin kapitalizmin bir aşaması olduğu, hatta daha da ileri gidilerek “emperyalizm” kavramının yerine de kullanıldığı gözlenmektedir. Kapitalizm ötesi bir olguyu ifade etmek isterken, küreselleşme kavramı yerine zaman zaman emperyalizm kavramı da kullanılmaktadır. “Küreselleşme kavramı, ulusların karşılıklı bağımlılığını, bu ulusların ekonomilerinin ortak doğasını, çıkarlarının karşılıklılığını ve aralarındaki alışverişlerin ortak paydalarını savunur. Emperyalizm kavramı ise, emperyal devletler ile çok uluslu şirketler tarafından uygulanan tahakküm ve sömürüyü ve az gelişmiş devletler ile çalışan sınıflardan oluşan yığınları vurgular.”<sup>6</sup>

Küreselleşme süreciyle birlikte oluşan dış ticarete serbestleşme olgusu sonucunda zenginle fakirin aynı pazara girmesi birbirlerinin arasındaki eşitsizliği azaltmış gibi görünse de pazardan sağladıkları faydaların farklı olacağı ortadadır. Çünkü dünya pazarının güçlülerin (özellikle de ABD'nin) hakim olduğu bir pazar olduğu ve oyunun kurallarının güçlüler

---

<sup>3</sup> Gencay Şaylan, “Değişim, Küreselleşme ve Devletin Yeni İşlevi”, İstanbul: İmge Kitabevi, s.27.

<sup>4</sup> Karl Marx, Friedrich Engels, **Komünist Manifesto**, Ankara: Sol Yayınları, 1998, s: 75.

<sup>5</sup> Samir Amin, **Kaos İmparatorluğu ve Yeni Kapitalist Küreselleşme**, İstanbul: Kaynak Yayınları, 1993, s.11.

<sup>6</sup> James Petras, Henry Veltmeyer, **21.Yüzyılda Emperyalizm Maskesi Düşürülen Küreselleşme**, İstanbul: Mephisto Yayıncılık, 2006, s:40.

tarafından konulduğu, bunun sonucunda da güçlülerin refah düzeyinin hızla arttığı, ancak güçsüzlerin ise daha zayıf ve bağımlı hale geldiği ifade edilmektedir.<sup>7</sup>

“BM'nin son verilerine göre, dünyanın en büyük 200 çokuluslu şirketinin toplam kaynakları 7.1 trilyon ABD Doları tutarındadır. Dünyadaki ekonomik faaliyetlerin yaklaşık dördte biri dolayında olan bu rakam, BM üyesi 189 ülkeden 182'sinin toplam ekonomik büyüklüklerinden fazladır.”<sup>8</sup>

Çokuluslu şirketlerin dünya pazarlarındaki paylarının artması oranında az gelişmiş ülkelerdeki iç ticarete ve ticari sisteme egemen oldukları kaydedilmektedir. Bu durumun doğal bir sonucu olarak, kendi mallarını veya tüketilmesini planladıkları mal ve hizmetleri pazarladıkları ifade edilmektedir. Bu durumu Erol Manisalı, şöyle açıklamaktadır: “Az gelişmiş ülkelerdeki firmalar, ÇUŞ'ların (çokuluslu şirketler) ortağı olarak 'tek taraflı bağımlı' hale getiriliyorlar. Hangi malların, nasıl, ne kadar kimin için üretileceği, ÇUŞ tarafından belirleniyor, ihracat da ÇUŞ'un güdümünde oluyor. Az gelişmiş ülkelerde sanayi ve ticaret, ÇUŞ'ların güdümüne giriyor. ÇUŞ, kendi kâr maksimizasyonuna ve stratejik planlarına göre işleri yürütmeye başlıyor. Bunların sonucunda az gelişmiş ülkenin 'kendi ulusal çıkarları doğrultusunda' bir sanayi ve ticaret politikası izleme olanağı kalmıyor.”<sup>9</sup>

#### *“Küreselleşmenin Toplumsal Sonuçları”*

Zygmunt Bauman'a göre, yeni dünya düzeni olarak adlandırılan küreselleşme, bir yandan kaos oluşturunca, diğer yandan, bir düzen ortamından çok düzensizlik yaratır. Bu küresel düzensizlik, daha önce en azından teknik olarak kontrol altında tutulabileceğine inandığımız şeylerin kontrol dışında kaldığını gözler önüne sermiştir. Dünyanın parçalanmış durumundan bir bütün durumuna geçişi, yani küreselleşen dünya, aslında güç dengelerinin kutuplaşması ve bu güçlerin dünyayı ekonomik, askeri ve siyasal anlamda ele geçirerek bir bütünlük oluşturması gerçeğinden başka bir şey değildir. Bauman, bu güç dengesini iki kutuplu olarak açıklamaktadır. Şöyleki güçler arasındaki denge ona göre; görünüşün tersine bütünleştirme etkisinden çok parçalayan bir çekişme olgusunu barındırır.

---

<sup>7</sup> Erol Manisalı, “Tek Dünya Pazarı ve Ulusal Politikalar”, Cumhuriyet Gazetesi, 16.06.1999

<sup>8</sup> Feza Öztürk, “Küreselleşme Yeni Dünya Düzeni”, [www.mfa.gov.tr/tukce/grupe/4es/5FO2\\_turk2.htm](http://www.mfa.gov.tr/tukce/grupe/4es/5FO2_turk2.htm), ET: 13.10.2004

<sup>9</sup> Erol Manisalı, **Türkiye ve Küreselleşme**, İstanbul: Derin Yayınevi, 2002, ss:3-4.

Küresel güçler, ulus-devletlerin elinde bulunan ekonomik gücün önemli bölümünü ele geçirerek ulus-devletin işlevlerini daraltıp, kendi ekonomi kurallarını egemen kılma yoluyla serbest ekonomiyi tüm dünyada yaygınlaştırma çabasındadırlar. Küresel güçler ulus-devletin ortadan tamamen kalkmasından çok, onun pasif bir işlevde yaşamını sürdürmesine izin vermektedir. Küreselleşme süreciyle birlikte ulus devletler güçsüz bir yönetim mekanizmasıyla yerel yönetim biçimine dönüştürülmeye çalışılmaktadır. Büyük bölünme, dünyayı dağınık güçler savaşına çevirmektedir. Gidişat olarak yerelliğe doğru bir yönelim olarak görünse de, eskinin yerelliğinden çok farklı bir durum ortaya çıkmaktadır. Bauman, bu konuda “*bütün bir insanlık için sesini yükseltecek, ya da sesini yükselttiğinde insanlık tarafından dinlenecek ve itaat edilecek kadar mağrur bir yerellik yok artık*” diyerek eski yerellik kavramının yerini yenedünya düzeninde biçimlenmeye başlayan yerelliğe bıraktığını ve bu iki kavramın birbirinden farkını dile getirir.<sup>10</sup>

Bauman’ın küreselleşen dünyayı tanımlaması şöyledir; “silahlı çatışmalar ve pazarlık ya da hem çatışmalar hem de pazarlık yoluyla, her kurduğu toprak parçasını ayıran ve kapatan sınırlarını (uluslararası garantiye alınarak) çizilmesini ve korunmasını amaçlayan devletlerarası politika sahnesi.”<sup>11</sup>

Bauman, küreselleşme süreciyle ortaya çıkan yenedünya düzeninde ulus-devletlerin içinde iki gücün egemenliğine değinir. Bu iki dünya gücü ulus-devletler arasında politik, askeri, özellikle de ekonomik anlamda daha güçsüz olan ülkelerin –ki egemenlikleri yalnızca kendilerine ait olsa da- işlerine karışabilme yetisini kendilerinde bulabilmektedir. Ancak zamanla bu iki ayrı güçten birinin yola devam edememesiyle birlikte devletlerin birbirleriyle olan ilişkileri “devlet gruplarının” arasındaki egemenlik yarışına dönüştü. Bir devletin gücü ve egemenliği politik, askeri ve ekonomik bağlamda belirlenirken, -Bauman’ın da belirttiği gibi- bu özelliklerin hiçbiri süper güçlerin karşısında anlam taşıyamaz duruma gelmiştir. Bauman, küreselleşmeyle birlikte ulus-devletlerin egemenliklerini koruması bir yana, kendi yetki ve yönetimlerini bile etkin bir şekilde ve canı gönülden teslim etme peşinde koşan, ve egemenliklerinin elinden alınarak küresel egemen güçlere devretmek için yarışan ulus devletler vardır.

---

<sup>10</sup> Zygmunt Bauman, **Küreselleşme: Toplumsal Sonuçları**, İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 1999. s.69.

<sup>11</sup> Bauman, s.73.

Küreselleşen dünyayla birlikte ulus-devlet olamayan, kendi egemenliklerini sağlayamayacak kadar güçsüz ve küçük olan devletler sahnede yerini almaya başlamıştır. Küresel dünya düzeninde bu yer; kendilerine ait kararları kendileri veremeyen devletler için elbette ki uluslar üstü oluşumlara katılma yarışında kendini gösterir. Burada sözü geçen uluslar üstü devletlerin oluşturduğu birliklerin ilgisini çekmek isteyen ülkeler için Bauman şunları söyler: “Devletler dünyası çağının standartlarına göre bağımsız olarak bir devleti yönetmekten aciz, etnik azınlıklar ve daha genelde küçük ve zayıf etnik gruplardır. Böylelikle ilan ettikleri, daha doğrusu kuşku duyulan misyonlar devleti sınırlamak ve sonuçta ortadan kaldırmak olan kurumlara bakarak savunulan devlet olma iddialarının yersizliği ortaya çıkıyor”<sup>12</sup>

Ulus devletler, sadece siyasi egemenlik sahaları içindeki nüfusun siyasi olarak dile getirilmiş çıkarları tarafından yönlendirildikleri için artık hesap yapamaz hale geldiklerinden, siyasi olarak hiçbir zaman kontrol edemeyecekleri kuvvetlerin icra kurumları ve tam yetkili temsilcilerine dönüşmektedirler.

Ekonominin biçim değiştirmesiyle birlikte, aslında politik anlamda da egemenliğini yitirmeye başlayan ulus-devletler yalnızca kendi egemenlik alanlarında bulunan kurumların temsilcisi olarak varlıklarını ortaya koyabiliyorlar. Ulus-devletlerde oluşan bu pasif ortam ve güçsüzlük durumu küresel piyasaların meydana rahat rahat kendi yasalarını koyup, uygulayabilmesine olanak sağlar. Bauman, ortaya çıkan bu yeni düzende ulus-devletlerin kendilerini koruyabilecek ve düzene karşı koyabilecek kadar yeterli kaynağa sahip olmadıklarını söyler<sup>13</sup>

Küreselleşmenin özü gereği, yurtsuzlaştırmak ve güçsüz devletler oluşturmak olağan bir durumdur. Devlet olarak varlığını sürdüren ancak oldukça yoksullaşmış ve güçsüzleşmiş devletler dünya sahnesinde küreselleşme ve finans hareketliliği açısından özgürlük sağlamada önemli görev üstlenmişlerdir. Küresel piyasanın yayılması ve daha fazla güçlenmesi adına bu devletler, sermayenin özgür olarak yoluna devam etmesi için elinden geleni yaptığı gibi, diğer devletlere de bu özgürlük ortamını oluşturmaları bağlamında baskıda bulunmaktadır. Bauman, Dünya Bankası ve belli finans kurumlarından yardım almak amacıyla, sözü geçen

---

<sup>12</sup> Bauman, s.75.

<sup>13</sup> Bauman, s.77.

devletlerin bu kurumlara sonuna kadar kendilerini teslim etmelerinin kaçınılmaz koşul olduğundan bahseder.

Bu devletler Büyük sermaye sahiplerine ve Dünya Bankası, IMF gibi güçlü kurumların gözüne girebilmek amacıyla onların her türlü talep ve baskılarını kabul etmek zorundadır. Bauman'ın da belirttiği gibi, bu devletler yenedünya düzeni ve küresel sermaye sahiplerinin istedikleri şekilde hareket etmelerine olanak sağlayan ve küresel şirketlerin özgürlüğüne etkili kısıtlamalar getirebileceği korkusu yaratmayan birer yerel “polis karakolu” rolüne kolaylıkla indirgenebilirler.<sup>14</sup>

Küreselleşen dünyada sermayenin belli ellerde toplanması, yoksulla zengin arasında gittikçe derinleşen bir uçurum yaratmaktadır. İşsizliğin giderek arttığı ve gelir dağılımının iyice farklılaştığı görülür. Bunun yanında çalışan kesimin de aldıkları ücret ve yaşam standartları düşmektedir. Küreselleşmeyle birlikte zenginlik ve sermaye tekelleşmiştir. Birçok kaynak bu odakların hizmetinde bulunur. Küreselleşmeyle birlikte zaman ve mekân ayrışması, enformatik gelişmeler, internet ve teknolojinin kullanımının yayılması, sürecin olumlu özellikleri olarak gösterilir. Ancak dikkat edildiği zaman bütün bu gelişmelerin çoğunun güçlü odakların elinde olduğu da yadsınamaz bir gerçekliktir. Bu teknolojik gelişmeler belli zenginler grubunun küreselleşme adıyla servetlerine servet katmalarına katkıda bulunmaktan öteye gidememektedir. Bu çerçevede değerlendirdiğimizde küreselleşme, gerçekten de belli bir gruba yüksek düzeyde yararlar sağlarken; geriye kalan, ancak sayıları zenginlerin üçte ikisini oluşturan grubu da gittikçe zora sokmaya doğru itmiştir.

Bauman, küreselleşmenin yarattığı zenginlerin medya yardımı olarak güçlerine güç kattığını savunarak şunu örnek göstermektedir: Medya kuruluşlarının küresel güçlerin mülkiyetinde olmasından dolayı yaşanan gerçekliğin görünen veya verilen haberdan çok farklı olduğunu söyleyebiliriz. Buna rağmen medya yoksulluğu yok saymaz, ancak bunu belli biçimlerde vererek yoksulluğun asıl nedenlerinin üzerini örtmeye çalışır. Medya, yoksulların yoksul olma nedenleri arasında küresel güçler tarafından talan edilen toprakları ve ele geçirilen zenginlik ve yaşam kaynaklarından söz etmez. Yoksullara yardım bize yalnızca beslenmeleri için yardımlar toplanması olarak yansıtılmaktadır. Oysa durum -bilindiği gibi-

---

<sup>14</sup> Bauman, s.79.

bundan farklıdır. Bauman buna “yardım şenlikleri” adını vererek, bu ironik durumu ortaya koyar.<sup>15</sup>

Toplumsal yapının temel belirleyeni olan ekonomik ve siyasal sistemi irdelemeden iletişim sürecini yorumlayabilmek olası değildir. Ekonomi ve siyaset anlamında ekseninde yaşanan küresel dönüşüm, sürece paralel olarak iletişimsel yapı ve politikaları da etkilemiş ve toplumsal iletişim sürecinde büyük bir değişimin yaşanmasına neden olmuştur.

Küreselleşme, başka bir deyişle yeni emperyalizm, medyayı yeniden biçimlendirmiştir. Bu süreç medyanın toplumsal anlamda demokratikleşme ve özgürleşme olanaklarını da sınırlandırmasını beraberinde getirmiştir.<sup>16</sup>

Küreselleşmenin ne olduğuna dair çok sayıda tanım yapılmaktadır. Bu tanımlardan en çok kullanılan bir kaçını şu şekilde özetleyebiliriz:

- 1- Kapitalist sermaye birikiminin yeni bir aşamasıdır.<sup>17</sup>
- 2- Emperyalizme saygınlık kazandırmak ve emperyalizm karşısında çaresizlik oluşturmak için üretilmiştir.<sup>18</sup> Boratav küreselleşmeyi “emperyalizmin kendisi” olarak tanımlamaktadır. Yani küreselleşme yeni bir olgu değil, sadece bir terim değişikliğidir ve ideolojik bir amaç içermektedir.
- 3- Küreselleşme; ekonomik, siyasi, sosyal ve kültürel alanlarda bazı ortak değerlerin yerel ve ulusal sınırları aşarak dünya çapında yayılması olarak tanımlanmaktadır.<sup>19</sup>

---

<sup>15</sup> Bauman, s.86.

<sup>16</sup> Can Bilgili, N. Akbulut, **Küreselleşme Makinesi: Medya**, İstanbul: Beta Yayınları, 2008, s. 23.

<sup>17</sup> Taner Timur, **Küreselleşme ve Demokrasi Krizi**, Ankara: İmge Kitabevi, 1996. s.69.

<sup>18</sup> Korkut Boratav, “**Ekonomi ve Küreselleşme**” bkz. Emperyalizmin Yeni Masalı Küreselleşme, Der: Işık Kansu, İmge Kitabevi, 1997, s.22.

<sup>19</sup> Küreselleşme, Devlet Planlama Teşkilatı 8.Beş Yıllık Kalkınma planı Özel İhtisas Komisyonu Raporu, Ankara, 2000. s.3.

Küreselleşme yeni bir oluşum değildir. Çünkü kapitalizm doğası gereği sürekli olarak dünya pazarlarına yayılmak, genişlemek, yeni kâr alanları bulmak zorundadır. Kapitalizmin doğasında olan bu durum, kapitalizmin devamı açısından da gereklidir. Bu yüzden "küreselleşme" olarak ifade edilen süreç sadece bugün değil geçmişte de geçerliliğini korumaktadır.

Yine Şenatalar, küreselleşmenin yeni oluşan bir süreç olmadığını söyle belirtmektedir:

Ekonomik açıdan küreselleşme kapitalist sermaye birikim tarzının yeryüzüne yayılmasıdır. Daha somut olarak, uluslararası mal ve hizmet ticaretinin göreceli payının ve öneminin artması, üretim etkinliğinin yeryüzüne yayılması, uluslararası doğrudan yatırımların ve finansal hareketlerin giderek daha önemli düzeylere yükselmesidir. Bu süreçle tüketim kalıpları benzeşmekte, birçok üründe bir dünya pazarı geliştirmekte, öte yandan dünya çapında rekabet yoğunlaşmakta, ancak artan rekabet çoğu kez firma birleşmelerine ve firma sayısının azalmasına yol açmaktadır. Sayılanların hiçbirinin yeni olmadığı, tümünün uzun süre önce başladığı ve (belirli dönemlerde görülen duraklama ya da gerilemelere karşın) bugüne kadar devam ettiği ileri sürülebilir. Bu büyük ölçüde doğrudur. Küreselleşme kavramı yeni olmakla birlikte küreselleşme süreci yeni değildir.<sup>20</sup>

Küreselleşme kapitalist sistemin daha gelişmiş bir boyutu olarak karşımızda durmaktadır. Küreselleşmedeki amaç kapitalizmin başaramadığı bazı noktaları hayata geçirmektir. Kapitalizmin diğer bir yüzü olan küreselleşmede emperyalizm yok olmakta ancak sömürgecilik, emperyalizm zinciri küreselleşmeyle devam ederek yeni bir boyut kazanmaktadır. Küreselleşmenin teknolojik gelişmeler yanında ikinci ayağı Sovyetler Birliği'nin çökmesi ve soğuk savaşın sona ermesidir.<sup>21</sup>

Komünizm Sonrası'nın küresel ortamında, "dünya politikası" anlamına gelen dünya düzeni düşüncesi daha kaygı verici bir hal almaktadır. Küreselleşme, soğuk savaş sonrası oluşan tek kutuplu dünya sisteminde jandarmalığa soyunan ABD'nin, dünya ekonomik sisteminin kendi ekonomik (kapitalizm) sisteminin isteği ve gereksinimleri doğrultusunda ABD ekonomik anlayışına adapte etme çabaları olarak da ele alınabilmektedir. Bugün her şey

---

<sup>20</sup> <http://www.noktavirgul.com/ekonomi/kuresellesme.html> ET:31.03.2011

<sup>21</sup> Aytekin Yılmaz, **İkinci Küreselleşme Dalgası**, Ankara: Vadi Yayınları, 2004. s.32.

küreselleşmenin içine girerken küreselleşme de her şeyin içine girmekte ve her geçen gün farklı boyutları ortaya çıkmaktadır.<sup>22</sup>

Küreselleşme her ne kadar masum bir coğrafi kavram gibi görünüyorsa da, “küreselleşen nedir?” sorusuna verilen yanıtlara baktığımızda “sermaye”, “tek kutbun siyasi ideolojik, kültürel değerleri” gibi olgularla karşılaşmaktayız Bu durum da küreselleşmenin görüldüğü gibi pek de masum bir olgu olmadığını gözler önüne sermektedir.<sup>23</sup>

Çalışmamızdaki amaçlarımızdan biri de, küreselleşme süreciyle beraber medyanın toplumsal anlamda demokratikleşme ve özgürleşme olanaklarının da sınırlandığını gözler önüne sermektedir.

Küreselleşme kapitalizme içkin olan yayılcılığın tüm toplumsal alanlara müdahale ederek yarattığı dönüşüm, dünyayı küresel aktörler için ulusal sınırların aşıldığı bütünsel bir mekan kılarken, toplumlar için yoksulluk ve parçalanma anlamına gelmektedir.<sup>24</sup>

Herbert Schiler, Sermayenin genişleme ihtiyacının iç pazarların tükendiği noktada dışarıya ve özellikle Üçüncü Dünya Ülkelerine açılmayı zorunlu kıldığını belirtirken, medyanın ekonomi politiği sorununa “kültür emperyalizmi” ya da “medya emperyalizmi” kavramları için zemin hazırlamıştır.<sup>25</sup>

## 2.1.Küreselleşme ve Neo-Liberalizm Tartışmaları

Küreselleşme son dönemin en gözde konularından birini oluşturmakta, akademik siyasi çevrelerde çeşitli boyutlarıyla çok tartışılmaktadır.

Küreselleşme, kitle iletişim araçlarının yaygınlaşmasına paralel olarak dünya toplumlarının ekonomik, politik ve kültürel düzeyde çok yönlü olarak iç içe girdiği ve dünyanın bir ucunda oluşmakta olan olayların, kararların, çalışmaların ve etkinliklerin, yöresel ve ulusal sınırlar ötesinde toplumları etkileyebilmesi olarak tanımlanmaktadır.<sup>26</sup> Bu bağlamda, toplumsal değişmeler, hiç bir ülke sınırı tanımadan bütün toplumları etkilemekte

---

<sup>22</sup>Roland Robertson, “Küreselleşme Toplum Kuramı ve Küresel Kültür”, Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları, 1999. s.139.

<sup>23</sup>Ragıp Duran, **Burası Dünya Polis Radyosu**, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları, 2001, s.18.

<sup>24</sup>Bilgili, Akbulut, s. 23.

<sup>25</sup>Gülseren Adaklı, **Türkiye’de Medya Endüstrisi**, Ankara: Ütopya Yayınları, 2006, s.24.

<sup>26</sup>Nadir Sungur, “Küreselleşme Üzerine Sosyolojik bir İnceleme”, Birikim Dergisi, Mayıs- 1995, Sayı:73, s.56.



ve bu etkileşim süreçleri, kitle iletişim araçları ile daha da derinleşmektedir. Özellikle kitle iletişim araçlarının giderek yaygınlaşması ile bireyler dünyada olup biten olayları anında izleyebilmektedirler.

## **2.2.Kuramsal Konumlamalar**

Küreselleşme terimi, etrafında yeni bir ideolojik mücadele alanı yaratmıştır. David Held, küreselleşme tartışmalarında açığa çıkan üç temel kuramsal konum belirliyor:

- 1- Hiper Küreselcilik,
- 2- Gelenekçilik (Şüphencilik),
- 3- Dönüşümcülük.

Bu ayrıma göre küreselciler, devletlerin devasa ekonomik ve politik değişim sürecin bağlı oldukları ve artan oranda küresel bir çağda yaşadığımızı ileri sürmektedirler. Bu değişim süreci, devleti aşındırıp parçalamakta ve devlet yöneticilerinin ve personelinin iktidarını azaltmaktadır. Bu koşullar altında devletler, giderek “karar yapıcı” değil “karar alıcı” hale gelmişlerdir.

Gelenekçiler (Şüphenciler), bu görüşe şiddetle direnmekte ve çağdaş küresel koşulların öngörülemez olmadığını ileri sürmektedirler. Onlar, son zamanlarda uluslararası ve toplumsal eylemliklerin yoğunlaşmasını bir veri olarak kabullenmekte, ama bu verinin, devletlerin birçok alandaki iktidarlarını pekiştirdiğini, hatta güçlendirdiğini iddia etmektedir.

Dönüşümcüler ise küreselleşmenin, devlet iktidarının ve devletin içinde işlediği bağlamın dönüşümüne hizmet eden yeni ekonomik, politik ve toplumsal koşullar yarattığını savunmaktadırlar.<sup>27</sup>

---

<sup>27</sup> Adaklı, s.46.

**Tablo 1:**  
**Küreselleşmeye Dair Farklı Yaklaşım Biçimleri**

	<b>Hiper Küreselciler</b>	<b>Gelenekçiler-Şüpheciler</b>	<b>Dönüşümcüler</b>
<b>Yeni olan ne?</b>	Küresel bir çağ	Ticaret Blokları Geçmiş dönemlerden daha zayıf jeo-yönetişim	Tarihsel düzeyde eşi görülmedik düzeyde küresel karşılıklı bağlılık
<b>Hakim Özellik</b>	Küresel kapitalizm, Küresel yönetim, Küresel sivil toplum	Dünya 1890'larda olduğundan daha az karşılıklı bağlı	Yoğun ve derin küreselleşme
<b>Ulusal Hükümetleri Gücü</b>	Geriliyor ve aşınıyor	Güçleniyor ve çoğalıyor	Yeniden inşa ediliyor Yeniden yapılanıyor
<b>Küreselleşmenin İtici Gücü</b>	Kapitalizm ve teknoloji	Devlet ve piyasalar	Modernitenin birleştirici güçleri
<b>Tabakalaşma Kalıpları</b>	Eski hiyerarşilerin aşılması	Giderek artan bir şekilde Güney'in marjinalleşmesi	Dünya düzeninin yeni mimarisi
<b>Hakim Motif</b>	Mc Donalds, Madonna, vs.	Ulusal çıkar	Siyasal topluluğun transformasyonu

<b>Küreselleşmenin Kavramlaştırılması</b>	İnsani eylemin çerçevesinin yeniden düzenlenmesi ile	Uluslararasılaşma ve bölgeselleşme ile	Belli bir mesafedeki eylemlerin ve bölgeler arası ilişkilerin yeniden düzenlenmesi ile
<b>Tarihsel Yörünge</b>	Küresel uygarlık	Bölgesel bloklar Uygarlıklar çatışması	Karşılıklı bağımlılık: Küresel bütünleşme ve parçalanma
<b>Özet</b>	Ulus devletinin sonu	Uluslararasılaşma devletinin kabulü ve desteğine bağlı	Küreselleşme devletin gücünü ve dünya siyasetini dönüştürüyor.

**Kaynak:** Güliz Uluç, **Küreselleşen Medya: İktidar ve Mücadele alanı**, Anahtar Yayınları, 2003, s.174

### 2.3.Küreselleşme Üzerine Farklı Yaklaşımlar

Yukarıdaki tabloda da görüleceği üzere küreselleşme olgusu eleştirilirken küresel sermayenin ulusal sermayeleri ele geçireceği, ulus devletlerin gücünün azalacağı, küresel kültürün geleneksel kültürü yok edeceği üzerinde durulmakta, küreselleşmeye olumlu yaklaşanlar ise küresel sermaye ile birlikte ekonomik kalkınmanın sağlanabileceği, yaşam standartlarının yükseleceği, modernleşme hareketlerinin daha da güçlenerek artacağı ve dünya ile entegrasyonun sağlanacağı görüşlerini ileri sürmektedirler.

Küreselleşme ile birlikte ulus-ötesi şirketler, devletlerarası ekonomik ve siyasi örgütler kurulmakta, ulus devletlerin üstlendiği bazı görevler bu uluslararası oluşumlara havale edilmektedir. Bunun sonucunda ulus devletler görece olarak zayıflamakta ve adeta küresel güçlerin ve sermayenin isteklerini ulus düzeyinde gerçekleştiren birer kurum haline gelmektedirler.

### 2.4. Uluslararası Bağlamda Küreselleşmenin Anayasası; MAİ (Çok Taraflı Yatırım Anlaşması)-GATS (Hizmet Ticareti Genel Anlaşması)

“MAİ (Çok Taraflı Yatırım Anlaşması)”:

MAI, 1995 yılından bu yana, Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Teşkilatı (OECD) içerisinde geliştirilen ve Çok Taraflı Yatırım Anlaşması'nın İngilizce adının baş harfleridir. (Multilateral Agreement on Investment).

MAI'yi tek bir küresel ekonomi için ortak anayasa olarak tanımlayabiliriz. Süreç sonunda hedeflenen amaç uluslararası hukukun, neo- liberal politikalara uyumlu hale getirilmesidir. Bu sözleşme ile ulus devletler, çok uluslu şirketlerin ülkedeki yatırımları ile bağlantılı olarak karşılaşılabilecekleri gayri ticari risklerin karşılanması taahhüdünde bulunuyordu.

MAI'nin kapsamadığı bir alan hemen hemen yok gibi. 200 sayfayı aşkın anlaşma metninde kullanılan terimler son derece genel. Anlaşmanın ilk ve en temel maddesi ise "Ülkelere yapılacak yabancı sermaye yatırımlarına hiçbir şekilde yerli sermayeden daha az avantajlı olanakların sağlanamayacağı" na ilişkin hükümdür.

Yabancı yatırımcıların ürettiği ürünlerin pazarlanmasına ve üretilme biçimine ilişkin tüm olası kısıtlamaların kaldırılması da ana hükümlerden birini oluşturmaktadır.

Bir diğer anlaşma hükmü ise, Ulus Devletlerin, zarara uğrayan Uluslararası Şirketlerce dava edilebileceğini ve bu davaların yine Uluslararası mahkemelerde görüleceğini, dava sonucunda Uluslararası şirketlerin Devletlerden tazminat alabileceklerini öngörmektedir.

Ulus Devletlerin kendi düzen ve varlığını korumaya yönelik önlemleri alması ve yasalar çıkarması halinde, eğer bu girişimler uluslararası şirketlerin rekabetini olumsuz etkileyecek olursa konu uluslararası mahkemelere götürülebilecek ve Devletler ya geri adım atmak ya da tazminat ödemek zorunda bırakılacaklardır.

Ayrıca, bugüne kadar tüm uluslararası ticaret anlaşmalarında uygulanan "En çok kayırlan ülke" statüsü de MAI ile tüm çok uluslu şirketlere uygulanmak istenmektedir.

MAI'nin Uluslararası şirketlere sağlayacağı bir başka avantaj da, yatırımları ile ilgili olduğunu belirttikleri her elemanı sorgusuz sualsiz ev sahibi ülkelere sokabilecek olmalarıdır.

Anlaşmayı imzalayan Devletler 5 yıl süre ile anlaşmadan çıkamayacak ve çıktuktan sonra da 15 yıl süre ile tüm anlaşma hükümlerini uygulamak zorunda bırakılacaklardır.

Dünya Ticaret Örgütü eski Başkanı Renato Roggerio anlaşma ile ilgili düşüncelerini şöyle özetliyor: “GATS ile, daha önce ticaret politikası içinde tanımlamadığımız alanları bile piyasa ekonomisine açabiliyorsunuz ve yabancı hizmet tacirlerine yerlilere tanıdığımız hakların aynısını tanıyıp; objektif (sermayenin kendi içinde objektiviteden söz ediliyor) kriterler uygulanacağını garanti ediyorsunuz. Korkarım şu anda ne Hükümetler neyin altına imza attıklarının, ne de şirketler neler kazandığının farkında değiller.”<sup>28</sup>

MAİ'nin önemli maddelerini şöyle özetlemek mümkündür:

- 1) Hükümet politikalarındaki değişiklikler Çok Uluslu Şirketleri zarara uğrattırsa, devlet zararı tazmin edecek.
- 2) Devlet, MAİ'ye aykırı yasa çıkartamayacak; mevcut yasaları da bununla uyumlu hale getirecek.
- 3) Yatırımcıların sermayelerini ve üretimlerini bir ülkeden diğerine taşımaları kolaylaşacak.
- 4) Ülkelerin tüm sektörleri Çok Uluslu Şirketlere açılacak.
- 5) Yabancı yatırımcılara hiçbir biçimde yerli yatırımcıdan daha az imkan sağlanmayacak.
- 6) Çok Uluslu Şirketler, ulusal devlet aleyhine Uluslararası Tahkim Komisyonuna başvurabilecek. (Ulusal yargı devreden çıkıyor.)
- 7) MAİ'ye girenler 5 yıl çıkmayacaklar. Çıkmak isteyenler, anlaşmayı 15 yıl daha uygulamak zorunda kalacaklar.<sup>29</sup>

“GATS (Hizmet Ticareti Genel Anlaşması)”:

Dünya Ticaret Örgütü'nün 1995 yılı başında resmi olarak kuruluşundan önce de, hedefleri gümrük uygulamalarını aşamalı olarak kaldırma ve ticareti tüm dünyada serbestleştirmek olarak tarif edilen GATT anlaşması çerçevesinde bir araya gelen devletler,

---

<sup>28</sup> Pınar Erol, “Hizmet Ticareti Genel Anlaşması GATS ve Tüm Hizmetlerin Kapitalist Çevrime Dahil Edilmesi.” 4 Temmuz 2002, <http://www.antimai.org/gr/peodtu.htm> ET:12.07.2010

<sup>29</sup> <http://www.antimai.org/bn/bnmainedir.htm> ve <http://www.hazine.gov.tr> ET: 12.07.2010

ticaretin liberalizasyonu yönünde görüşmelerini, çeşitli görüşme turları çerçevesinde sürdürmekteydiler. Bunlar arasında yer alan Uruguay görüşmeler turu, 1986-1993 yılları arasında gerçekleştirilmiş olan önemli aşamaların katedildiği bir görüşmeler turuydu. GATS anlaşması da bu görüşmeler turunun sonlanması öncesinde müzakere edilerek görüşüldü ve imzalandı.

DTÖ, GATS müzakerelerini 11 ana başlık altında yürütüyor. Piyasanın eline teslim edilmesi konusunda anlaşma sağlanan 11 temel kategori ise şöyle:

- Telekom, posta hizmetleri, görsel ve işitsel iletişim hizmetleri de dahil olmak üzere iletişim
- İnşaat ve bağlantılı mühendislik hizmetleri
- Eğitim
- Su iletim sistemleri, enerji ve atık su işleme
- Tüm çevresel hizmetler
- Finansal, Mali ve Bankacılık hizmetleri
- Sosyal hizmetleri de kapsayacak şekilde sağlık ve bağlantılı hizmetler
- Turizm, seyahat ve bu iki sektörle bağlantılı tüm hizmet ve ürünlerin üretimi
- Kültürel ve sportif hizmetler
- Kara, hava, deniz ve tüm diğer ulaşım hizmetleri ve
- DİĞER hizmet alanları<sup>30</sup>

Küreselleşme sürecinde devletlerin yapısal ve işlevsel dönüşümü açısından yerel bir örnek olarak Türkiye'yi ele alırsak, 3 Kasım 2003 tarihinde kamuoyuna "Kamu Reformu" adıyla tanıtılan ve sonraki süreçlerde de adım adım uygulamaya konulan Kamu Yönetim Reformu eğitimden sağlığa, ulaştırmadan haberleşmeye kadar geniş bir yelpazeyi kapsıyor.

---

<sup>30</sup> Pınar Erol, "Hizmet Ticareti Genel Anlaşması GATS ve Tüm Hizmetlerin Kapitalist Çevrime Dahil Edilmesi." <http://www.antimai.org/gr/peodtu.htm> ET:12.07.2010

Tasarının amacı, gerekçe kısmında açıklanmış. Her fırsatta dünyadaki değişim sürecine uyum sağlamanın gerekliliği, önemi üzerinde durulmakta. Yeni trendlerden, kamu hizmetlerinin aksamasından, verimliliğin artırılması amaçlarından vs. bahsediliyor:

"Dünyada yaşanan hızlı ve çok yönlü değişim özellikle yönetim anlayışında ve klasik bürokratik yapılarda köklü bir yeniden yapılanmayı gündeme getirmiştir. Dünyada yönetim anlayışını ve yapılarını köklü bir şekilde etkileyen veya uyaran değişim faktörleri dört ana başlık altında özetlenebilir:

- Ekonomi teorisinde değişim,
- Yönetim teorisinde değişim,
- Özel sektörün rekabetçi yapısı ve kaydettiği ilerlemeler,
- Toplumsal eleştiri ve değişim talebi ile sivil toplumun gelişimi.

Dünyadaki değişime ayak uydurulması, ekonominin iyileştirilmesi, bürokrasinin kaldırılması, kamunun daha iyi yönetilmesi, daha şeffaf bir yönetim denildiğinde bu amaçlara karşı konulması mümkün değildir.

"...Genel olarak ifade edilecek olursa, toplumun taleplerine karşı daha duyarlı, katılımcılığa önem veren, hedef ve önceliklerini netleştirmiş, hesap veren, şeffaf, daha küçük ancak daha etkin bir kamu talebi dile getirilmiştir..." diyor. Yine aynı gerekçede:

"Bu yeni anlayış içinde, 21. yüzyılda kamu yönetimi;

- Şeffaf olmak,
- Katılımcı olmak,
- Düşük maliyetle çalışmak,
- Etkin olmak,
- İnsan haklarına saygılı olmak,
- Belirsizliği ve ayrımcılığı azaltacak şekilde hukuka dayanmak ve

- Öngörülebilir olmak zorundadır" deniliyor ki, yukarıda da bahsettiğimiz gibi, karşı çıkmak imkansız.<sup>31</sup>

Maddelere geçildiğinde, özünde, gerekçede anlatılanlardan daha derin amaçların bulunduğu ortaya çıkıyor; özelleştirmeci ve neo-liberal politikalar içeren; kamuyu tasfiye etmeyi hedefleyen, iş güvencesi ve sosyal güvenlik karşıtı hedefler belirginleşmeye başlıyor.

## **2.5. Küreselleşmenin En Önemli Ayağı; Özelleştirme uygulamaları,**

Bu anlamda, tasarıyla gerçekleştirilmesi planlananlar pek sürpriz değil aslında. Gerçekten de dünyadaki değişimlere ayak uydurmanın bir koşulu olarak ve küreselleşmenin, yeni liberal politikaların bir parçası olarak geri kalmış ülkelere dayatılan özelleştirmeler; IMF (Uluslararası Para Fonu), Dünya Bankası, OECD (Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü), WTO (Dünya Ticaret Örgütü) talimatlarıyla, geri kalmış ülkelerin tüm dünyada sermayenin serbest dolaşımını önündeki engellerin kaldırılmasına yönelik MAİ (Çok Taraflı Yatırım Anlaşması), MIGA (Çok Taraflı Yatırımları Garantileme Ajansı), GATS (Hizmet Ticareti Genel Anlaşması) ve benzeri anlaşmaların sonucudur.

Yine IMF'nin Türkiye'den uygulanmasını talep ettiği; kamu çalışanlarının maaşlarının düşük tutulması; personel alımlarının sınırlandırılması; kamusal alanın tasfiyesinin hızlandırılması; sözleşmeli personel uygulamasına geçilmesi; ücretsiz mesai fazlası çalışmanın özendirilmesi; uyum yasalarının hızla çıkartılması; MIGA ile taahhüt edilen yasal düzenlemenin yapılması koşulları ile uluslararası perspektifte uygulamaya konulan MAI-GATS süreçlerinin paralel koşullar içerdiğini söylemek mümkündür.

### *"İş Güvencesi ve Sendikalar":*

İnsan Kaynakları Yönetimi adı altında sunulan 46. maddede: "Kamu hizmetleri memurlar, tam zamanlı veya kısmi zamanlı çalışan diğer kamu görevlileri ve işçiler eliyle yürütülür" diyerek kısmi zamanlı çalışanlardan bahsediyor, böylece esnek çalışma koşullarını kamu alanına da taşınmış olacak; öte yandan aynı maddede "diğer kamu görevlileri ile işçilerden tam zamanlı veya kısmi zamanlı olarak ve kadro şartına bağlı olmaksızın sözleşmeli statüde istihdam edileceklerin sözleşmelerinde, ilgili personelin görevleri, hak ve

---

<sup>31</sup>Kamu Yönetimi Temel Kanunu Tasarısı, Genel Gerekeçe 29 Aralık.2003, <http://www.belgenet.com/yasa/kamu-02.html> ET:8 Temmuz 2010



yükümlülükleri ile performans ölçütleri yer alır" ifadesiyle performans ölçütlerinden bahsederek memurların meziyetlerine göre değerlendirileceği, yani çalışanlar arasında dayanışmanın ortadan kaldırılıp rekabetin geliştirileceği bir sistem uygulanmaya çalışılıyor.<sup>32</sup>

Aynı maddede, yine işyerinde barışı yok edecek bir diğer uygulamadan söz ediliyor: "Memurlar ve diğer kamu görevlileri, performans ölçütlerine göre değerlendirilir ve ödüllendirilir. Çalışanların iş güvencesini azaltan bu maddede, bu ölçütlerin kime, neye göre nasıl değerlendirileceğinden ise hiç söz edilmiyor. Çalışanların haklarını savunan, doğal olarak bulunması gereken kurumlardan, yani sendikalardan ise neredeyse hiç söz edilmiyor.

Özel işletmelerdeki "kar-zarar" karşılaştırmaları bu kurumlarda yapılamaz. Çalışanlarını performanslarına göre ücretlendiremez. Gelecek güvencesi vaad ederken, "sözleşmeli personel" kavramını dile getirmez. Vatandaşlarını düşünen bir yönetim, halkın kaderini özel işletmelerin eline terk etmez.

Kamu kuruluşları, "sosyal devlet" ilkesine göre kar etmeyi amaçlamazlar.

*"Sosyal Devlet":*

Sosyal devlet, devletin sosyal barışı ve sosyal adaleti sağlamak amacıyla sosyal ve ekonomik hayata aktif müdahalesini gerekli ve meşru gören bir anlayıştır.<sup>33</sup>

Sosyal Devlet anlayışı Türk anayasa hukukuna 1961 Anayasası ile birlikte "Cumhuriyetin Nitelikleri" başlığı altında sayılan temel bir unsur olarak girmiştir:

\* MADDE 2.- Türkiye Cumhuriyeti, insan haklarına ve başlangıçta belirtilen temel ilkelere dayanan, millî demokratik, lâik ve sosyal bir hukuk Devletidir.

Aynı nitelik 1982 Anayasası'nda da aynen tekrar edilmiştir:

\* MADDE 2.- Türkiye Cumhuriyeti, toplumun huzuru, millî dayanışma ve adalet anlayışı içinde, insan haklarına saygılı, Atatürk milliyetçiliğine bağlı, başlangıçta belirtilen temel ilkelere dayanan, demokratik, lâik ve sosyal bir hukuk Devletidir.

---

<sup>32</sup>[http://www.tbmm.gov.tr/develop/owa/tutanak\\_g\\_sd.birlesim\\_baslangic?P4=12405&P5=H&page1=63&page2=63](http://www.tbmm.gov.tr/develop/owa/tutanak_g_sd.birlesim_baslangic?P4=12405&P5=H&page1=63&page2=63) ET:8 Temmuz 2010

<sup>33</sup> Ergun Özbudun, **Türk Anayasa Hukuku**, Ankara: Yetkin Yayınları, 2009, s.24.

Anayasa Mahkemesi'nin 16-27 Eylül 1967 tarih ve K.1967/29 sayılı Kararında Sosyal Devlet kavramı şöyle açıklanır:

"(Sosyal devlet) ... ferdin huzur ve refahını gerçekleştiren ve teminat altına alan, kişi ve toplum arasında denge kuran, emek ve sermaye ilişkilerini dengeli olarak düzenleyen, özel teşebbüsün güvenlik ve kararlılık içinde çalışmasını sağlayan, çalışanların insanca yaşaması ve çalışma hayatının kararlılık içinde gelişmesi için sosyal, iktisadî ve malî tedbirler alarak çalışanları koruyan, işsizliği önleyici ve millî gelirin adalete uygun biçimde dağılmasını sağlayıcı tedbirler alan adaletli bir hukuk düzeni kuran ve bunu devam ettirmeye kendini yükümlü sayan, hukuka bağlı kararlılık içinde ve gerçekçi bir özgürlük rejimini uygulayan devlet demektir."<sup>34</sup>

Yine Anayasa Mahkemesi bir başka kararında Sosyal Devlet kavramının şöyle anlaşılması gerektiğini belirtir:

"Sosyal hukuk devleti, güçsüzleri güçlüler karşısında koruyarak gerçek eşitliği yani sosyal adaleti ve toplumsal dengeyi sağlamakla yükümlü devlet demektir. Çağdaş devlet anlayışı, sosyal hukuk devletinin, tüm kurumlarıyla Anayasa'nın sözüne ve ruhuna uygun biçimde kurulmasını gerekli kılar. Hukuk devletinin amaç edindiği kişinin korunması, toplumda sosyal güvenliğin ve sosyal adaletin sağlanması yoluyla gerçekleştirilebilir. (...) Anayasa'nın Cumhuriyetin nitelikleri arasında yer verdiği sosyal hukuk devletinin dayanaklarından birini oluşturan sosyal güvenlik kavramının içerdiği temel esas ve ilkeler uyarınca toplumda yoksul ve muhtaç insanlara Devletçe yardım edilerek onlara insan onuruna yaraşır asgarî yaşam düzeyi sağlanması, böylece, sosyal adaletin ve sosyal devlet ilkelerinin gerçekleşmesine elverişli ortamın yaratılması gerekir."<sup>35</sup>

*"Özelleştirme Kavramı":*

Dar anlamıyla, kamu mülkiyetinin özel mülkiyete dönüştürülmesi olarak tarif edilen özelleştirme, aslında ortaya atıldığı ilk yıllardan itibaren bundan öte bir anlam taşımaktadır. Bunun temel nedeni, devletin ekonomik alandan çekilmesi ve müdahalelerinin biçim ve hedeflerinde değişiklikler yapmasıdır.<sup>36</sup> Murdock'a göre özelleştirme, en genel anlamıyla,

---

<sup>34</sup> Anayasa Mahkemesi Kararlar Dergisi: Sayı 6, s.23.

<sup>35</sup> Anayasa Mahkemesi Kararlar Dergisi: Sayı 24, s.451.

<sup>36</sup> Çiler Dursun, **TV Haberlerinde İdeoloji**, Ankara: İmge Yayınları, 2001, s.103.

pazarın genişletilmesine ve girişimcilerin artan bir serbestlikle hareket edebilmelerine yönelik devlet müdahaleleridir.<sup>37</sup>

Özelleştirmenin içeriği sunlara işaret etmektedir:

1- Mülkiyeti devlette kalmak üzere bazı mal ve hizmet üretiminin belli aşamalarının veya tamamının özel kuruluşlarca yerine getirilmesi yönünde düzenleme yapılması,

2- Devletin verdiği, sübvansiyonların kaldırılarak, mal veya hizmet karşılığı “piyasadaki” gerçek bedelin alınması,

3- Deregülasyon türü uygulamalarda ise ya bir mal ve hizmetin üretimindeki kamu tekeli ortadan kaldırılması ya da fiyat belirleme ve denetleme yetkisinden vazgeçilerek, fiyatların oluşumunun piyasa koşullarına bırakılması.<sup>38</sup>

Murdock’un ayırımına göre özelleştirmenin farklı boyutları şu şekildedir:

1- Devlet mülkiyetindeki kuruluşların özel girişimcilere satılması (denationalization),

2- Pazarları rekabete açarak serbestleştirme ve liberalleştirme girişi (liberalization),

3- Devlet sektöründeki kuruluşların ticarileştirilmesi (commercialization),

4- Kuralların kaldırılması ya da deregülasyon olarak anılan, ama aslında ticari çıkarları öne çıkaracak biçimde yeni kuralların getirilmesi (deregulation).<sup>39</sup>

Türkiye’de Sosyal Devlet Anlayışının Tasfiyesinin bir ifadesi olan Özelleştirmenin gerçek amacını, Başbakanlığa bağlı Özelleştirme İdaresi Başkanlığı itiraf etmiştir:

“Özelleştirmenin ana felsefesi, devletin, asli görevleri olan adalet ve güvenliğin sağlanması yolundaki harcamalar ile özel sektör tarafından yüklenilemeyecek altyapı yatırımlarına yönelmesi, ekonominin ise pazar mekanizmaları tarafından yönlendirilmesidir.

---

<sup>37</sup> Beybin Kejanlıoğlu, **Türkiye’de Medyanın Dönüşümü**, Ankara: İmge Yayınları, 2004, s.82.

<sup>38</sup> Dursun, s.103.

<sup>39</sup> Kejanlıoğlu, s. 82.

Özelleştirmenin temel amacı nihai olarak, devletin ekonomide işletmecilik alanından tümüyle çekilmesini sağlamaktadır.”<sup>40</sup>

“Sümerbank hakkında: “Devlet basma, pijama ayakkabı üretmesin”<sup>41</sup> “Et ve Balık Kurumu hakkında: Devlet kasaplık mı yapar?”<sup>42</sup>

“Kulakları tıkayıp ne varsa satacağım” (Maliye Bakanı Kemal Unakıtan-2003)<sup>43</sup>

“Ne banka bırakacağız, ne fabrika, ne de işletme. Liman da bırakmayacağız. Hepsini satacağız” (Maliye Bakanı Kemal Unakıtan-2003)<sup>44</sup>

PETKİM hakkında: “Ülkenin işgal altına girdiğini söylüyorlar, gelsinler işgal etsinler” (Maliye Bakanı Kemal Unakıtan-2003)<sup>45</sup>

SEKA hakkında: Stratejik yer imiş, ne stratejisi, önemli olan müşteri bulmak. Müşteri gece gelsin, pijamayla çıkarım karşlarına. Seviyorum bu işleri arkadaş” (Unakıtan-2003)<sup>46</sup>

“Parayı veren düdüğü çalar. TÜPRAŞ’ Ruslar’a satar mısın diyorlar. Satarım, arkadaş” (Unakıtan-2003)<sup>47</sup>.

Şeker fabrikaları hakkında: “Satacağız tabii. Kar edeni de satacağız. Zarar edeni de satacağız. Neden, devlet sanayici olmaz ondan.”(Maliye Bakanı Kemal Unakıtan- 2005)<sup>48</sup>

Tekel hakkında: “Bakın görün Tekel’i babalar gibi satarım.”(Maliye Bakanı Kemal Unakıtan- 2005) <sup>49</sup>

---

<sup>40</sup> T.C. Başbakanlık Özelleştirme İdaresi Başkanlığı, “Türkiye’de Özelleştirme”, [http://www.oib.gov.tr/program/turkiyede\\_ozellestirme.htm](http://www.oib.gov.tr/program/turkiyede_ozellestirme.htm) ET:12.09.2010

<sup>41</sup> Anadolu Ajansı, “Sümer Holding Son Mağazasını da Kapatıyor”, 4 Ekim 2006, Referans Gazetesi, [http://www.referansgazetesi.com/haber.aspx?HBR\\_KOD=50885&KTG\\_KOD=147&ForArsiv=1](http://www.referansgazetesi.com/haber.aspx?HBR_KOD=50885&KTG_KOD=147&ForArsiv=1) ET:12.09.2010

<sup>42</sup> Anka Ajansı, “Et Balık Kurumu geri dönüyor”, 22 Ağustos 2006, Hürriyet Gazetesi, <http://hurarsiv.hurriyet.com.tr/goster/haber.aspx?id=4959810&p=2> ET:12.09.2010

<sup>43</sup> Nuray Mert, “Kimin Malını Kime Satıyorsunuz”, 8 Nisan 2003, <http://www.radikal.com.tr/haber.php?haberno=71400> ET:12.09.2010

<sup>44</sup> Onur Bakır, “Türkiye’de Özelleştirme Gerçeği”, Liman İş Sendikası, Ocak 2009, [www.sendika.org/banner.php?banner\\_no=143](http://www.sendika.org/banner.php?banner_no=143) ET:12.09.2001

<sup>45</sup> Elektrik Mühendisleri Odası, Ocak 2009, [www.emo.org.tr/ekler/71391232b1fb563\\_ek.pdf](http://www.emo.org.tr/ekler/71391232b1fb563_ek.pdf)

<sup>46</sup> Sol Haber Portalı, “Adanmış Bir Özelleştirme Bürokrati”, 14 Nisan 2010, <http://haber.sol.org.tr/yazarlar/askin-suzuk/adanmis-bir-ozellestirme-burokrati-26849> ET:13.09.2010

<sup>47</sup> Onur Akır, “Türkiye’de Özelleştirme Gerçeği”, [www.sendika.org/banner.php?banner\\_no=143](http://www.sendika.org/banner.php?banner_no=143) ET:14.09.2010

<sup>48</sup> Star Gazetesi, “Kar edeni de satacağız”, 28 Temmuz 2005, <http://www.stargazete.com/ekonomi/kar-edeni-de-satacagiz-37918.htm> ET:14.09.2010

“Eleştiriler özelleştirme döneminde olan şirketimizin değerini olumsuz etkiler” (Başkent Doğalgaz Dağıtım. A.Ş eski Genel Müdürü Veysel Karani Demir-2009- 7 gencin doğalgaz ile zehirlenerek ölmelerinin hemen ardından...) <sup>50</sup>

*Türkiye’de 1980 sonrası Özelleştirilen ve Özelleştirmesi Devam Eden Kurum-Kuruluşlar*

- Et ve Balık Kurumu
- Türkiye Zirai Donatım Kurumu
- Türkiye Gübre Sanayi A.Ş (gübre fabrikaları)
- Orman Ürünleri Sanayi A.Ş (ORÜS)
- SEK Petro Kimya Holding A.Ş (PETKİM)
- Petrol Ofisi Anonim Şirketi (POAŞ)
- Türkiye Petrol Rafineleri A.Ş (TÜPRAŞ)
- Türkiye Çimento ve Toprak Sanayi T.A.Ş (ÇİTOSAN)
- Ereğli Demir ve Çelik Fabrikaları T.A.Ş (ERDEMİR)
- İskenderun Demir ve Çelik Fabrikaları (İSDEMİR)
- Karabük Demir ve Çelik Fabrikaları T.A.Ş (KARDEMİR)
- Türkiye Selüloz ve Kağıt Fabrikaları A.Ş (SEKA)
- Sümer Holding-Sümerbank
- PETLAS

---

<sup>49</sup>Hürriyet Gazetesi, “ Bakın görün Tekel’i babalar gibi satarım”, 13 Nisan 2003, <http://hurarsiv.hurriyet.com.tr/goster/haber.aspx?viewid=254711>

<sup>50</sup>Sol Haber Portalı, “Başkent Doğalgaz müdürü istifa etti”, 3 Ocak 2009, <http://haber.sol.org.tr/kent-gundemleri/baskent-dogalgaz-muduru-istifa-etti-haberi-9343>

- ETİ Maden İşletmelerine bağlı işletmeler (devam)
- Türkiye Kömür İşletmeleri, Türkiye Taş Kömürü Kurumu, Makine Kimya Endüstrisi Kurumu, Türkiye Petrolleri Anonim Ortaklığı (planlanıyor)
- Türk Motor ve Traktör Sanayi İşletmesi (TÜMOSAN)
- TEKEL (Tütün ve alkol ürünleri)- devam ediyor.
- Yem Sanayi A.Ş
- Türkşeker'e bağlı şeker fabrikaları- devam ediyor.
- Çay-Kur (planlanıyor)
- Türk Telekom A.Ş
- PTT (planlanıyor)
- Türk Hava Yolları (devam ediyor)
- Karayolları ve köprüler (devam ediyor)
- Türkiye Denizcilik İşletmesi ve bağlı limanlar
- TCDD'ye bağlı limanlar (devam ediyor)
- Türkiye Elektrik Üretim A.Ş'ye bağlı santraller (devam ediyor)
- Türkiye Elektrik Dağıtım A.Ş'ye bağlı şirketler (devam)
- BOTAS (planlanıyor)
- Doğalgaz dağıtım şirketleri (devam ediyor)

Yukarıda sıraladığımız Neo-Liberal politikalar sonucunda kamu sektörünün ve sosyal devletin tasfiye sürecini çok net olarak istatistikî açıdan da incelersek;

1985 yılından itibaren 270 kuruluşta kamu hisseleri, 22 yarım kalmış tesis, 524 taşınmaz, 8 otoyol, 2 boğaz köprüsü, 103 Tesis, 6 Liman, şans oyunları lisans hakkı ile Araç Muayene İstasyonları özelleştirme kapsamına alınmıştır.

1985-2008 yılları arasında 200'ü aşkın kuruluş çeşitli yöntemlerle özelleştirilmiş, bunların 188'inde hiç kamu payı kalmamıştır.<sup>51</sup>

Sosyal Sigortalar ve GSS Yasası ile sosyal güvenlik kurumları (Emekli Sandığı, Bağ-Kur ve SSK) tek çatı altında toplandı, emekli olma koşulları ağırlaştırıldı, sosyal güvenlik hizmetlerinin kapsamı daraltıldı ve sosyal güvenlikle yararlanma koşulları ağırlaştırıldı.

Belediyeler eliyle sunulan birçok hizmet (ulaşım, çöp toplama, temizlik, altyapı çalışmaları vb) taşeronlaştırılarak özelleştirildi.

Kentsel dönüşüm projeleri adı altında, barınma hakkı tırpanlanarak, kentsel alanlar özelleştiriliyor. (Sulukule, Tarlabası, Fener, Balat)

Suyun ve suya dayanan hizmetlerin özelleştirilmesi planlanıyor.

*“Özelleştirme-Gelir Kaybı”:*

1985-2007 yılları arasında kamu işletmelerinin özelleştirmeden elde edilen gelir 14,3 milyar dolar, özelleştirme giderleri ise 13,9 milyar dolardır. Gelir-gider hemen hemen dengedir.

Telekom 2,5 yıllık karı karşılığı, TÜPRAŞ 3 yıllık karı karşılığı, TEKEL 2,5 yıllık karı karşılığında özelleştirilmiştir.

Özelleştirme gelirlerinin tahsilâtında ciddi sıkıntı yaşanmış, yalnızca TDI'ye bağlı limanların özelleştirilmesinde kamu 725 milyon dolar zarara uğratılmıştır.<sup>52</sup>

*“Özelleştirme-İstihdamda Daralma”:*

---

<sup>51</sup> T.C.Başbakanlık Özelleştirme İdaresi Başkanlığı, “Özelleştirme Kapsamına Alınan Kuruluşlar”, [http://www.oib.gov.tr/program/uygulamalar/1985-2003\\_1.htm](http://www.oib.gov.tr/program/uygulamalar/1985-2003_1.htm) ET:14.10.2010

<sup>52</sup> Özelleştirme Karşıtı Platform, [www.ozellestirmekarsitiplatform.org/?p=252](http://www.ozellestirmekarsitiplatform.org/?p=252) ET:14.10.2010

Özelleştirmelerin ardından bir çok işletme tasfiye edilmiş, üretimi durdurmuş ya da amacı dışında kullanılabilir hale gelmiştir; 1985-1998 yılları arasında özelleştirilen kurumların yaklaşık yüzde 40'ı yeni sahipleri tarafından kapatılmıştır.

Örneğin; Et ve Balık Kurumu'na bağlı kombinaların çoğu özelleştirildikten hemen sonra kapatılmıştır. Ankara'daki eski kombinanın yerinde alışveriş merkezi bulunmaktadır; Giresun Limanı özelleştirildikten sonra otopark olarak kullanılmaya başlanmıştır.

Özelleştirme bazı sektörlerde verimlilikte düşüşe yol açmıştır. Örneğin çimento sektöründe yüzde 20, verimlilik kaybı yaşanmıştır.<sup>53</sup>

Özelleştirmelerin ardından, işletmede çalışan personel sayısı düşürülmektedir (örneğin Telekom'da personel sayısı yüzde 45, TDİ'ye bağlı limanlarda yüzde 28, EBK'da yüzde 80, SEK'te yüzde 67 azaltılmıştır).<sup>54</sup>

Özelleştirilen kurumlarda çalışanların bir kısmı işsiz kalmakta, bir kısmı ücretleri dondurularak başka kamu kurumlarına transfer edilmekte, bir kısmı da 4-c uygulaması adı altında çok düşük ücretlerle kamu kurumlarında çalıştırılmaktadır. Bir kısım işçi ise, işletmeyi alan şirketin personeli olarak, iş güvencesinden yoksun daha düşük ücretlerle çalışmaktadır.

*“Özelleştirme Ve İş Güvencesi- Sendikal Haklar”:*

1987'de Türk-İş 600 bin kamu işçisi adına toplu sözleşme imzalarken bugün bu rakam 315 bine kadar düşmüştür.

Türkiye, iş kazalarında Avrupa birincisi, dünya üçüncüsüdür. Bu durumun en önemli nedeni, özelleştirmeler, kamunun küçültülmesi ve özel sektörün genişletilmesidir.

Özelleştirmelerin ardından, işverenler maliyetleri düşürmek için işçi sağlığı ve iş güvenliği önlemlerini azaltmaktadır. Ayrıca, eğitilmiş işçinin yerini eğitimsiz ve deneyimsiz işçilerin alması nedeniyle, iş kazası riski artmaktadır.<sup>55</sup>

---

<sup>53</sup> Elektrik Mühendisleri Odası İnternet Portalı, “Türkiye’de Özelleştirme Gerçeği”, [www.emo.org.tr/ekler/71391232b1fb563\\_ek.pdf](http://www.emo.org.tr/ekler/71391232b1fb563_ek.pdf) ET:14.10.2010

<sup>54</sup> [www.tk.gov.tr/.../TTAS\\_ozellesmesonrasigelismelerraporu\\_V7.pdf](http://www.tk.gov.tr/.../TTAS_ozellesmesonrasigelismelerraporu_V7.pdf) ET:14.10.2010

<sup>55</sup> Onur Bakır, “Türkiye’de Özelleştirme Gerçeği”, [www.sendika.org/banner.php?banner\\_no=143](http://www.sendika.org/banner.php?banner_no=143) ET:12.08.2010



Özelleştirmelerin ardından iş kazaları ve meslek hastalıkları artmaktadır. Örneğin TÜPRAŞ, TELEKOM, madenler ve limanlarda iş kazaları artmıştır.

*“Tuzla Tersanesi Örnekleme”:*

Tuzla tersanelerinde son 1987-2010 yılları arasında toplam 80 işçinin çeşitli nedenlerle öldüğü tespit edilirken, yine istatistiklere göre, 15 bin civarında işçinin sadece yüzde 10'unun kadrolu olarak çalıştırılıyor.

Olayın çarpıcı yanı, Tuzla tersanesinde özellikle 2004 yılı sonrasında taşeronlaşmaya geçildikten sonra iş kazalarının sayısında ciddi bir artış olduğu gözlemleniyor. 1983-2004 yılları arası 43 işçinin iş kazası sonucu yaşamını yitirdiği, taşeron firmaların sektöre girmesi sonrası ise 7 yılda 37 işçi iş kazası sonucu yaşamını yitirmiştir.<sup>56</sup>

*“Özelleştirmeler ve Kamu Hizmetlerinin Tasfiyesi:”*

Tasarının 5.1 maddesinde "Kamu kurum ve kuruluşları, kanunlarla kendilerine açıkça görev olarak verilmeyen ve kuruluşun amacıyla doğrudan ilgili olmayan alanlarda işletme kuramaz, mal ve hizmet üretimi yapamaz, bu amaçla personel, bina, araç, gereç ve kaynak tahsis edemez." ve ek olarak Geçici Madde 6: "5'inci maddenin (1) bendine aykırı mal ve hizmet üretimi yapan birimler iki yıl içinde tasfiye edilir." deniyor.<sup>57</sup>

Gerekçede: "Sonuç olarak; iç pazar ağırlıklı ve sanayi toplumuna özgü kurumlarda köklü bir değişim ihtiyacı ortaya çıkmıştır. Kamunun rolünü yeniden tanımlama ihtiyacı doğuran bu değişimler özellikle özelleştirme, sivilleşme ve yerelleşme şeklinde gelişen eğilimleri desteklemektedir. Kamu kuruluşları özel sektörün daha verimli üretim yaptığı alanları terk etmekte, eskiden "doğal tekel" olarak düşünülerek devletin kontrolüne bırakılan alanlar dahi düzenleyici yapılar kurulmak suretiyle özel kesime açılmakta, bazı kamu

---

<sup>56</sup> “Tuzla Tersanesi ölümleri gizliyor”, 14 Eylül 2004, [www.sendika.org/yazi.php?yazi\\_no=849](http://www.sendika.org/yazi.php?yazi_no=849) ET:12.08.2010

<sup>57</sup> Türkiye Büyük Millet Meclisi Genel Kurul Tutanağı 22. Dönem 2. Yasama Yılı 116. Birleşim, 15 Temmuz 2004, [http://www.tbmm.gov.tr/develop/owa/tutanak\\_g\\_sd.birlesim\\_baslangic?P4=12405&P5=H&page1=63&page2=63](http://www.tbmm.gov.tr/develop/owa/tutanak_g_sd.birlesim_baslangic?P4=12405&P5=H&page1=63&page2=63), ET:8 Temmuz 2010

hizmetleri sivil toplum kuruluşlarına devredilmekte, merkezi yapılar yerine yerinden yönetim anlayışı hakim hale gelmektedir" diyor.

Sosyal devletin olmazsa olmazı olan "eğitim, barınma, ulaştırma, sağlık gibi zaruri ihtiyaçların devlet tarafından karşılanması" ilkesi kaldırılıyor. Devlet, kâr amacı güden şirket haline geliyor, bu hizmetlerden yararlanacak vatandaş ise "müşteri" haline geliyor.

*“Kamu Sektörü-Piyasa İlişkisi”:*

Kamu ve piyasa ilişkisi bağlamında, özellikle buraya eklememiz gereken noktalardan biri, çalışanlara "performansa dayalı ücretlendirme", "verimlilik", "toplam kalite yönetimi" gibi kısıtlayıcı ve piyasa işletmelerindeki çalışanlara dayatılan "ölçütlerin" getirilmeye çalışılmasıdır.

"Çalışanların kararlara katılımı", "ekip çalışmasının güçlendirilmesi", "kalite çemberi", "verimliliğin artırılması", "rekabet gücünün yükseltilmesi", "müşteriye kusursuz hizmet" gibi hedefler öne süren Toplam Kalite Yönetimi kavramının sonuçları; çalışanların öz güçleri olan örgütlenmenin ortadan kaldırılması, sendikaların işlevsiz hale getirilmesi; rekabeti artırarak çalışanlar arasındaki dayanışma duygusunu yok etmek, sınıf içi çatışmalara yol açmak olacaktır.<sup>58</sup>

*“Özelleştirmenin İçselleştirilmesi”:*

Örneğin, siyasal rejimin varlığını sürdürebilmesi ve gerektiği şekilde işlemesi için özelleştirme, bir zorunluluk olarak ortaya konulmaktadır. Demokrasinin pekişmesi için de özelleştirme, olmazsa olmaz bir koşul olarak gösterilmektedir.<sup>59</sup> Böylece konuya, bir tür “ulusal çıkar” duygusuyla yaklaşılması ve sorgusuz sualsiz sahiplenilmesi yönündeki anlamlar yaygın olarak inşa edilmiş olmaktadır. Dursun’a göre bunun bir aşama sonrası ise, özelleştirmenin, giderek göndergesi ortadan kalkan bir göstergeye dönüşmesi olmaktadır.<sup>60</sup>

Kejanlıoğlu da, neo-liberal ideolojinin devletin kapsamının daraltılması ve yeni iletişim teknolojilerinin ekonomik yapılanmanın temel taşı olarak değerlendirilmesi üzerine

---

<sup>58</sup> Ürün İnternet Gazetesi, “Kamu Reformunda Son Söz İşçi Sınıfının”  
<http://www.urundergisi.com/makaleler.php?ID=275> ET:8 Temmuz 2010

<sup>59</sup> Erkan Yüksel, Türkiye’de Ekonomi Basını Gündemi ve Siyasal Gündem İlişkisi, Anadolu Üniversitesi, Doktora Tezi, Eskisehir, 1999. s.214.

<sup>60</sup> Dursun, s.95.

kurduğu retoriğin, uygulamada deregülasyonlar ve telekomünikasyon politikalarıyla belirliğini vurgulamaktadır. Bu yönelim, ulus-devletlerin rolünde önemli bir değişmeyi imlemektedir.<sup>61</sup>

## **2.6. Küreselleşmenin Uluslararası Sonuçları**

Küreselleşme sürecinin uluslararası alanda yansımalarını, sonuçlarını ve insanlık adına ne gibi sonuçlar doğurduğunu Birleşmiş Milletler Küresel İnsani Gelişme Raporundan istatistiklerle

### **2.6.1. Birleşmiş Milletler Küresel İnsani Gelişme Raporu**

Aşağıda aktaracağımız veriler, küreselleşme sürecinin karakterini belirleyen uluslararası sermayenin dünya halklarına ne getirdiğini anlamada katkılar sağlayacaktır.

- Dünyadaki en büyük 100 ekonomik birimin 50' si yaklaşık 200 şirket in elindedir.
- En büyük 200 şirketin satışları toplamı, en büyük 10 ülke dışında kalan tüm dünya ülkelerinin satışlarının toplamından daha fazla.
- Bu 200 şirket içindeki 4 büyük ulusötesi şirket, tüm Afrika kıtasının ürettiği gayri safi gelirden daha fazlasını gerçekleştirmektedir.
- 1983-99 yılları arasında söz konusu şirketlerin karlarındaki artış %362 olurken, istihdam ettikleri işgücündeki artış sadece %14
- Küresel mali piyasaların %80' den fazlası 20 bankanın elindedir.
- Sayıları 10'u geçmeyen medya şirketi, küresel kamuoyu oluşturmada belirleyicidir.
- Sayıları 10' u geçmeyen bilgisayar ve yazılım şirketi, ilgili piyasanın tümüne egemendir.

---

<sup>61</sup> Kejanlıoğlu, s.83.

- En önemli veri ise; 1983-1999 yılları arasında 200 şirketten hizmet ticareti alanında faaliyet gösterenlerin toplam satışlar içindeki payı %34 den %47 yükselmiş

2003 Dünya Kalkınma Raporu'na göre, dünyada temel yiyecek, su, eğitim ve sağlık ihtiyaçlarını karşılamak için, dünyadaki en zengin 225 kişinin toplam varlıklarının %4'ü yeterlidir.<sup>62</sup>

Bu noktada Uluslararası Para Fonu'nun (IMF) küreselleşmenin tanımını nasıl yaptığına ve daha sonra bu tanımın ışığında, dünya da yaşanan kimi istatistiksel gerçeklere göz atalım.

Uluslararası Para Fonu küreselleşmeyi "teknolojinin hızlı gelişmesi ve geniş bir alana yayılmasıyla, uluslararası sermaye, mal ve hizmet akışının dünya çapında ülkeleri birbirine bağımlı hale getirmesi" olarak tanımlamaktadır.<sup>63</sup> IMF'nin karşılıklı bağımlılık olarak tanımladığı küreselleşmenin 3.Dünya ülkeleri'ni nasıl etkilediğini sayısal Birleşmiş Milletler'in her yıl düzenli olarak yayınladığı İnsani Gelişme Raporlarından aldığımız sayısal verileri inceleyerek anlatalım.

- B.M. 1998 İnsani Gelişme Raporu'na göre gelişmiş ülkelerin oluşturduğu dünya nüfusunun %20'lik kesimi, küresel tüketimin %86'sını tüketmekte idi.<sup>64</sup>

- B.M. 2000 İnsani Gelişme Raporu'na göre dünyanın en fakir 48 ülkesinin küresel ihracattaki payı %0.4'ten azdı.<sup>65</sup>

- B.M. 2004 İnsani Gelişme Raporu'na göre 1.2 milyar insan temiz su, 2.7 milyar insanın koruyucu sağlık imkanlarından yoksun olduğu belirtilmemektedir. "İklim değişikliği, insanlığı tehdit eder bir nitelik taşıyor. İklim değişikliğinin en ağır boyutlarını 2,6 milyar yoksul kişi yaşayacak. Bu insanlar işlemedikleri bir ekolojik suçun cezasını çekiyorlar"<sup>66</sup>

---

<sup>62</sup> Güliz Uluç, **Küreselleşen Medya: İktidar ve Mücadele alanı**, İstanbul: Anahtar Yayınları, 2003, ss.180-200.

<sup>63</sup> Abdullah Özkan, **Küreselleşme Sürecinin Medya ve Kültür Üzerindeki Etkileri**, Tasam Yayınları, Mayıs 2006, s.5.

<sup>64</sup> Human Development Report 1998 s.2. <http://hdr.undp.org/en/reports/global/hdr1998> ET:13.07.2010

<sup>65</sup> Human Development Report 2000 s.9 <http://hdr.undp.org/en/reports/global/hdr2000> ET:13.07.2010

<sup>66</sup> Human Development Report 2004 s.131 <http://hdr.undp.org/en/reports/global/hdr2004> ET:13.07.2010

- Dünyada en zengin 3 kişinin toplam varlığı, en fakir 48 ülkenin toplam gayri safi hasılasından büyüktür.

IMF'nin dünya çapında ülkeleri birbirine bağımlı hale gelmesi olarak tanımladığı küreselleşme kavramının aslında tek taraflı bir bağımlılık olduğu ortaya çıkmaktadır. Aşağıda verilen ve B.M. İnsani Gelişme Raporlarından alınan birkaç istatistikte bağımlılığın tek taraflı olduğu açıkça görülmektedir:

- ABD ve AB'de bir yılda yapılan parfüm harcamaları, dünya, temel sağlık ve yiyecek ihtiyacını karşılayacak düzeydedir(13 milyar dolar)

- Yılda 30 milyon insan açlıktan ölmektedir.

- 800 milyon insan kronik kötü beslenme şartlarında yaşamaktadır

- Günümüzde, 1.2 milyar kadar insan açlık sınırının altında, 2-3.5 milyar insan kötü beslenme şartlarında yaşarken, 1.2 milyar insan ise obezite sorunu yaşamaktadır .

- 1 milyar insan 21. yüzyıla okuma ve isimlerini yazma yeteneği olmadan girmiştir.

- Silahlanma harcamalarının %1'inden daha azının, 2000 yılında okula gidemeyen her çocuğu öğrenci yapabilmek için yeterlidir.

#### *Birleşmiş Milletler 2006 Yılı Küresel İnsani Gelişme Raporu*

Küreselleşme sürecinin nimetlerinden yararlanan bir avuç gelişmiş ülke her yıl kalkınma ve refahını artırırken, dünyanın geri kalan çok büyük kısmı yoksulluk ve geri kalmışlıkla pençeleşiyor. Zengin ve gelişmiş ülkelerle, yoksul ve az gelişmiş ülkeler arasındaki makas da ne yazık ki her geçen yıl daha da açılıyor. UNDP'nin İnsani gelişme endeksinde yer alan, nüfusları toplamı 460 milyonu bulan en yoksul 18 ülkenin, 1990 yılına kıyasla insani gelişme göstergeleri açısından gerilediği görülüyor. Endekste yer alan 18 ülkeden 12 tanesi Afrika kıtasının güneyinde yer alıyor. Yani şu anda bu bölgelerdeki milyonlarca insan 15 yıl önceki hayat standartlarının bile çok altında yaşama mücadelesi veriyor; sağlıklı içine suyunu kavuşamıyor, bebekleri 1 yaşına bile gelmeden hayatını kaybediyor, temiz gıdaya ulaşamıyor, yeterli eğitim ve sağlık hizmeti alamıyor.

Raporda, üretimin yüzde 80'ini 1 milyar insanın, yüzde 20'sini ise 5 milyar insanın paylaştığı belirtildi. Dünya nüfusunun önemli bir kısmının son on yılda daha da fakirleştiğinin belirtildiği rapora göre, bu durum gelişmekte olan demokrasiler için büyük bir tehdit oluşturuyor. Rapora göre, bu eğilimin tersine çevrilememesi durumunda da, artan ekonomik ve sosyal eşitsizlik terörü daha da büyütecek.

Dünya nüfusunun önemli bölümü yoksulluk içinde yaşıyor. İnsanlığın yüzde 80'i günde 10 dolardan az harcıyor. Günde ortalama 30 bin çocuk yoksulluktan ölüyor. Dünyadaki her iki çocuktan biri yoksul. Yaşanan küresel ekonomik krizler, yoksulları ve yoksul ülkeleri daha fazla etkiliyor. Yoksulluk beraberinde salgın hastalıkları ve çatışmaları getiriyor.

Her yıl 1,8 milyon çocuk, temiz su ve tuvalete erişim sağlandığı takdirde önlenebilecek olan ishalden ötürü ölüyor; suyla bağlantılı hastalıklar yüzünden 443 milyon okul günü kaybediliyor; kalkınmakta olan ülkelere yaşayan insanların yaklaşık yarısı, temiz su ve sağlık koşullarının olmayışı yüzünden hastalanıyor. Bu insani zararların yanı sıra, su ve sağlık koşulları krizi nedeniyle ekonomik büyüme engelleniyor; Güney Afrika ülkeleri her yıl Gayrisafi Yurtiçi Hasıllarının (GSYH) %5'ini, yani aldıkları dış yardımdan çok daha fazlasını kaybediyor.

2006 İnsani Gelişme Raporu araştırması, su ve temizlik harcamalarının silahlanma harcamaları yanında hiç kaldığını gösteriyor: Örneğin, Etiyopya'nın askeri bütçesi, su ve temizlik koşulları bütçesinin 10 katı; Pakistan'dakinin 47 katı.

“Temiz su tedarik etmek, atık suyu idare etmek ve temizlik/sağlık koşullarını sağlamak insani gelişmenin en temel üç şartıdır”, diyor 2006 İnsani Gelişme Raporu'nda. Ancak, 1.1 milyar kişinin temiz suya, 2.6 milyar kişinin ise sağlık/temizlik koşullarına hala erişimi yok.

Suya erişimi olmayan insanların üçte biri, günde 1 dolarlık mutlak yoksulluk sınırının altında yaşıyor. Diğer üçte bir ise, günde 2 dolar veya daha az parayla geçiniyor. Temizlik/sağlık koşullarında ise, dünyanın en fakir beşte ikisini temsil eden nüfus, küresel temizlik/sağlık açığının yarısından fazlasını oluşturuyor.

2006 yılı İnsani Gelişme Raporu, kalkınmakta olan ülkelereki yetersiz sağlık ve temizlik koşullarının yaygın ölümlere yol açtığını gösteriyor ve örneğin Peru'da bir yaşına

gelmeden ölen bebeklerin ölüm nedeninin %60 oranında evlerinde tuvalet bulunmayışından kaynaklandığını belirtiyor.

Rapora göre, 2.6 milyarın üstünde kişi hala yeterli sağlık ve temizlik koşullarından yoksun. 1.1 milyar kişi ise temiz suya düzenli bir şekilde ulaşamıyor. Ve sonuç olarak her yıl 1.8 milyon çocuk ishalden ölüyor. Dünyada çocuk ölümü nedenleri arasında ishal ikinci sırada yer alıyor.<sup>67</sup>

### **2.6.2.Küresel Yoksulluk Raporu**

Kasım 1998'de Le Monde Diplomatique'de yayımlanan ve küresel yoksulluğu inceleyen yazısında Ignacio Ramonet; "1998 yılında dünyadaki tüm çocukların temel eğitimi için 6 milyar dolar, su ve koruyucu sağlık için 9 milyar dolar, temel sağlık ve beslenme için 13 milyar dolar harcanmışken; Avrupa'da dondurma için 11 milyar dolar, Avrupa ve ABD'de ev hayvanları için 17 milyar dolar, Avrupa'da sigara alımları için 50 milyar ve alkollü içkiler için 105 milyar dolar, tüm dünyada uyuşturucu maddeler için 400 milyar ve askeri amaçlarla 780 milyar dolar harcandığı da kaynaklarda ifade edildiğini" yazmıştı.<sup>68</sup>

Geçen sürede küresel yoksullukla mücadelede önemli gelişmeler kaydedilememiştir. 2003 Yılı İnsan Gelişme Raporu'na göre 1990 yılına kıyasla, 54 ülke daha da yoksullaşmıştır, 21 ülkede insanlar geceleri aç yatmaktadır, 14 ülkede ölen çocuk sayısı artmış, 34 ülkede ise yaşam süresi kısalmıştır; 2003 yılında çoğu Afrika'da olmak üzere AIDS'e yakalanmış insan sayısı 42 milyona yükselmişti ve Afrika'da her gün 6500 kişi AIDS nedeni ile ölüyordu.

Yoksulluk, kaliteli yaşam koşullarından yoksun olmaktır. Doğal koşullar nedeni ile kaynakların yetersizliği ve verimli kullanılmaması, yetersiz altyapı, eğitimsizlik, özellikle tarımda olmak üzere çağdışı üretim teknolojilerinin kullanılması, nüfus artışı, plansız ve hızlı şehirleşme, yönetimdeki aksaklıklar ve yetersizlikler, yolsuzluklar, afetler, salgın hastalıklar, savaşlar, ülke içi çatışmalar yoksulluğa neden olmaktadır. Yoksulluğun nedeni sadece ekonomik kaynaklardan yoksun olmak değildir; fırsat eşitsizlikleri; sosyal ve coğrafi nedenlerle pazarlardan ve iş imkânlarından yoksun olmak da yoksulluğa neden olmaktadır.

---

<sup>67</sup> Human Development Report 2006 s.131 <http://hdr.undp.org/en/reports/global/hdr2006> ET:13.07.2010

<sup>68</sup> Nejat Eslen, "Küreselleşen yoksulluk", Radikal Gazetesi, 21 Aralık 2004  
<http://www.radikal.com.tr/haber.php?haberno=137946> ET:13.07.2010

Yoksulluğun en önemli nedenlerinden biri ise küresel ekonomik sistemin ve küreselleşmenin ortaya çıkardığı sonuçlardır. Wall Mart şirketinin 2002 geliri (246 milyar dolar), bu şirketi dünyanın 19. General Motor’sun aynı yıl geliri ise onu dünyanın 24. en büyük ekonomik varlığı yaparken, en zengin 225 kişinin toplam varlığı 2.7 milyar en yoksul insanın toplam yıllık gelirine eşitti.<sup>69</sup>

## 2.7. Kültürel Emperyalizm

Küreselleşme sonucunda ulusların birbirine bağımlılıklarının artması ve aralarındaki her türlü alışveriş nedeniyle dünyanın tek boyutlu hale geldiği söylemi, küreselleşmenin kültürel boyutunu oluşturmaktadır. İletişim teknolojilerindeki gelişmeyle birlikte kültür akışkanlığının artması dünya kültürlerinin bütünleşmesi ve benzer bir görünüm arz etmesi anlamına gelmektedir. Günümüzde tüm dünyada farklı uluslar ve dolayısıyla farklı kültürlere sahip insanların benzer zevk ve tüketim eğilimleri göstermesinin nedeni, kültürel küreselleşmeye bağlanmaktadır. Özellikle modernliğin tek bir merkezden yayılarak çevre ülkeler üzerinde etkili olduğu ve çevre ülkelerin de sözü edilen modernleşme süreci yerine periferileşme sürecine girdiği ve merkez-çevre kuramının kültürel karışım süreçlerinin saptayıcısı olduğu ifade edilmektedir.<sup>70</sup>

Küresel-yerel arasındaki ilişkiyi dönüştürücü bir bağlamda sorunsallaştıran Tomlinson küreselleşmeyi karmaşık bağlantılılık (complex connectivity) adını verdiği modern dünyanın ampirik bir durumu olarak ele alır. Bağlantılılık kavramı mekansal yakınlıkla iç içe geçen bir kavramdır. Tomlinson’un küreselleşme analizinde bağlantılılık-yakınlık ilişkisi küresel-yerel ikiliğini açıklamak için kullanılır. Tomlinson’un kavram seti içinde yakınlık, bağlantılılığın ötesine işaret eder. Tomlinson, bağlantılılık “küçülen dünya” metaforuyla mekânları aşan bir ilişkiselliği anlatırken; havaalanları, McDonalds’lar, oteller gibi kültürler arasında bağlantıyı sağlayan mekânları standart küresel mekanlar olarak niteler. Yakınlık kavramı ise mekansal yakınlığı aşan bir deneyime işaret eder söz konusu deneyim yerelin belirlediği günlük kültürel pratiklerin ve kültürel farklılıkların tecrübesidir.<sup>71</sup>

---

<sup>69</sup> Human Development Report 2003 s.56 <http://hdr.undp.org/en/reports/global/hdr2003> ET:13.07.2010

<sup>70</sup> Rana Aslanoğlu, **Bir Kültürel Karışım Olarak Küreselleşme**, Derleyen:E.Fuat Keyman, A.Yaşar Sarıbay, “**Küreselleşme, Sivil Toplum ve İslam**”, Ankara: Vadi Yayınları, 1997, s:264.

<sup>71</sup> John Tomlinson, **Küreselleşme ve Kültür**, İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 1999, s.19.



Küreselleşmenin önyak olduğu fiziksel hareketlilik yerelliğin mekâna bağlı doğasını değiştirmeye başlamıştır. Bağlantılılık yerelin doğasını değiştirmiştir. “Küresel olan içinde varoluşumuzu şekillendirdiğimiz kültürel bir alana dönüşmektedir. Bu nedenle bağlantılılığın bir sonucu olarak uzaktaki yerelliklere nüfuz etmesinin iki yüzü vardır: yerelliğin güvenliğine son verirken, deneyimi daha geniş- nihayetinde küresel- anlamda kavrayabilmemizi sağlar.”

Tomlinson’un bakış ağısında küreselleşme, dünyanın tek bir biçimde yaşadığı yerelliklerin yok olduğu dışlayıcı bir süreç değildir, karşılıklılık ilişkisidir. Bağlantılılık yerelin doğasını dönüştürmüştür. Yerelin mekansal sınırlamaları aşan doğası insanların kaderlerinin dünyanın kaderiyle belirlendiği fikrine sahip olmalarını sağlamış ve yeni bir küresel bilinç yaratmıştır.<sup>72</sup>

Uluslararası iletişimin kültürel boyutu, modernleşme kuramı taraftarlarınca, kültürel alışveriş ve demokratik iletişim olarak nitelenmekte modernleşme sorunu, yeniliğin yayılma süreci olarak tanımlanmaktadır. Az gelişmiş toplumlar tutumlarını modernleştirerek, geleneksel olarak tanımlanan bir kültür ve toplumdaki, çağdaş olarak tanımlanan bir kültür ve topluma gececekleri iddia edilmektedir. Çağdaş tutum ve evrendeş beğenilere “Batılılaştırma” (westernization) önerilmektedir.<sup>73</sup>

Önerilen Batı tipi modernleşmenin altında yatan ana nedeni, kültür farklılıklarının ortadan kaldırılmak istenmesi olarak açıklamak mümkündür. İkinci Dünya Savaşı’ndan sonraki dönemde, uluslararası iletişim türlerine modernleşme aracı olarak atfedilen değer, yerini yavaş yavaş, küresel iletişimin gelişme ve modernleşme, bu paralelde büyüme ve özgürleşmeden çok, ulusal ve yerel kimliklerin yok olduğu, kültürel homojenleşmenin olduğu yeni bir sömürgecilik anlayışına yol ağtığı düşünölmektedir.<sup>74</sup>

İletişim alanında yaşanan hızlı gelişmeler ve iletişimsel üretim insanları tek tip haline getirmekte ve kültürel anlamda da etkilemektedir. Gelişmiş sanayi ölkeleriyle üçüncü dünya ölkeleri arasındaki ilişkilerin her şeyden öncebir kültür savaşı olduğu bilinmesi gereken bir

---

<sup>72</sup> Tomlinson, s.48.

<sup>73</sup> Uluç, s.95.

<sup>74</sup> Uluç, s.106.

gerçektir. Sanayi ülkelerinin bütün çabası, kendileri dışındaki ülkelerin sosyo-kültürel, sosyo-psikolojik ve sosyo-ekonomik geleneksel değerler sistemlerinin yıkılmasına yönelmiştir.<sup>75</sup>

Söz konusu kültürel yıkımın ya da diğer adıyla kültürel emperyalizmin etkisi, gücü toplumlar bağlamında değişebilmektedir. Örneğin gelişmiş bir ülke olan Fransa, ABD kökenli filmlerden kültürel anlamda çok etkilenmezken, Türkiye gibi gelişmekte olan ülkeler bu tür filmlerden daha fazla etkilenebildiğini görüyoruz. Bu etkileşim oranı halkın eğitimi ve ülkelerin kalkınmışlık durumuyla doğrudan ilişkilidir. Kitle iletişim araçlarının küreselleşmesi ve ulusal sınırların ortadan kalkması ile kitle iletişim politikaları da küreselleşerek çoğu ülke için yaygın hedefler içerir hale gelmiştir<sup>76</sup>

Gelişmiş ülkeler kitle iletişim araçlarını kullanarak kültürel, askeri, ekonomik ve siyasi hegemonyayı devam ettirmek istemektedirler.<sup>77</sup>

Kültür olgusunun içerisinde sosyal, siyasal, ekonomik ve askeri birikimlerin bulunmasından dolayı, bir ülke üzerinde kültürel hegemonyanın sağlanmasının diğer etmenler üzerinde kontrol gücünün ele alınması anlamına gelmesi nedeniyle, kültürel emperyalizm çalışmaları diğerlerine nazaran öncelikli olarak ele alınmaktadır. Kültürel emperyalizmi, iletişim sistemleri ve kitle iletişim araçları bağlamında ele almak mümkündür. Kitle iletişim teknolojilerini kullanmaksızın, kültürel emperyalizmin geniş bir coğrafyaya yayılarak büyük kitleler üzerinde etkili olması mümkün görünmemektedir. Kitle iletişim ürünlerini ve iletişim teknolojilerini en sık kullanan ülkelerin -ki bu ülkelerin hepsinin de adı kültürel emperyalizmle yan yana geçmektedir- ABD'nin başı çektiği Batılı ülkelerin olduğu bilinen bir gerçektir. Konu bağlamında emperyalizmin kısa bir tanımlaması yapıldığında; bir devletin, ulusun veya grubun başkası üzerinde haksız bir biçimde üstünlük kurması ve hâkimiyet sağlaması şeklinde bir tanım ortaya çıkmaktadır.<sup>78</sup>

“Varılan bir sonuca herkesin katıldığı anlaşılmaktadır: Dünyadaki pek çok kültür sisteminin, tarihte emsali olmayan “kültürel bir senkronizasyon” sürecine bağlı olarak erimekte olduğudur.”

---

<sup>75</sup> Osman Özsoy, **Propaganda ve Kamuoyu Oluşturma**, İstanbul: Alfa Yayınevi, 1998, s.332.

<sup>76</sup> Uluç, s.300.

<sup>77</sup> Sadi Özdemir, **Medya Emperyalizmi ve Küreselleşme**, İstanbul: Timaş Yayınları, 1998, s.143.

<sup>78</sup> Uluç, s.106.

Kültürel emperyalizmden bahsedilirken kavram günümüzde “tahakküm” ile ve geçmişte sömürgeci anlayış arasında bir bağ olarak kullanılmakta, her iki kelimenin de olumsuz anlamlarını içermektedir. Kültürel emperyalizmle ilgili tartışmaların çoğu medya merkezli yapılmaktadır. Medya emperyalizmi, kültürel emperyalizmden bahsetmenin bir yoludur.<sup>79</sup>

Kültürler oluşturulabilir ve değiştirilebilir özelliklere sahip olmalarından dolayı, gelişmiş ülkeler bu özelliğin uluslararası iletişim biçimlerini kullanarak kitle iletişim araçlarıyla hedef ülkelerdeki kültür ve anlayışları çıkarları doğrultuda değiştirmekte ve Batı merkezli küresel bir kitle kültürü oluşturabilmek için planlı çabalara girmektedirler.<sup>80</sup>

### **2.7.1 Kitle İletişim Araçları ve Küreselleşme**

Mesajların toplumda kitle iletişim araçları vasıtasıyla verilmesi ve süreklilik arz etmesi, benimsenmesine yardımcı olmaktadır. Amerikan kültürünün dünya üzerinde etkinlik sağlamasında televizyonların, radyoların, gazete ve dergi gibi yayın organlarının önemi büyüktür. Amerikan kültürünün, dış etkilere oldukça kapalı olarak bilinen Avrupa ülkelerine girebilmek için kitle iletişim araçlarını seçmesi de tamamen bilinçli bir tercihi ifade etmektedir.<sup>81</sup>

Dünyanın Batılılaşması, batılı olmayan kültürleri boğmaktadır. Tek bir hakim kültürün egemen olduğu dünyanın sadece küçülmekle kalmayıp aynı zamanda da tehlikeli bir yer haline geldiği vurgulanmaktadır. Gelişmiş ülkelerin neredeyse tamamı kitle iletişim araçları ve özellikle de televizyon aracılığıyla kendi kültürlerini, yaşayış biçimlerini, kendi hayat tarzlarını, sinema filmleri ve benzer kitle iletişim ürünlerini kullanarak benimsetmeye çalışmaktadırlar. Hedef kitlenin özelliklerine göre farklı ürün ve farklı strateji kullanılır. Kültürel emperyalizm aynı zamanda popüler kültürle de desteklenmektedir. Popüler kültür kültürel “şeylerin” teknolojik araçlarla üretimi ve geniş iş bölümü etrafında kurulan kapitalist mal üretimi, pazarlaması, dağıtımı ve tüketim biçimlerine dayanan bir kültürdür. Bu biçim

---

<sup>79</sup> Tomlinson, s.39.

<sup>80</sup> Stuart Hall, “Yerel ve Küresel: Küreselleşme ve Etniklik”, Kültür, Küreselleşme ve Dünya Sistemi <http://ilef.ankara.edu.tr/id/yazi.php?yad=798> ET:31.03.2011

<sup>81</sup> Abdullah Özkan, “Siyasal İletişim”, İstanbul: Nesil Yayınları, 2004, s.45.

olmayınca, örneğin teknolojik çoğaltma, seri üretim, TV veya basının desteğinden mahrum bir şekilde, bu araçlara dayanan böyle bir kültür biçiminin de olması mümkün değildir.<sup>82</sup>

Dolayısıyla kitle iletişim araçları aracılığıyla bir kültür belirlenmekte ve bu kültür popüler olarak kitle iletişim araçlarıyla yayılmaya çalışılmakta bu da kültürel emperyalizmi destekleyici bir kültür ticaretine dönüştürmektedir.

### 2.7.2. Küreselleşme Gerçeği

Küreselleşmenin dünya insanlığı adına, ortaya koyduğu çözümlere baktığımızda karşımıza yukarıda sıraladığımız gerçekler çıkıyor.

Küreselleşme, emperyalizmin daha şiddetli bir aşamasıdır. Üstelik de, daha az algılanabilen bir aşaması. O yüzden kapitalizmin çok uç hali veya kapitalizmin bir önceki halidir.<sup>83</sup>

Küreselleşme dev şirketlerin zaferi anlamına gelmektedir.<sup>84</sup>

Küreselleşme sözcüğünün kendisi, çoğu kullanımında içi boş bir kavramdır. Güneşin altına yeni bir şey olmadığını, hem genişlik (coğrafi olarak) hem de derinlik (insan yaşamının gitgide daha çok veçhesine nüfuz etme) bakımından kapitalist ilişkilerin genişlemesini ifade etmektedir.<sup>85</sup> Küreselleşme, kar peşinde koşan mega-işletmelerin, totaliter kurumların tiranlığıdır.<sup>86</sup>

Küreselleşen dünyada faaliyet alanlarını artırmak ve dünya geneline yayılmayı amaçlayan çokuluslu şirketler, şirket birleşmeleri ve satın almalar yoluyla dünya ekonomisindeki etkinliklerini artırmaktadır. Küreselleşmenin yaygınlaşması için uygun bir siyasal ortam gerektiği gibi, sürdürülebilmesi için de uygun bir siyasal yapıya ihtiyaç bulunmaktadır. Nitekim DTÖ (Dünya Ticaret Örgütü), IMF (Uluslararası Para Fonu), WB (Dünya Bankası), OECD (Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü) gibi kuruluşların

---

<sup>82</sup> Korkmaz Alemdar, İrfan Erdoğan, **Popüler Kültür**, Ankara: Ümit Yayınevi, 1994, s.34.

<sup>83</sup> İzzettin Önder, "Küreselleşme, Kapitalizmin Sondan Bir Önceki Aşaması" İşçi Köylü Kurtuluşu Dergisi, Yıl:1, No: 2002-3, 15-28 Şubat 2002, s.10.

<sup>84</sup> John Micklethwait "Jeopolitik Emperyalizm, Kapitalizmin Güncel Aşaması", Mürekkep Dergisi, No:17, 2001, ss.57-64.

<sup>85</sup> Peter Marcuse, "Küreselleşmenin Dili", Mürekkep Dergisi, No:17, 2001, ss.98-101.

<sup>86</sup> Noam Chomsky, "An Interview With Noam Chomsky", <http://www.twinside.org> ET:13.07.2010

küreselleşmenin prezidyumu olduğu belirtilirken, daha ötede küreselleşmenin Pentagon'un askeri varlığı olmadan sürdürülemeyeceği vurgulanmaktadır.<sup>87</sup>

Küreselleşme ile birlikte güçlü uluslar üstü şirketlerin, ekonominin büyük bölümünü elinde bulundurması, geriye kalan işgücü ve sermaye sahiplerinin pastadan aldığı payın gittikçe azalmasına neden olmaktadır. Özellikle gelişmekte olan ülkeler bu eşitsizlikten büyük oranda etkilenmektedir. Duruma genel olarak bakıldığında; az gelişmiş ülkelerin kötü giden kaderlerinin bir sonu olamayacağı ve gittikçe daha da olumsuz etkilenecekleri görülür. İşsizliğin giderek artması, yoksulluğun ve açlığın çoğalması, diğer yandan zenginlerin daha fazla kazanmaya başlaması, küreselleşmenin güçsüz ve yoksul açısından olumlu sonuçlar doğurmadığı da göz önündedir. Yoksulluk, eskiden isi olmayan ve açlık sınırında yaşayan insanları kapsarken, günümüzde küreselleşmenin tüketim temelli olmasından kaynaklanan biçimde tüketememe ile ilişkilendirilmiş konumdadır.<sup>88</sup>

Küreselleşme düşüncesi, kitle iletişim araçları sayesinde medya içeriğiyle birlikte verilmekte ve bu şekilde yaygınlaştırılmaya, meşru gösterilmeye çalışılmaktadır. Kitle iletişim araçları sanat, spor, kültür programları gibi programlarla küreselleşmeyi vurgulamakta ve bu düşüncenin kültürler, toplumlar arasında yayılmasına yardımcı olmaktadır. Aşağıda, bir süreç olarak ele alınan küreselleşmenin hazırlayıcıları olan teknoloji, ekonomi ve iletişim olgularına değinilecektir.

Küresel ekonomiyi elinde bulunduran şirketler için ulus-devlet artık yalnızca onların varlığını güvence altına alan bir işleve sahiptir. Küresel piyasalar para kazanırken, ulus-devlet sistemi onlar adına yönetimi sağlamaktadır. Politik işlevlerin dışında isleyen yeni ekonomik düzen, yavaş yavaş ulus-devletin ekseninden kendini sıyırmaya başlamıştır. Ekonominin her zamankinden daha fazla ön planda bulunuşu politikayı neredeyse önemsiz duruma getirmiştir. Ekonominin piyasaların eline geçtiği düşünüldüğünde ve devletin buna karışması durumunda, büyük yaptırımlarla karşı karşıya kalacağı da bir geçektir. Bu yaptırımlar üstü kapalı olarak bilirse de devletin zayıflayarak pasifleştiğini açık biçimde ortaya koyacaktır. Bu bağlamda devletler bu durumu göze alamamaktadır.

### **3. KÜRESELLEŞME SÜRECİNDE MEDYA ve SAHİPLİK YAPISI**

---

<sup>87</sup> Aytekin Yılmaz, **İkinci Küreselleşme Dalgası**, Ankara: Vadi Yayınları, 2004, s.32.

<sup>88</sup> Bauman, s.71.

Frankfurt Okulu'nun yarım yüzyıl önce vurguladığı gibi bir endüstriye dönüşen medya kuruluşları küreselleşmenin ideolojisini yayan aygıtlardan birisi haline gelmiştir.

Küreselleşme sürecinde medyanın yeni yapılanması karşısında en çok eleştirilen noktalardan birisi de medyanın ne söylediği değil, neleri söylemediği veya söyleme biçimidir. Eleştirel medya çalışmalarında kamuoyunun tarafsız, yeterli ve doğru bilgilendirilmesi yerine ekonomik, ideolojik ve siyasi olarak güçlülerin elinde olduğu ve güçlülerin bu gücünü pekiştirecek şekilde haber verdiği ifade edilmektedir.

Küreselleşme ile birlikte medyanın sahiplik yapısının değişmesi, medyaya sermaye sahiplerinin girmesi, basının tekelleşmesi hatta küresel medyanın ortaya çıkması ile birlikte medyanın çok boyutlu ama tek sesliliğinin yanında yansızlığı da tartışılmaya başlanmıştır.

Küreselleşme süreci içerisinde yeni iletişim teknolojilerinin bulunması, tekelleşme, holdingleşme ve neoliberal politikaların sonucunda medya yapısında da önemli değişiklikler olmuş, bu politikaların ve değişimlerin etkisiyle küresel ticari medya ağı ortaya çıkmıştır. Yeni iletişim teknolojilerinin yoğun olarak kullanımı, yatay-dikey-çapraz tekelleşmeler sonucunda oluşan dev holdingler ve ulusüstü kuruluşlar tarafından yapısal uyum paketleri vasıtasıyla uygulanan neoliberal politikaların sonucunda küresel ticari medya ağı 1990'lardan itibaren oluşmaya başlamıştır.

Küresel medyanın ikinci bir özelliği ise pazara hakim olan bu 10 büyük holding arasında rekabetin olmamasıdır. Çünkü bu 10 büyük holding aralarında yaptıkları anlaşmalarla dünya medya piyasasında ve pazarlarında reklam gelirlerinden elde edilen kâr pastasını bölüşmüşlerdir. Bu büyük holdingler rekabet etmekten öte bu büyük pazara girişi engellemek için stratejiler üretmektedirler. Bu 10 büyük holdingden News Corporation'un patronu Robert Murdoch'un "Ya şimdi güçlerimizi birleştiririz ya da birbirimizi öldürdükten sonra güçlerimizi birleştiririz" sözü bu durumu açıklamaktadır. []

İnşaat, ulaşım, banka gibi sektörlerde büyük sermayeleri olan patronlar medya yoluyla reklamlarını tanıtımlarını yapmak, hükümetlerle iyi ilişkiler kurmak ve medya piyasasının kaymağını yemek amacıyla medya sektörüne yatırım yapmış ve sahiplik yapısının değişmesine neden olmuşlardır. Medyada oluşan bu yeni sahiplik yapısı, medya içeriklerinin belirlenmesinde de etkin olmuş, tamamen kâr güdüsüyle hareket eden, çokseslilik yerine

çokkârlılık sağlamaya çalışan, kapitalist kültürü toplumda etkin hale getiren bir yapının oluşmasına neden olmuşlardır.

Küresel medyanın bir başka özelliği ise uluslararasılaşmanın piyasaya hakim olmasıdır. Küreselleşme süreci ile birlikte medya endüstrilerinde ürünler artık sadece ulusal pazarlar için değil, uluslararası pazarlar da göz önünde bulundurularak üretilmektedir.

İnternet ve bilgisayar teknolojisi gibi yeni iletişim teknolojilerinin kullanımıyla küresel pazarlara girmek git gide kolaylaşmıştır.

Küresel medyanın önemli özelliklerinden biri de içeriğini en önemli destekçisi reklam verenlere göre düzenlemesidir. Reklam verenlerin isteği doğrultusunda içerikler belirlenmekte, toplumun çıkarları, kamu yararı gibi kavramlar dikkate alınmamaktadır.. Yapılan haberlerin yapılış ve sunuluş biçimlerine oldukça dikkat edilmektedir. Medya patronunun çıkarına aykırı olan veya kendisine reklam veren şirketlerin çıkarılarını zedeleyecek haberler asla medya içeriklerine yansımamaktadır. Bütün haberler, içerik ve sunuluş anlamında kontrol ve denetim altında tutulmaktadır. Böylece ticari dönüşüm bütün medya sisteminin her ayrıntısına kadar nüfuz etmektedir.

*“Noam Chomsky Ve Toplumsal Rızanın İmalatı”:*

Medya alanındaki eleştirel yaklaşımlar bağlamında, yapısalcı yaklaşımlar, medyayı ideolojik bir güç olarak tanımlarken; ekonomi politik yaklaşım, medyayı ekonomik temele yaptıkları vurguyla kapitalist üretim dinamiklerini sorunsallaştırırlar. Öt yandan ekonomi politik yaklaşıma karşı güçlenen kültürel çalışmalar, medyayı **toplumsal rızanın** kazanıldığı ya da kaybedildiği bir mücadele alanı olarak görürler.<sup>89</sup>

Günümüz radikal eleştirisinin öncülüğünü, Edward S: Herman ve Noam Chomsky yapmaktadırlar. Medyanın radikal eleştirisinde başyapıt olarak kabul edilen ‘‘Medyanın Kamuoyu İmalatı’’ adlı eserlerindeki tezleri şudur: Medya çağımızda devlet iktidarının ve

---

<sup>89</sup>Inceoğlu, <http://www.yasemininceoglu.com/guncel26.php>

seçkinlerin ihtiyaçlarını karşılayan bir propaganda modeli olarak işlevi görür. Gerçekliğin çarpıtılmış algısının sunulması, belli gerçekler gizlenirken bazılarının öne çıkartılması, seçkinlerin gündeminin toplumun gündemi haline getirilmesi ve seçkinlerin politika hedefleri doğrultusunda toplumun siyasi kampanyalarla yönlendirilmesi bu ihtiyaçlar arasındadır.

Noam Chomsky ve Edward S. Herman'ın "Medyanın Kamuoyu İmalatı" kitabında çözümlenmeye çalıştıkları sorunsalı şöyle formüle edebiliriz: Medya nasıl oluyor da resmi bir sansür olmadan seçkinlerin ve iktidar sahiplerinin çıkarlarına düzenli bir şekilde hizmet edebiliyor?

Kitle iletişim araçları birçok gerçeği gizler, ancak bu gerçeği gizlemekten çok daha önemli bir nokta, belli bir gerçeğe gösterilen dikkattir; yani, gerçeğin nereye yerleştirildiği, tonu, tekrarlanıp tekrarlanmadığı, hangi çözümleme çerçevesi içinde sunulduğu ve onunla birlikte verilerek ona anlam kazandıran (veya onu anlaşılmasız hale getiren) ilişkili olguların neler olduğudur. Belli bir gerçeği arayan titiz bir okurun gazeteyi şüpheci gözlerle ve dikkatle tarayarak kimi zaman aradığını bulabilmesi, o gerçeğin hak ettiği dikkat ve bağlama kavuşup kavuşmadığı, okur tarafından anlaşılıp anlaşılmadığı, çarpıtılıp çarpıtılmadığı veya örtbas edilip edilmediği konusunda hiçbir fikir vermez. Ancak dikkatli ve şüpheci bir araştırmacının medyada kimi gerçekleri bulabileceği önermesinden yola çıkarak medyada köklü bir taraflılıktan ve gerçeklerin fiilen örtbas edilmesinden söz edilmeyeceğini kanıtladığını iddia edenlere hak vermek olanaksızdır.

Aslında bu soruya daha ayrıntılı bir çözümleme yapabilmek için; medyanın yapısal bir analizine girilmesi gerekmektedir. Medya bazı yapısal süzgeçlere sahiptir. Haberler yorumlar vs. bu yapısal süzgeçlerden geçtikten sonra zaten zararlı malzemedden büyük ölçüde arındırılmış olacak ve seçkinlerin gündemi ve çıkarıyla örtüşecektir. Yapısal süzgeçler neyin haber değeri taşıyıp taşımadığını, verilen haberlerin ya da yapılan yorumların hangi öncüller üzerine temelleneceğini belirler. Bu yanıt gazetecilerin, köşe yazarlarının, muhabirlerin ve diğer medya profesyonellerinin sistemin bilinçli ajanları olup olmadıkları sorusunu geçersiz kılar. Aslında bu habercilerin, yazarların çoğu, mesleki değerlere önem veren ve gerçekten objektif gazetecilik yaptığını inanan insanlardır. Noam Chomsky ve Edward S. Herman'a göre süzgeçler öyle bir şekilde işler ki, büyük bir taraflılık taşıyan tutumlar gazetecilerin neredeyse otomatik refleksine dönüşmüştür.

*"Yapısal süzgeçler/filtreler":*



1. Egemen medya şirketlerinin büyüklüğü, yoğunlaşmış mülkiyet, tekelci yapısı, kar yönelimli olması ve sahiplerinin serveti,
2. Reklamcılığın medyanın en önemli gelir kaynağı olması,
3. Medyanın, iki temel kaynak ve iktidar odağı olan hükümet ile iş çevrelerinden ve bunların mali destek sağlayıp onayladığı “uzmanlar”dan sağladığı bilgileri temel alması,
4. Medyayı hizaya sokmak amacıyla kullanılan bir yöntem olan “medyaya yönelik tepki üretimi” ve
5. Ulusal bir din ve denetleme mekanizması aracı olarak söz konusu ülkede dönemsel olarak öne çıkan ideoloji.<sup>90</sup>

Bu öğeler birbirleriyle etkileşim halindedir ve birbirlerini güçlendirirler.

Üzerlerinde herhangi bir işlem gerçekleşmemiş haber malzemeleri, sonunda basılmaya uygun, damıtılmış kısım elde edilinceye dek defalarca kez filtreleme işleminden geçmek zorundadır. Bu filtreler söylemin ve yorumun ilkelerini belirler, neyin öncelikle haber olabileceğini tanımlar ve propaganda kampanyalarına dönüşen sürecin temelini ve işleyişini açıklar.

Medyada bu filtrelerin işlemesiyle ortaya çıkan seçkinler egemenliği ve muhalif düşüncelerin önemsizleştirilmesi süreci öylesine doğal bir şekilde işler ki, medya haberlerini düzenleyen ve genellikle iyi niyetle, dürüstçe çalışan kişiler haberleri “nesnel bir şekilde” profesyonel haber ölçütlerini temel alarak seçip yorumladıklarına kendilerini de inandırırılar. Bu kişiler filtre kısıtlamalarının oluşturduğu çerçeve içerisinde gerçekten de nesnedirler; kısıtlamalar öyle güçlü ve sistemin içinde öyle esaslı bir yere sahiptir ki, haber seçiminde alınacak başka bir temeli hayal etmek bile güçtür.<sup>91</sup>

İstemli bir önyargı ve yönlendirmenin yarattığı bütünün varlığını görebilmek için, medya faaliyetlerine, mikro açıdan, haberleri tek tek inceleyerek yaklaşmanın yanı sıra makro açıdan da bakmak gerekir.

---

<sup>90</sup> Noam Chomsky, Edward S. Herman, **Medyanın Kamuoyu İmalatı**, İstanbul: Nemesis Kitaplığı, 2004, s.31.

<sup>91</sup> Noam Chomsky, Edward S. Herman, **Medya Halka Nasıl Evet Dedirtir**, İstanbul: Minevra Yayınları, 1998, s.22.

### 3.1. Medya Şirketlerinin Büyüklüğü, Tekelci Yapısı Ve Kar Yönelimli Olması

Küresel bağlamda tekelleşme, tek tipleşme ve sermaye yoğunlaşması süreci sadece ekonomik alan için geçerli değildir, bu süreç tüm diğer alanları, özellikle de medya sektörünü de olumsuz bir şekilde etkilemiştir.

Günümüzde, geniş kitlelere ulaşabilen bir medya organına sahip olmak büyük çaplı bir yatırım gerektirir. Dolayısıyla çağımızda ancak büyük şirketler veya sermaye grupları kitle iletişim alanında da söz sahibidirler. Medya alanında yatırım ve işletme maliyetlerinin nasıl arttığını ve bunun koskoca bir işçi sınıfı basınına nasıl ortadan kaldırdığını 19. Yüzyılın ikinci yarısında İngiltere ve Amerika Birleşik Devletleri'nde izlemek mümkündür. 1837'de kar edebilecek bir ulusal haftalık gazete çıkarmanın maliyeti İngiltere'de 1.000 sterlinin altındadır. Oysa 1867'de bir günlük gazetenin kuruluş maliyeti 50.000 sterline ulaşır. 1918'de İngiltere'de başka bir gazeteyi (Sunday Express) çıkarmak için 2 milyon sterlinden fazla para harcanır. Daha önceleri canlı bir işçi sınıfı basınına olduğu İngiltere'de 19. Yüzyılın ikinci yarısında bu radikal basının ortadan kalktığını görüyoruz. Günümüzde ise herhangi bir kitle medyası organının kuruluş maliyetleri ve sermaye büyüklükleri çok daha yüksektir.

Benzer bir durum Amerika Birleşik Devletleri'nde de geçerliydi. 1851 yılında New York'ta yeni bir gazete çıkarmak için gerekli sermaye 69 bin dolardı. 1872 yılında St. Louis Democrat gazetesi açık arttırma ile 456 bin dolara satılmıştı; 1920'lerde yerel gazeteler 6 milyon ile 18 milyon dolar arasında bir fiyatla el değiştiriyorlardı.

Yalnızca teknik donanım, maliyeti küçük gazeteler için bile yüz binlerce dolara ulaşıyordu. 1945 yılına gelindiğinde ise şöyle söylenebiliyordu: "Küçük bir gazete çıkarmak bile büyük çaplı bir işe dönüştü... (ve) artık büyük miktarda sermayeye sahip birinin bile kolayca girebileceği bir iş olmaktan çıktı, küçük sermayedarın girebileceği bir iş ise hiç değil."<sup>92</sup>

Kitle iletişim araçları aslında böyle bir stratejik öneme sahiptir. Siyasetin oluşumunda, yönlendirilmesinde medya çok büyük bir rol üstlenmektedir.

Küresel anlamda üretim araçlarına sahip olanlar, küresel düşünce üretim araçlarına da sahiptir. Küreselleşme sürecinin toplumsal anlamda yarattığı parçalanmayı yeniden üreten

---

<sup>92</sup> Chomsky, Herman, **Medyanın Kamuyou İmalatı**, s.43.

medya iletişimsel alanda yarattığı parçalanma ile toplumun kendi imgesini yakalamasını da engellemiş olmaktadır. İnternet, uydu benzeri yeni iletişim teknolojileri vb. tüm dünyada iletişim sürecini hızlandırmış ancak olumsuz olmayan bir şekilde de küresel gücün denetimi altına sokmuştur. Yeni iletişim teknolojileri tüm iletişimsel süreçleri iktidarların denetimine açık kılmaktadır. Dünya çapında iletişim politikaları belirlenmekte ve uygulanmakta, küreselleşme iletişimsel alan üzerinden kendisini tanımlamakta ve anlamlandırmaktadır.<sup>93</sup>

Tüm iletişim araçları bu bağlamda, iktidarların sesini taşımaktadır ve aynı düşüncüyü, ideolojiyi farklı şekillerde seslendiren, çok seslilik yanılması yaratan teksesli bir yapıya gönderme yapar.

*“Günümüz Medya Örgütlenmesi”:*

Şirket Oligopolü biçimindeki medya modeli, kapitalist demokrasinin doğal sistemidir. Dolayısıyla bu sistem en üst biçimine en ileri kapitalist toplumlarda özellikle, medyadaki yoğunlaşmanın ileri boyutlara vardığı, radikal demokratik modelin öğelerinin ancak toplumun kenarında var olduğu Amerika Birleşik Devletleri’nde ulaşmıştır.<sup>94</sup>

Günümüz medya endüstrisinde, ticari amaçlı büyük medya gruplarının uluslararası şirketleşme sayesinde daha da büyümesi, şirket evlilikleri, rakip olunmaya alanlardaki ortaklıklar, elektronik, turizm, eğlence ve spor gibi alanlardaki medya dışı faaliyetler, reklam anlaşmalarına dayalı işbirlikleri, resmi kaynaklarla yakın temas ve sürekli ayakta kalabilme ve daha da büyük olabilmek adına verilen ciddi rekabet, medya da yaşanan yapısal dönüşümün en açık göstergeleridir.

Bu yapısal dönüşümün, iletişimin demokratik bir şekilde işleminin önündeki en büyük engeldir.

Ayrıca medya şirketleri, profesyonel yöneticiler tarafından yönetilir ve hisse senetleri çoğunlukla borsada işlem görür. Dolayısıyla medya şirketlerinin her şeyden önce “kar odaklı” bir tutum içinde olması doğaldır. Statükonun korunmasında birinci derecede çıkarları vardır. Medya organlarının piyasayla bütünleşmesi onları çeşitli saldırılara açık hale getirir. Güçlü çıkar odaklarını rahatsız etmeleri, hisse senetlerine hızla değer kaybettirilmesi gibi bazı

<sup>93</sup> Bilgili, Akbulut, s. 30.

<sup>94</sup> Noam Chomsky, **Medya Gerçeği**, İstanbul: İmge Tüm Zamanlar Yayıncılık, 1999. s.43.

şantajlarla karşı karşıya kalmalarına yol açabilir. Medyanın giderek kârlı bir alana dönüşmesi ve hisse senetlerinin borsada işlem görmesi, medya alanı dışındaki büyük holdinglerin medya kuruluşlarının bazılarını ele geçirmesine yol açar. Örneğin ABD’de NBC televizyonu General Electric tarafından satın alınmıştır ve General Electric silah sanayi ile nükleer enerji sanayisinde önemli bir paya sahiptir. Medyanın giderek piyasa ile bütünleşmesi medya organlarını devlet, hükümet, askeriye ve reklam veren kuruluşlar karşısında "maceracı" tutumlar almamaya özen göstermeye zorlar.

*“Medya Sektöründeki Faaliyetlerin, Piyasa İlişkilerindeki Avantajları”:*

Medya alanında faaliyet göstermek, birden çok sektörde faaliyet gösteren büyük holdinglere çeşitli avantajlar sağlar. Bu avantajlar şu şekilde özetlenebilir:

1. Medya dışı sektörlerdeki yatırımların ve sermayenin güvenceye alınması
2. Çeşitli kampanyalar vs. sayesinde hükümetler üzerinde güçlü bir kamuoyu baskısı yaratacak imkânlarla sahip olmak.
3. Özelleştirme ve kamu ihalelerini kazanmak için avantajlı bir konuma sahip olmak.
4. Uygun koşullu krediler alabilmek için avantajlı bir konuma sahip olmak.
5. Ürünlerini satmak için reklam parası ödemek yerine, sahip olduğu medya kuruluşları aracılığıyla doğrudan ürünlerinin reklamını yapabilmek.<sup>95</sup>

Kitle medyasının yapılanması piramide benzer. Piramidin üst katlarında yer alan az sayıdaki holding medya organlarının büyük bölümüne sahiptir. Az sayıdaki bu medya grupları ve haber ajansları haber imalatında da bir tekel oluştururlar. Gazetelerin, dergilerin, TV kanallarının önemli bir bölümüne sahip olan medya devleri haber gündemini belirler. Daha küçük ve yerel ölçekteki medya birimleri, ulusal ve uluslararası haberler açısından bu büyük medya gruplarına bağımlıdırlar. Özellikle az sayıdaki haber ajansı karşısında medyanın geri kalan bölümü neredeyse tamamen bağımlı konumdadır. Dünya da dolaşıma giren haberlerin yüzde 80’ini uluslararası düzeydeki Batılı dört haber ajansı üretmektedir. Bunlar; Associated Press (AP), United Press International(UPI), Reuters ile Agence France-Press’ir (AFP).

---

<sup>95</sup> Taylan Doğan, “Rızanın İmalatı: Bir Propaganda Aracı Olarak Medya”, Bilim ve Toplum Dergisi, <http://www.bgst.org/keab/ManufacturingConsent.asp> ET: 02.09.2010

Örneğin ABD’de 2003 yılının Haziran ayında, Federal İletişim Komisyonu, tekelleşmeye yol açacak bir karar alarak; mevcut medya kuruluşu sahiplerinin, yeni televizyon kanalları kurma veya satın almalarının yolunu açtı.

ABD Dışişleri Bakanı Colin Powell’ın oğlu, Michael Powell’ın başkanı olduğu, Cumhuriyetçilerin çoğunlukta bulunduğu ve medya yayıncılığının ilkelerini belirleyen Komisyon’un kararı uyarınca, bundan sonra gazeteler yayınladıkları kentte televizyon kanalı kurabilecek. Mevcut televizyon şirketleri de ülke çapında sahip oldukları kanalların sayısını artıracak.

Amerika’da eski medya mevzuatı, bütün yayınların birkaç büyük grubun eline geçmemesi için, medya kuruluşlarının çok sayıda televizyon kanalına sahip olmasını engelliyordu. Yeni mevzuatla birlikte, bir tek medya grubu, ülke çapındaki televizyon kanallarının yüzde 45’ini kontrol etme şansına sahip olabilecek.<sup>96</sup>

*“Küresel Medya Stratejileri”:*

İletişim alanındaki küreselleşme ve tekelleşme, sermaye piyasalarının ulus devletlerden bağımsızlaşırken, ulusal üretimin dünya pazarına artan bağımlılığı olarak tanımlanan mali küreselleşme ile birlikte başlar. Bu sürecin birbirine bağıntılı iki anlamı vardır:

a) Bir firmanın, bir ülkenin sınırları ötesinde yatırım yapması

b) Firmaların birbirleriyle birleşerek-karışarak (Örneğin Time ve Warner Bross+AOL firmalarının birleşmesi) veya satın alarak ya da ortak girişimle uluslararasılaşmasıdır. Bu aynı zamanda, üretim ve Pazar kontrolü sayesinde karların azamileştirilmesi olanağı sağlar.<sup>97</sup>

Herman ve McChesney, küreselleşen medyanın temel özelliklerini, “medya ürünlerinin daha geniş sınırlar içerisinde dolaşımı, ulusaşırı medya holdinglerinin büyümesi ve medya kontrolünün daha merkeziyetçi hale gelmesi” biçiminde ifade etmektedir. Bugün çokuluslu bir yapıya sahip olan ama merkezlerinin çoğu Amerika Birleşik Devletleri’nde

---

<sup>96</sup> “ABD’de medya tekelleşme yolunda”, 14/05/2003, Radikal Gazetesi, <http://www.radikal.com.tr/haber.php?haberno=75114>, ET:12.10.2010

<sup>97</sup> Uluç, s.207.

bulunan dev medya firmalarının küresel medya piyasası üzerindeki hakimiyeti tartışmasız kabul edilen bir gerçektir.

David Morley ve Kevin Robins küresel medya anlayışını şu şekilde analiz ediyorlar:

“Kar ve rekabet mantığıyla hareket eden yeni medya şirketlerinin şimdi en önemli amacı, bundan böyle ürünlerini mümkün olan en geniş tüketici kitlesine ulaştırmaktır. Bu durumda da sürekli bir gelişmeci eğilim vardır ve bu eğilim durmaksızın genişletilmiş görsel/işitsel mekanlar ve piyasalar inşa edilmesi yönünde çalışmaktadır. Görsel işitsel coğrafyalar böylece ulusal kültürün sembolik mekanlarından uzaklaşmakta ve uluslararası tüketici kültürün daha evrensel ilkeleri temelinde yeniden düzenlenmektedir. İthal programların serbest ve engelsiz dolaşımı, yeni medya düzeninin en büyük idealidir. Bu öyle bir idealdir ki, bunun mantığı nihai olarak küresel programlar ve küresel piyasalar oluşturulmasına varır. Ve daha şimdiden, bu ideali gerçek kılmaya çalışan küresel şirketlerin iktidarını görmekteyiz. Yeni medya düzeni, artık küresel bir düzen haline gelmeye başladı.”<sup>98</sup>

David Morley ve Kevin Robins’in yaptıkları bu tespitler bugün fazlasıyla gerçekleşmiş durumdadır. Bugün dünyada artık küresel medya şirketlerinin iktidarını görmekteyiz. Bu küresel medya şirketleri; ya stüdyo kurup tüm dünyaya yayacakları ürünler üretiyorlar, ya üretilen bu ürünlerin dağıtımını yapıyorlar ya da donanım sağlayan bir yapı kurarak, üretilen ürünlerin tüm dünyada hızlı bir şekilde dolaşımına imkân veren altyapıyı kuruyorlar.

Bazı küresel medya şirketleri sahip oldukları gücü yetersiz bularak diğer küresel şirketlerle birleşme yoluna gitmekte, böylece güçlerine güç katarak pazar paylarını arttırmanın yollarını aramaktadır. Ayrıca eğlence ve bilgi hizmetleri sunan şirketler, güçlerini telekomünikasyon sanayisi ile birleştirdiğinde ortaya “multimedya” şirketleri çıkmakta, bu şirketler kablolu televizyon yayını ile birlikte evden alışveriş yapma bankacılık hizmetleri ve benzeri pek çok hizmeti de sunabilmektedir. Küreselleşme, medyanın hakim olduğu ekonomik gücün artmasını da beraberinde getirir.

### **3.1.1. Medyada Tekelleşme-Yoğunlaşma**

---

<sup>98</sup> David Morley, Kevin Robins, **Kimlik Mekanları: Küresel Medya, Elektronik Ortamlar ve Kültürel Sınırlar**, İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 1997, s.32.

Uluslararası sermaye ve bu sermayeyi denetiminde tutan çok uluslu şirketler medya tekeli ni biçimlendirmekte, medya tekelleri de uluslararası şartlarda örgütlenmektedir. Bu durum da, tüm medyanın dünya ölçeğinde birkaç elde toplanmasına neden olmaktadır.

Aynı medya sahiplerinin, program üreten, dağıtan şirketler kurmaları, reklam pazarlama işine girmeleri de medya sektöründeki yoğunlaşmayı arttırmaktadır. Bunların yanı sıra, medya holdinglerinin medya sektörü dışında başta finans olmak üzere birçok alanda yatırım yaptıkları da bilinen bir gerçektir.

Yogunlaşmanın nedeni, verimliliğin artırılarak karın maksimize edilmesi arayışıdır. Bu, kapitalizmin niteliğinden kaynaklanan bir gerekliliktir. Medya alanındaki yoğunlaşmanın gerisinde, endüstrileşmenin bu alanda da görülmesi yatmaktadır. İletişim endüstrisindeki ki yoğunlaşma, zaman zaman politik nedenler ve baskılar olmasına karşın; teknolojik gelişmelerden faydalanan sermaye akışının dünya üzerindeki yaygın durumundan kaynaklanmıştır.<sup>99</sup>

Piyasadaki yoğunlaşmanın özünü, 1960'lı ve 1970'li yıllarda ivme kazanan yeni iletişim teknolojilerine yapılan yatırımlarla açığa çıkan 'hız' oluşturmaktadır.<sup>100</sup>

Her alanda olduğu gibi iletişim alanında meydana gelen küresel yatırımlar sonucu ülkeler arasındaki etkileşim artmakta ve sektörel gelişim ivme kazanmaktadır. Küresel rekabetin gelişimi dev medya şirketlerini uluslararası işbirliğine, diğer şirketlerle birleşmeye ya da ortak girişimler (joint-venture) kurmaya itmektedir. Bu ortaklıklar ve birleşmeler

sayesinde teknolojik gelişim sağlamayı, karşılıklı dayanışma için-de olmayı beklemektedirler.

---

<sup>99</sup> Ömer Özer, **Medya Alanında Tekellesme: Ankara'daki Muhabirlerin Tekellesmenin Sonuçlarına Yönelik Değerlendirmeleri**", *Medya Okuryazarlığı*, İstanbul: Kalemus Yayınları, 2007, s.166.

<sup>100</sup> Adaklı, s.38.

İki ya da daha fazla tüzel kişinin bir araya gelerek, kararlaştırdıkları belirli bir yatırım projesi için birlikte hareket etmek üzere oluşturdukları ortak işletme yapısına, joint venture adı verilmektedir.

Örneğin, iki firmanın değişik hisse oranlarıyla, kendi ülkelerinde ya da yabancı bir ülkede kurdukları yeni bir firma joint venture kapsamına girmektedir. Bu tür girişimin; yerel teknolojiye daha gelişmiş bir yabancı teknolojinin desteğini sağlaması, yabancı firma için ise yerel firmanın katkısı ile kendisine yabancı bir piyasaya daha kolay uyum sağlaması ve piyasanın keşfi açısından bir takım avantajları bulunmaktadır. Ancak, ortak girişimin çoğunlukla pek tanınmayan piyasalarda yapılması nedeniyle yüksek bir yatırım riski üstlenilmesi açısından dezavantaja sahiptir. Örneğin ekonomik açıdan düzenin tam olarak sağlanamadığı ülkelerde joint-venture tarzı girişimler bir takım riskler taşımaktadırlar.

Giderek büyüyen ve genişleyen dev medya şirketleri ya kurdukları ortaklıklarla ya da doğrudan satın almalarla yeniden yapılanarak küresel medya ortamının birer parçasını oluşturmaktadırlar.<sup>101</sup>

İletişim alanında oluşan tekelci yapılanmanın bir başka sonucunu Ersan İlal şöyle yorumlamaktadır: “Gelişmiş ülkelerde ulusal yapılarda oluşan bu yığınsal iletim tekelleri, uluslararası ölçekte çok uluslu şirket olgusuyla birleşerek, gelişmesi engelenmiş bölgelerde oluşmuş siyasal yapılarda ve özellikle bu bölgelerdeki yöresel ve ulusal kültürler üzerinde çok büyük sorunlar yaratmaktadırlar.”<sup>102</sup>

### **3.1.1.1. Medyada Tekelleşme ve Yoğunlaşmanın Çeşitleri**

Pazarbaşı.B ve Yılmaz.G medya sahipliğindeki bu yoğunlaşmayı şu şekilde açıklamaktadır:

---

<sup>101</sup> Ceyda Ilgaz Büyükbaykal, “Küresel Medya Yapılarının Yoğunlaşması”, İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi – 2008 - Sayı:31 s.46.

<sup>102</sup> İlal, s.33.



Bunlardan ilki monomedyaya yoğunlaşması olarak adlandırılan yatay entegrasyondur. Bu radyo, televizyon ya da basın gibi tek bir sektörde sahipliğin yoğunlaşması anlamına gelmektedir. Yatay tekelleşmede aynı türden medya işletmelerinin mülkiyeti aynı çatı altında toplanır. Bir grubun birden fazla gazeteye sahip olması yatay tekelleşmedir.

İkinci yoğunlaşma şekli ise dikey entegrasyondur ve bir medya ürününün arz zincirinin farklı evreleri boyunca ortak sahiplik olarak tanımlanmaktadır. Dikey medya entegrasyonu, televizyon ve radyo yayıncıları ile ilişkili oldukları program üretici firmalar ve dağıtım pazarları arasındaki sahiplik ve sermaye entegrasyondur. Grup, izleyiciye sunduğu ürünün (gazete, dergi, radyo, televizyon) hammadde temini, haber toplaması, baskı, pazarlama ve dağıtım gibi tüm aşamaları kendi bünyesinde toplar. Böylece maliyet ve fiyat düşüşü sağlayarak, diğer gruplara karşı rekabet gücü ve üstünlük kazanır.

Çapraz medya yoğunlaşması ise bazen çoklu medya yoğunlaşması olarak da adlandırılan televizyon ve radyo yayıncıları ile basın ve internet yayıncıları gibi diğer medya

un-surları arasındaki sahiplik ve sermaye entegrasyondur. Yani farklı türden medya

işletmeleri (gazete, dergi, radyo, televizyon, kitap, sinema, internet, ajans) aynı grubun mülkiyetinde toplanır. <sup>103</sup>

Ultra çapraz tekelleşmede ise, grubun medya dışında da, akla gelebilecek her sektörde yatırımları vardır. Grubun medya işletmeleri, karı azamileştirmek için, öteki gruplara ve gerektiğinde siyasi yapıya karşı hem kılıç hem kalkan işlevini yerine getirir. <sup>104</sup>

Küreselleşme evresinde üretici güçlerin ve özel olarak iletişim teknolojilerinin gelişmesi sonucu tekelleşme süreci küresel ölçekte ilerlemekte, medya işletmeleri az sayıda elde toplanmaktadır. Klasikleşmiş bir örnekle söylemek gerekirse, Ben Bagdikian, The Media Monopoly adlı kitabının 1983 tarihli ilk baskısında, dünya medyasını 50 holdingin kontrol

---

<sup>103</sup> Betül Pazarbaşı, Gülay Akgül Yılmaz, “Küreselleşme Sürecinin Medya Endüstrisine Yansıması”, Vedat Demir-Pınar Eraslan Yayınoglu (Editör), **İletişim Yansımaları Gerçekler ve Uygulamalar**, ss.233-256.

<sup>104</sup> Rahmi Yıldırım, **Dördüncü Kuvvet Medya**, İstanbul: Karınca Yayınları, 2010, s.59.

ettiği yazmıştı. Kitabın 1996 tarihli beşinci baskısında bu sayı 10'a, 2004 yılındaki baskısında 5'e düştü.<sup>105</sup>

Medyada tekelleşmenin somut hale geliş biçimini ikiye ayırabiliriz. Birincisi medyanın kamu hizmeti görüşüyle gelen kamu tekeli olarak örgütlenmesidir. İkinci biçimde ise medyada tekelleşme özel şirketlerin kapitalist pazarda arz, dağıtım ve talep üzerinde kontrol kurmasını getiren çeşitli stratejilerle büyümenin bir sonucudur.

Adam Smith'in temelini attığı görüş kapitalizmin tekelci doğasına ve Avrupa, Amerika ve diğer kapitalist ülkelerde firmaların tekelleşmesi ve uluslararası dev şirketlerin gelişmesine rağmen, hala bu yaklaşımın temel varsayımı olarak devam etmektedir. Amerika'da ve diğer ülkelerdeki anti-tröst yasalar, bu yasalara dayanarak açılan davalar ve devleşen şirketlerin bölünmeleri "serbest pazar" ideolojisini destekleyen örnekler olarak sunulmaktadır. Dikkat edilirse, tekel konusu klasik-liberal ve onun küresel pazar koşullarını açıklayan yeni liberal görüşte pazarda "serbest rekabet koşullarını" korumanın garantisi olarak, devlet ve özel sermayenin tekelci kontrolüne karşıtlık olarak öne sürülmektedir. Böylece sorun sermayenin temerküzü ve bunun önlenerek serbest pazar koşullarını koruma mücadelesi olarak biçimlendirilmektedir. Bu çerçeveye uygun olarak kapitalist pazarın dünya egemenliği beraberinde getirdiği deregülasyon, özelleştirme, global-yerelleşme ve demokratikleşme gibi yönetsel ve ideolojik biçimlendirmelerle süslenen bir küreselleşme açıklamasını getirdi. Aynı anda, küreselleşme ile uluslararası şirketler ulusal devletlerden güçlü ve onların üstünde, onları kontrol eden, onlarla işbirliğindeki yapılara dönüştüler. Küresel "serbest pazarda" uluslararası sermaye ve onların ulusal-yerel ortakları "serbest" olurken, çevre, kaynaklar ve emek bu serbest sömürünün "serbest pazarı" oldu. Bu "serbest pazarı" kontrol eden şirketler arasında iletişim işiyle uğraşan şirketler ön sıralarda gelirler. Bu şirketlerin diğer şirketlerden çok önemli bir farkı vardır: Diğer şirketler kontrol ettikleri örgütlü yer ve zamanda materyal ilişkilerle hem maddeyi hem de düşünselini üretirler. İletişim şirketleri düşünseli üretme işini materyal üretimin yapıldığı örgütlü yer ve zaman dışına taşır. Bu taşıma ile iletişim şirketleri materyal çıkarlarını gerçekleştirirken, aynı zamanda kendi varoluşlarının koşulu olan üretim biçimini destekleyen bilincin de sürekli

---

<sup>105</sup> Raşit Kaya, **İktidar Yumağı**, Ankara: İmge Kitabevi, 2009, s.145.

üretilmesi işini yaparlar. Özlüce, iletişim şirketleri iletişimle ekonomik fayda sağlama ve bilinç yönetimi işini yaparlar.<sup>106</sup>

1990'lı yıllardan itibaren iletişim teknolojilerindeki gelişmeler ve yenilikler beraberinde medya alanında yoğunlaşmaları getirmektedir. Bu firmaların özellikle satın almaları genellikle yerel ve küçük olanı yutma biçiminde olmaktadır. Buna direnebilenler ise oldukça azdır. Bu firmalar artık iletişimin her alanına el attıkları gibi iletişim dışı sayısız alanda iş yapmaktadır. Örneğin tekelleşmede, dünyadaki egemen yönelim, iletişim şirketleriyle iletişim dışı şirketlerin birleşmesi biçiminde olmaktadır. Böylece iletişim sektörü artık diğer endüstrilerle ilişkisini sadece reklam endüstrisinden geçerek gerçekleştirmemektedir. Dolaylı iç içelik artık doğrudan hale gelmiştir. Bu durum örneğin gazeteleri tüketim mallarının reklam ötesinde doğrudan pazarlamasını getirmiştir.

Son yıllarda yaygınlaşan küresel medya devleri arasındaki şirket evlilikleri sonucunda ise iletişim alanındaki gelişmeler birkaç dev küresel şirketin tekeline girmiştir. Küresel medya

devleri yatay, dikey, çapraz bütünleşmeler ve şirket evlilikleri sonucunda kazançlarını her

geçen gün daha da arttırmaktadırlar.

### **3.1.1.2. İfade Özgürlüğü ve Demokratik Çoğulculuk**

Liberal yaklaşım medya tekelinin sadece serbest pazar için tehlikeli olduğu iddiasıyla gelmez, aynı zamanda “çoğulcu demokrasinin çoğulcu fikirler ortamına sahip olduğu” ve tekelin bu ortam için tehlikeli olduğunu ileri sürer. “Eğer sayıca çok firma olursa, sayıca çok düşünce üretilir” fikrine dayanan bu görüş oldukça geçersizdir; çünkü aynı üretim tarzındaki niceliksel çokluk asla niteliksel farklılığı ifade edemez. Dolayısıyla, medya tekelinin olması veya olmaması ideolojik bağlamda, düşünsel bağlamda bir demokratik çoğulculuk yaratmayacaktır. Ayrıca günümüzdeki tekellere bakıldığında, tekeller küçük olandan çok daha fazla kaynakları kullanma kapasitesine sahip olduğu ve farklı kitlelere ulaşmak ve onları

---

<sup>106</sup> Cihaneri Erciyes, “Medya Siyaset İlişkilerinde Etik Sorunlar ve Türk Basını”, Türkiye ve Siyaset Dergisi - Eylül-Ekim 2001, ss.24-26.

şekillendirmek gerektiği için, çok daha planlı bir şekilde çoğulculuk ideolojisini ve görünümünü verecek üretim yapabilir ve de yapmaktadır.

Potansiyel veya gerçek alternatifin varlığı, o sistemi demokratik veya özgür yapmaz. “Alternatif olmazsa daha kötü değil mi?” sözü ise iyinin yok edildiği veya olmadığı yerde sahtenin ve kötünün kendini iyi ve gerçek olarak satmasına yardım eden meşrulaştırma mekanizmalarından biri olarak işlev görür. Amerika gibi gerçek anlamda enformasyon bolluğunun olduğunun iddia edildiği bir yerde bile, seçmenlerin ve tüketicilerin tercihleri çoğulcu bir karakterden çok uzaktadır. Dolayısıyla, temel sorun tekel olması veya olmaması değil, üretim biçimi ve ilişkilerinin egemen doğasıdır. Liberal yaklaşımın bu bağlamdaki düşüncesine göre, tekel durumunda insanların düşüncelerini ifade kanalları birkaç firmanın eline geçmekte, böylece ifade özgürlüğü ortadan kalkmaktadır. Böylece sorun ekonomik yoksun bırakma ve kontrol temelinden alınıp, düşünsel ve soyut özgürlük alanına taşınarak ciddi bir saptırma ve bilinç yönetimi yapılmaktadır. Tekeller yerine çok firma olması bu ifade özgürlüğünün asla garantisi olamaz, çünkü çok firmanın olması çok firmanın ifade özgürlüğüdür, çok insanın değil.

Tekelleşen yapının kabul edilmez bulduğu görüşler ifade edilememekte, düşünce özgürlüğü kısıtlanmaktadır.<sup>107</sup> Böylesi bir yoğunlaşmanın sonuçlarından belki de en önemlisi ise, içerikteki türdeşleşmedir. Yoğunlaşma, kültürel ürünün tek tipleşmesine neden olmaktadır.<sup>108</sup> Medyanın reklama olan bağımlılığı nedeniyle, işçilerin ve tüketicilerin sorunlarına yer vermemekte, bağlantılı oldukları firmalar paralelinde gündem belirlemektedirler. Bu süreçte, medya çalışanlarında da özellikle ekonomik konularda olmak üzere merkeze kayma, daha fazla tutucu olma eğilimleri gözlenmektedir.<sup>109</sup>

### **3.1.1.3. Medyanın Öznel Seçiciliği**

Kitle iletişim araçları, bazı haber konularını seçer ve bu konulara yer verirken izleyicilerin bu konuları ne derece önemsemeyeceklerini de belirlemektedir. Diğer bir deyişle kitle iletişim araçlarınınca konulara verilen önem derecesi ile aynı konulara kamunun verdiği önem derecesi arasında nedensel bir bağ olduğu varsayılır. Kitle iletişim araçları gündemi

---

<sup>107</sup> Orhan Çekiç, “Türkiye’de Basın İşletmelerinde Oligopolleşme Süreci ve Promosyon, Tiraj, Reklam İlan ve Dağıtım Etkenlerinin Analizi”, Marmara Üniversitesi, Doktora Tezi, İstanbul, 2003.

<sup>108</sup> Özer, s.177.

<sup>109</sup> Özer, s.180.

şekillendirmekte ve yönlendirmektedir. Bunun sonucu olarak bireylerin sosyal gerçek hakkındaki düşünceleri oluşmaktadır. Kitle iletişim araçlarının etkileme gücü uzun vadede bireylerin çevresi hakkındaki düşüncelerinin şekillenmesinden kaynaklanmaktadır.<sup>110</sup>

#### 3.1.1.4. Medya-Siyaset İlişkileri, Siyasetin Medyaya Etkileri

Bir başka önemli yapısal bağlantı da, medya şirketlerinin hükümete olan bağımlılığı ve hükümetle olan bağlantılarıdır. Tüm radyo-TV şirketleri ve şebekelerinin hükümetin vereceği ruhsat ve izinlere ihtiyacı vardır., dolayısıyla hepsi hükümetin denetimine ve baskılarına açık durumdadırlar. Bu teknik ve hukuki bağımlılık medyayı hizaya sokacak bir sopa olarak kullanılmıştır ve medya politikası, kurulu düzen doğrultusundan sık sık sapacak olursa, bu tehdit harekete geçirilebilir.<sup>111</sup>

Örneğin FBI, 2004 Ekim ayında, alternatif medya ağı olan Indymedia'ya bağlı 20 siteyi hiçbir gerekçe göstermeden kapattı. Başta küreselleşme karşıtları olmak üzere çeşitli sosyal adalet konularındaki haberleriyle tanınan Indymedia'nın İngiltere'deki iki sunucusuna el konma nedeni açıklanmadı, ancak FBI İtalyan ve İsviçreli adli mercilerin istediği üzerine harekete geçtiklerini duyurdu.

Indymedia'nın sunucuları Rackspace adlı Amerikalı Web Hosting şirketi tarafından işletiliyordu. İngiltere'de de şubesi bulunan Rackspace geçen perşembe kendilerine ABD'deki bir mahkemeden gelen emir doğrultusunda İngiltere'deki iki sunucusunu kapattığını belirtti. Rackspace yetkilileri yasalara karşı gelmeyen bir şirket olduklarını belirterek, uluslararası işbirliğine gittiklerini söyledi.

FBI söz konusu kapatma kararından bir ay önce de Indymedia'dan İsviçre'deki G-8 zirvesi sırasında gizli polislerle ilgili haberini siteden çıkarmasını istemişti.<sup>112</sup>

Yine CNN'in savaş muhabiri Christiane Amanpour, CNBC televizyonunda "Tina Brown ile Bir Konu" adlı açık oturumda, Irak savaşı sırasında Amerikan medyasının Beyaz

---

<sup>110</sup> Nurettin Güz, "Türk Basınında Gündem Oluşturma" Yeni Türkiye, 1996. S.12, ss.982-996.

<sup>111</sup> Chomsky, Herman, **Medya Halka Nasıl Evet Dedirtir**, s.46.

<sup>112</sup> "ABD'den bağımsız medya ağına darbe", 11 Ekim 2004, Hürriyet Gazetesi, <http://webarsiv.hurriyet.com.tr/2004/10/11/535149.asp> ET:02.09.2010

Saray'ın korkutmalarına boyun eğerek kendi kendini sansürlediğini ve ABD yönetimini sorgulamadığını öne sürdü. Amanpour'un bu sözleri, Amerikan medyasının büyük bölümünün, savaşı izlerken Bush yönetiminin resmi çizgisine sıkı biçimde sadık kaldığı yönünde yapılan eleştirilere bir yenisini ekledi.

USA TODAY gazetesinin haberine göre, "Irak savaşı sırasında hem basın ağzı kapatıldı, hem de basın kendi ağzını bağladı" diyen Amanpour, "yayınlarla ilgili olarak korku ve kendi kendini sansür ortamı yaratan Bush yönetimi ile onun Fox televizyonundaki askerlerinin, CNN'e gözdağı verdiğini" iddia etti. Amanpour, oturumu yöneten Tina Brown'un "savaş sırasında yayımlanmadığı bir haber olup olmadığı" şeklindeki sorusuna karşılık şu yanıtı verdi:

"Sözünü ettiğim sorun, haber yapıp yapamayacağınız sorunu değil, haberi nasıl yaptığımız, yani tonlama sorunu. Sorgulayıcı olma, gerçek soruları sorma sorunu. Bence yönetimden istihbarata ve gazetecilere kadar hiç kimse yeterli ve doğru soruları sormadı. Örneğin kitle imha silahları konusunda. Yani en üst düzeylerde bir yanlış bilgilendirme (dezenformasyon) yapıldı gibi görünüyor."

Aslında CNN'in savaş muhabirinin ne kadar haklı olduğunu, Bush'un piyadesi olmakla suçladığı Fox Televizyonu sözcüsü Irena Briganti'nin kendisi ispatlıyor. Briganti, Amanpour'un yorumuyla ilgili olarak yaptığı açıklamada, "Eğer tercih yapmamız gerekirse (Amanpour'u kastederek) El Kaide'nin sözcüsü olmak yerine, Bush yönetiminin askerleri olmayı yeğleriz" diyerek aslında gazetecilik mesleğine ve tarafsızlığa nasıl bir gözle baktığını anlatıyor.<sup>113</sup>

Yine bağımsız gazetecilik ve medya siyaset ilişkilerinin yapısal dönüşümüyle ilgili olarak çeşitli örnekler sıralayabiliriz. . Los Angeles Times gazetesinin elindeki belgelere göre, ABD'nin işgalin ne kadar gerekli olduğuna dair haber yayımlamaları için Irak basınına gizlice para akıttığı ortaya çıktı. 'Enformasyon Operasyonları Görev Gücü'nün kaleme aldığı haberler, bağımsız gazetecilerin işiymiş gibi Irak basınına verildiği, haberlerde direnişçiler yerilip ABD askerleri övülürken, özgür ve demokratik Irak'ın doğduğu propagandası yapıldığı

---

<sup>113</sup> "Medya Bush'un askeri oldu", 21 Nisan 2007, Milliyet Gazetesi, <http://www.milliyet.com.tr/medya-bushun-askeri-oldu/dunya/haberdetayarsiv/02.09.2010/18478/default.htm>

iddia edilmektedir. Pentagon'un bu operasyondaki taşeronu, Washington merkezli Lincoln Group. Haberler, bu firma aracılığıyla medyaya pazarlanıyor.

Skandal, ABD Dışişleri'nin Iraklı gazetecileri 'Batılı medya etiği' eğitiminden geçirdiği sırada patlak verdi. Belgelere göre, 2 Ağustos'ta El-Dustur'daki 'Irak'ın kalkınmasına para akıyor' haberi 1500 dolar karşılığı yayımlanmış. 'Yolsuz' siyasi Ahmet Çelebi'nin El-Muteber gazetesinde 6 Ağustos'ta yayımlanan 'Terörizme rağmen Iraklılar yaşamakta direniyor' haberine 50 dolar ödenmiş. El-Mada çalışanları da şu vakayı anlattı: "30 Temmuz'da deste deste dolarla ofisimize gelen bir kişi 'Teröristler Sünni gönüllülere saldırdı' haberini yayımlatmak istedi. Parayı peşin ödeyip fatura istemedi." Lincoln'ün kayıtlarına bu miktar 1200 dolar olarak geçmiş.

Önceden Iraqex diye bilinen Lincoln Group, ABD üslerinin bulunduğu ülkelerde enformasyon savaşı için kullanılan şirketlerden sadece biri. Grupla beş yıllığına 100 milyon dolarlık anlaşma imzalandığı belirtiliyor.<sup>114</sup>

Sonuç olarak; "Egemen medya şirketleri çok büyük işletmelerdir; mülk sahiplerinin ve piyasa ile kâr amacı güden diğer güçlerin kesin kısıtlamalarına tabi olan çok zengin kişiler veya yöneticiler tarafından kontrol edilirler, bu şirketler, bankalar ve hükümetle de sıkı sıkıya kenetlenmişlerdir ve bunların hepsiyle önemli ortak çıkarları vardır. Haberin seçimini etkileyecek ilk güçlü süzgeç budur"<sup>115</sup>

Siyaset, sermaye ve medya genellikle birbirlerinden karşılıklı olarak yarar sağlayan bir yaşam içinde oldukları için, editöryal kadro , kendisine maaş veren patronun, reklam verenlerin ve siyasetin beklentileri doğrultusunda haberler üretir. Siyaset-sermaye-medya ortaklaşması, medya sermayesi güçlü değilse, embedded (iliştirilmiş) olarak yaşanır. Bu ilişkiler çerçevesinde iliştirilmiş halde var olabilen medya, siyasete ve piyasaya yamanmış durumdadır.

### **3.2. Kitle Medyasının Temel Gelir Kaynağının Reklamlar Olması**

Kitle medyası, görünüşte okuyucu/izleyicinin satın aldığı bir tüketim nesnesidir. Gerçekte ise, okuyucu/izleyicilerin (malın), reklam veren büyük şirketlere (satın alıcılara)

---

<sup>114</sup> "ABD para verip haber bastırıyor", 1 Aralık 2005, Radikal Gazetesi, <http://www.radikal.com.tr/haber.php?haberno=171609>

<sup>115</sup> Chomsky, Herman, **Medya Halka Nasıl Evet Dedirtir**, s.47.

satıldığı bir pazar veya piyasadır. Reklam veren kuruluşlar, kitle medyasına ödedikleri reklam paralarıyla, ürünlerini tüketecek toplumsal kesimlere erişimi satın almış olurlar. Reklamların, pratikte kitle medyasının onsuz ayakta kalamayacağı bir "iş yapma ruhsatı" olması, medyayı pek çok açıdan etkiler.

Reklamlar hangi medya kuruluşunun ayakta kalacağını belirleyecek kadar önemlidir. Örneğin, 19. yüzyılın ikinci yarısında İngiltere’de gazetelerin yaygın şekilde reklam almaya başlaması, medya yapısını önemli ölçüde şekillendirmişti. Reklamcılığın medya piyasasında etkili olmaya başlaması, reklam çeken gazetelerin satış fiyatlarını nüsha maliyetinin çok altına çekilebilmesini sağlamıştı. Bu durum, yeterince reklam alamayan gazeteleri, yani işçi sınıfı basınını zor durumda bırakmıştı. İşçi sınıfı basının reklam alamaması, öncelikle okuyucularının tüketim düzeyinin düşük olmasıyla ilgili bir sorundu. Reklam alamayan gazetelerin fiyatları yüksek kaldı, böylece satışları düştü ve satışları yeniden yükseltebilecek çekici özellikler edinebilmeleri, ellerindeki sermaye birikiminin azalmasıyla zorlaştı. Dolayısıyla, hangi gazetenin tercih edileceğine artık nihai tüketici olarak okur değil, reklam veren kuruluşlar karar vermeye başladılar.<sup>116</sup>

“Reklam veren kuruluşların desteği olmadığı takdirde, gazeteler ekonomik açıdan yaşayamayacakları için, bu kuruluşlar fiilen ruhsat verme yetkisini elde etmişlerdir.”

Reklamcılığın gücü 2.Dünya Savaşı sonrası sosyal demokrat İngiliz basınına da büyük darbe indirmiş ve Daily Herald, News Chronicle ve Sunday Citizen toplam olarak günde ortalama 9.3 milyon okuyucuya sahip oldukları halde 1960-1967 yılları arasında kapanmış ya da sistem tarafından yutulmuşlardır.

Medya araştırmacısı James Curran’ın belirttiği gibi “Daily Herald son yılında sahip olduğu 4.7 milyon okuruyla, The Times, Financial Times ve Guardian gazetelerinin toplam okurlarının neredeyse iki katına sahipti.” Herald’ın yok oluşu, aynen News Chronicle ve Sunday Citizen’in yok oluşu gibi, reklam desteğinin olmayışından kaynaklanan bir boğulmaydı. Günlük ulusal trajin % 8.1’ini elinde tutan Herald, net reklam gelirinin sadece % 3.5’ini elde ediyordu.<sup>117</sup>

---

<sup>116</sup> Taylan Doğan, “Bilim ve Toplum Dergisi, Rızanın İmalatı: Bir Propaganda Aracı Olarak Medya”, <http://www.bgst.org/keab/ManufacturingConsent.asp> ET: 02.09.2010

<sup>117</sup> Chomsky, Herman, **Medya Halka Nasıl Evet Dedirtir**, s.49.



Medyanın iş yapma ruhsatı olarak tanımladığımız reklam, ana-akım medya içinde büyük bir rekabete yol açar ve bu rekabet genellikle tekelleşmeyle sonuçlanır. Satış rakamlarını ve reklam pastasından aldığı payı arttıran medya organı, rakipleri karşısında saldırgan bir promosyon kampanyası başlatır ve karşı tarafı, azalmakta olan geliriyle başa çıkamayacağı ek masraflar yapmaya zorlar. Bu sürecin bir yerinde, bazı medya organları piyasadan silinirler.

Kitle medyasının ancak reklam gelirleriyle yaşayabilmesi, reklam veren büyük şirketleri medyanın "patronları"na dönüştürür. Örneğin TV'lerde büyük şirketler ya program aralarına konan reklamlar için para öderler veya doğrudan bazı programların sponsorluğunu üstlenirler. Bu durum, TV programcılığının niteliğini ciddi şekilde etkiler.

"Seri üretimin" artması ve serbest piyasa ekonomisinin dünyada daha etkin hale gelmesiyle birlikte reklâmcılıkta inanılmaz bir yükselişe geçmiştir. Reklâm pastasının giderek büyümesi, radikal fikirlerin ortaya konulduğu basın ürünlerine devlet baskısının yapamadığını yapmaktadır. Haber endüstrisi yaşamını sürdürebilmek için reklâm verenlere muhtaç durumdadır. "Haberin içeriğine haberin sunuşuna gizli ya da açıktan müdahale etmektedirler. Haber medyaları, bir reklam vereni kızdırmamak için belli bir haberi yapmaktan vazgeçebilmektedirler. Ya da bunun tersi, aslında haber değeri olmayan olaylar, reklam vereni memnun etmek için haber haline getirebilmektedir."<sup>118</sup>

Reklâmın önemi ortaya çıkmadan önce, gazeteler kendi maliyetlerini fiyatları ile karşılayabilmektedir ancak reklâmla birlikte birçok gazete fiyatlarını maliyetlerin altında tutarak daha fazla kişiye ulaşmak suretiyle reklâm verenleri çekme çabasına girmektedir. İşte bu çaba, ideolojik fikir gazetelerinin sonunu hazırlamıştır. Reklâm alamayan bu gazeteler, fiyatlarını düşürmek gibi bir imkânları bulunması nedeniyle kan kaybına uğramaktadır. Günümüzde de durum bundan farksız değildir. Yüzyılımızda, radikal fikirlere sahip gazete ve dergi gibi basılı ürünleri tirajları daima en alt sıralardadır ve hayatta kalma mücadelesi vermektedir. Özetle, "Kitle iletişim araçları, düz okur ve izleyiciyi değil, alım gücü olan okur ve izleyiciyi kendine çekmeye çalışır; ondokuzuncu yüzyılda olduğu gibi günümüzde de reklâm veren kuruluşların ilgisini çekenler zengin okur ve izleyicilerdir. Geniş çaplı bir okur ve izleyici kitlesine sahip olma hedefinin kitle iletişim araçlarını "demokratik" olamaya

---

<sup>118</sup> Mustafa Şeker, **Televizyon Haberciliği**, Konya: Selçuk Üniversitesi Vakfı Yayınları, 1999, s.35.

zorladığı fikri daha en baştan hatalıdır: Çünkü medyanın hedeflediği şeyin politikadaki eşdeğeri, oy ağırlığının, seçmenlerin gelir seviyelerine göre belirlendiği bir seçim sistemidir!”<sup>119</sup>

Okuyucuların metaya dönüştürülmesi söz konusudur ve adeta reklâm verenlere “okuyucu profili” adı altında okurlar maddi bir değeri olan malmışçasına pazarlanmaktadır.

Gazete yayıncılığını bir şirkete dönüştüren şu gelişmeler olmuştur:

- 1) Siyasal enformasyonla gündelik olaylar arasındaki önceliği tersine çeviren ve haberi bir meta olarak gören ticari gazeteciliğin ortaya çıkışı,
- 2) Üretim maliyetlerinin büyük kısmını karşılayarak gazeteyi satış fiyatının boyunduruğundan kurtaran reklamların desteğiyle gazetelerin gelişmesi,
- 3) Basım tekniklerindeki, aktarım ve nakliye araçlarındaki üretim süresini azaltan, dağıtım çapının genişletilmesine imkan veren ilerleme.

Böylece bir kısır döngü oluştu. Ekonomik imkanların artması –araç kalitesinin artması-dağıtımın artması-ilanların artması-ekonomik imkanların artması.<sup>120</sup>

Bu nedenlerle, "iş yapma ruhsatı" olarak reklamlar, kitle medyasının yayıncılık politikasını belirleyen ikinci süzgeçtir.

### **3.2.1. Sahiplik Yapısı**

Medya kuruluşları birçok alanda ekonomik girişimlerde bulunarak giderek genişlemektedirler. Günümüzde dünya çapında medya alanında dev kuruluşlar birçok alana yatırım yaparak genişlemelerini sürdürmektedirler. Batı dünyasında büyük şirketler arasındaki birleşmeler, el değiştirmeler, iletişim sektöründe dev kuruluşların oluşmasına neden olmuştur. Bu dev medya kuruluşları gerek yazılı, gerek görsel medyada giderek büyürken sinema, müzik ve yayıncılık alanlarını da bünyelerine eklemektedir.

---

<sup>119</sup> Chomsky, Herman, **Medya Halka Nasıl Evet Dedirtir**, s.53.

<sup>120</sup> Enrico Morresi, **Haber Etiği, Ahlaki Gazeteciliğin Kuruluşu ve Eleştirisi**, Ankara: Dost Kitabevi, 2006, s.81.

Günümüzde dünya medyasını kontrol eden gruplar, Time Warner Bross+AOL, Walt Disney, Nes Corporation, NBC Universal, Viacom diye sıralanmaktadır. Saydığımız gruplar, dünyadaki televizyon ve film stüdyolarının, gazetelerinin, dergilerin, kitap yayın kuruluşlarının, reklam ve müzik şirketlerinin, sinema salon zincirlerinin, eğlence parklarının, internet portallarının neredeyse tamamına sahiptirler.

Örneğin Time Warner Bross+AOL kuruluşlarının birleşmesiyle oluşan AOL/Time Warner; CNN dahil 15 televizyon kanalının, People, Life, Time dahil 64 derginin, Warner Bros, New Line dahil olmak üzere 3 sinema stüdyosunun, America Online, Netscape dahil 4 internet şirketinin sahibidir. Burada da görüldüğü gibi küresel medya devleri birbirleriyle yaptıkları ortaklıklarla kablolu yayın, televizyon ve sinema alanlarında konumlarını daha da sağlamlaştırmaktadırlar. Bütün bu örneklerden anlaşıldığı gibi medya patronları sektörün hemen her alanında etkinlik göstermektedirler. Televizyon kanalı sahibi olan medya patronlarının aynı zamanda radyo kanalı, gazete, dergileri ve ayrıca dağıtım şirketleri bulunmaktadır. Bunların yanı sıra, medya patronlarının medya sektörü dışında başka alanlarda da çeşitli yatırımlar yaptıkları bilinen bir gerçektir.

Elbette uluslararası şirketlerde iletişim sektörüyle diğer sektörlerin evliliği çok daha ciddi sonuçlar getirecek biçimde olmaktadır. Örneğin General Electric ile Amerikan National Broadcasting Corporation (NBC) arasındaki birleşme teknoloji ile içerik arasındaki tarihsel “synergy” olarak bilinir. NBC’nin 5 milyar dolarlık satış gelirleri medya standartları bağlamında oldukça büyüktür, fakat General Electric’in 80 milyar dolarlık geliri yanında yüzde 6,5’den az kalmaktadır. Fakat birleşme ile birlikte elde edilen güçle NBC radyo ve televizyon sahipliği ötesine geçerek kablo ve uydu televizyonu işine girdi. Kablo kanalları satın aldı ve yarattı; diğer firmalardan önemli hisseler satın aldı.<sup>121</sup>

Şimdi artık tek bir sermaye grubu gazeteye, dergiye, televizyon ve radyo şirketlerine, film yapım şirketlerine, sinemalara, televizyon programlarına, kablo yayınlarına ve kitaplara sahip olmaktadır. Bu sahiplik multi-medya ve multi-ulusal biçimdedir.

### **3.2.1.1. Medyanın Mülkiyeti ve Rupert Murdoch Örneği**

---

<sup>121</sup> Alemdar, Erdoğan, s.56.

Medya sahiplerinin, program üreten, dağıtan şirketler kurmaları, reklam pazarlama işine soyunmaları da medyada yoğunlaşmayı arttırmaktadır. Bunların yanı sıra medya sahiplerinin medya sektörü dışında da finans başta olmak üzere stratejik alanlarda yatırım yaptıklarını da görüyoruz.

Medya sahiplerini hem medya sektöründe hem de medya dışı stratejik alanlarda devasa ekonomik güce sahip olmaları, beraberinde pek çok sakıncalı durumu da getirmektedir.

Her şeyden önce, medya dışı alanlarda yatırım yapan medya sahiplerinin mutlaka siyasal iktidar ile "iş ilişkisi" bulunmaktadır. Böyle bir ilişki biçiminde, ya medya sahipleri ellerinde bulundurdukları "medya gücünü" kullanarak menfaat sağlama yoluna gidebilmekte, ya da siyasal iktidarlar "medyayı kontrol altında tutabilmek amacıyla" medya sahipleri lehine hukuka uygun olmayan bir takım işler yapabilmektedirler.

Her iki durumda da medya-siyaset ilişkisinde etik dışı durumlar ortaya çıkabilmektedir. Medyada tekelleşme olgusu arttıkça ve medya sahiplerinin medya dışı alanlarda faaliyet göstermeleri devam ettikçe, bu etik kurallara aykırı davranış biçimlerinin süreceği de bilinmelidir.<sup>122</sup>

Günümüz Amerikan medya endüstrisinde; ticari amaçlı büyük medya gruplarının uluslararası şirketleşme sayesinde daha da büyümesi, şirket evlilikleri, rakip olunmayan alanlardaki ortaklıklar, elektronik, turizm, eğlence ve spor gibi alanlardaki medya dışı faaliyetler, reklam anlaşmalarına dayalı işbirlikleri, resmi kaynaklarla yakın temas ve sürekli ayakta kalabilme ve daha da büyük olabilmek adına verilen ciddi rekabet, dikkati çeken bazı noktalar.<sup>123</sup>

Küresel ölçekte hâkimiyet peşinde olan medya şirketlerinin, donanım, yazılım ve dağıtım alanlarında faaliyette bulunmaları gerekmekte olup, başarı oranı, faaliyetlerinin belirtilenlerden kaç tanesini kapsadığı ile ilintilidir. Bu ise, bu ürünün her aşamasında yer almak, içeriği yönetmek, multimedya menüsü oluşturmak şeklinde gerçekleşen dikey bütünleşme ile olanaklıdır.

---

<sup>122</sup> Özkan, **Küreselleşme Sürecinin Medya ve Kültür Üzerindeki Etkileri**, s.17.

<sup>123</sup> Erkan Yüksel, **Medya ve Habercilik**, İstanbul: Çizgi Yayınları, 2010, s.144.

Küresel anlamda iletişim süresi ve alanı sınırsız olduğu için, bu muazzam iletişim kapasitesinin doldurulması, çok geniş metaryale, ürün stokuna gereksinimi doğurmaktadır. Bunu gerçekleştirebilecek şanslı şirketlerden olabilmek için, 1990'ların başından itibaren hummalı bir faaliyet yaşanmaktadır. Ürün koleksiyonuna ve stokuna sahip, arşivleri zengin ve yeni üretim yapma becerisine sahip olan film stüdyoları ve televizyon şirketleri kapış kapış gitmiş ve gitmeye devam etmektedir.<sup>124</sup>

Örneğin ABD'li medya patronu Rupert Murdoch'un sahibi olduğu News Corporation'un saygın ekonomi gazetesi Avrupalı Wall Street Journal'in 5 milyar dolara satın alması, küresel medyaya ciddi bir hareket getirmiş bulunmaktadır. News Corporation (Forbes dergisine göre, 2002 yılında Avusturyalı Rupert Murdoch'un sahibi olduğu News Corp. Şirketi 13.8 milyar dolarlık cirosu ile medya dünyasına yön veren 5 aile arasında birinci sırayı almaktadır.) önceleri gazetecilik alanında faaliyette bulunurken, daha sonra görsel, işitsel alana el atarak Fox Broadcasting, 20th Century Fox, New York Post, Sky Channel'i satın almış, farklı coğrafyalarda yerelleşme örneği olarak da, Asya'da geniş bir kitleye yayın yapan Star Tv'nin çoğunluk hisselerini satın almıştır.

Mayıs 2007'de Rupert Murdoch'un News Corp. Şirketi, Dow Jones'un hisselerine talip olur, başta bu teklife sıcak bakmayarak kontrolü kaybetmek istemeyen Bancroft Ailesi'nin daha sonra konuyu tekrar değerlendirdiğinde kabul etmesi sonucu aynı yıl News Corp., Dow Jones ve Wall Street Journal'a 5.6 milyar dolara sahip olur.

News Corp.'un gelecek günlerde en büyük mücadeleyi İngiliz Pearson grubuna ait Financial Times gazetesi, Sulzberger Ailesi'nin yönetimindeki New York Times Gazetesi ve ABD'li General Electric'e ait CNBC televizyonu ile yaşayacağı öngörülmektedir. Bu üç şirket başta olmak üzere küresel medya devlerinin News Corp'la rekabeti sürdürebilmek için yeni satın almalara ve ortaklıklara hazırlandığı belirtilmektedir. Ayrıca son iki içinde Kanadalı yayın grubu Thompson'ın, İngiliz haber ajansı Reuters'in 17.2 milyar dolara satın alması, ABD'li McClatchy grubunun Knight Ridder grubunu 4 milyar dolara bünyesine katması, dünyada 80 milyon okuru olan Amerikan Reader's Digest Dergisi'nin 1.6 milyar dolara satılması ve adına ünlü gazetecilik ödülü Pulitzer verilen Joseph Pulitzer'in kurduğu

---

<sup>124</sup> Uluç, s.207.

Pulitzer Inc'in 1.5 milyar dolara ABD'li Lee Enterprises'in olması küresel medya piyasasındaki hareketliliği gözler önüne sermektedir.<sup>125</sup>

News Corporation Fox'tan başka, National Geographic Channel'in da sahibidir. Şirketin ayrıca 7 sinema stüdyosu, New York Post, The Sun da dahil olmak üzere 7 günlük gazetesi, dijital kayıt şirketi ve yapım stüdyoları bulunmaktadır. Son olarak Rupert Murdoch'un sahibi olduğu News Corporation'ın, dünyaca ünlü ekonomi gazetesi Wall Street Journal'ı satın alması dünya medyasında oldukça ses getirmiştir. Wall Street Journal'in siyasi ve güncel haber içeriklerini güçlendirerek New York Times'a rakip olacağı düşünülmektedir.

Ayrıca Murdoch'un Ekim ayında yayına başlayacak ekonomi televizyonu Fox Business Network aracılığıyla, alanında hemen hemen rakipsiz olan Amerikan CNBC kanalı ile ciddi bir rekabete gireceği de medya sektöründe tartışılan bir diğer konudur. Son iki yıl içinde Kanadalı yayın grubu Thomson'ın, İngiliz haber ajansı Reuters'i 17,2 milyar dolara satın alması, dünyada ortalama 80 mil-yon okuru olan Amerikan Reader's Digest dergisinin

1,6 milyar dolara satılması ve adına ünlü gazetecilik ödülü Pulitzer verilen Joseph Pulitzer'in kurduğu Pulitzer Inc.'in 1.5 milyar dolara ABD'li Lee Enterprises'in olması küresel medya alanındaki hareketliliği gözler önüne sermektedir. İngiliz Guardian ile Observer gazetelerini yayınlayan Guardian Media Group'un yeni satın almalar için 1.4 milyar dolar ayırdığını açıklaması da sektörde yeni gelişmelerin olacağının bir kanıtıdır (Milliyet Gazetesi, 2007: 9).

### **3.2.1.2. Medyanın Medya Dışı Faaliyetleri**

Gördüğümüz gibi büyük medya şirketlerinin yatırımları medya alanının dışına da taşmış; başlangıçta medya alanında yatırım olmayan şirketler de medya içerisinde güçlü bir yere sahip olmuşlardır. Buna en iyi örnek RCA'ya ve RCA bünyesindeki NBC şebekesine sahip olan General Electric ile büyük TV istasyonlarına, kablolu TV Şebekesine, radyo istasyonuna sahip olan Westinghouse'dır. Hem General Electric, hem Westinghouse, silah

---

<sup>125</sup> Uluç, s.213.

üretimi ve nükleer enerji gibi tartışmalı alanlarda büyük yatırımları olan çok yönlü, çok uluslu dev firmalardır.

Medya devlerinin medya dışındaki sektörlerden elde ettikleri karların yanında, uluslararası alanda ulaştıkları pazarlar da çok önemlidir. Televizyon şebekelerini televizyon için program hazırlayan şirketlerin, belli başlı haber dergilerinin ve sinema stüdyolarının hepsi yurt dışında geniş çapta işler yapmaktadırlar ve gelirlerinin önemli bir kısmını yabancı ülkelere yaptıkları satışlardan ve bu ülkelerdeki yan kuruluşlarından elde etmektedirler. Örneğin Reader's Digest on yedi dilde basılmakta ve 160 ülkede satılmaktadır.

### 3.3. Medyanın Devleri

Sonoma Devlet Üniversitesi'nden araştırmacılar, ABD pazarını elinde tutan on bir medya şirketinin yönetim kurullarında bulunan 155 kişinin isimlerini incelediler. Bunların yüzde doksanı beyaz ve erkekti.

Dünyanın en geniş medya haber sistemlerini elinde tutan bu 155 kişilik elit kimlerden oluşuyor? Şöyle örnekler sıralayabiliriz:

Frank Carlucci, Westinghouse 'un yönetim kurulundadır. CIA'da eski bir başkan yardımcısı ve sonradan da Başkan Bush'un kabinesinde Savunma Bakanı'dır. Andrew Sigler, NBC'nin yönetimindedir, aynı zamanda Chemical Bank, Bristol Meyers, Allied Signal, Champion International ve Chase Manhattan Bankası'nın da yönetimindedir. NBC'nin yönetimindeki bir diğer isim Douglas Warner III, aynı zaman da Bechtel Grubu'nun ve Anheuser Busch'un yönetimindedir, J.P Morgan Company'nin de genel müdürüdür.

NBC, FOX Haber, ve Time Warner'ın her birinin yönetim kurulunda sigara üreticisi Philip Morris'ten bir üye var.<sup>126</sup>

---

<sup>126</sup> Peter Phillip, **Gerçekler Nasıl Karartılıyor, Medya ve Savaş Yalanları**, Medyanın Mülkiyeti ve Denetimi, Hazırlayan, Lenora Foerstel, Yordam Kitap, İstanbul, 2007, s.60.

**Tablo 2**  
**Medyanın Devleri**

<b>Medyanın küresel devleri</b>			
Şirket	Ülke	Gelir	Piyasa Değeri
		(milyar \$ )	(milyar \$)
Time Warner	ABD	44.22	77.99
Walt Disney	ABD	35.16	70.16
News Corp	ABD	26.74	71.43
Comcast	ABD	24.97	80.17
Vivendi	Fransa	23.03	45.57
Bertelsmann	Almanya	19.3	-
DirecTV	ABD	14.7	27.59
CBS	ABD	14.32	23.73
Cox	ABD	13.2	-
Toppan	Japonya	13.18	6.64
Dai Nippon	Japonya	12.83	10.59
WPP	İngiltere	11.56	17.95
Viacom	ABD	11.47	27.30
Omnicom Group	ABD	11.38	17.31
Lagardere SCA	Fransa	10.44	10.92
Reed Elsevier	İngiltere/Hollanda	9.95	28.01
EchoStar Comm	ABD	9.82	18.07
RR Donnelley	ABD	9.32	7.92
Pearson	İngiltere	8.10	12.49
Gannett	ABD	8.03	14.35
British Sky	İngiltere	7.67	19.13
Advance/Newhouse	ABD	7.2	-
Clear Channel	ABD	7.07	17.88
Liberty Global	ABD	6.49	11.54
Thomson Group	Kanada	6.45	25.75
McGraw - Hill	ABD	6.26	22.87
Interpublic	ABD	6.19	5.55
Cablevision NY	ABD	5.93	8.61



Publicis Groupe	Fransa	5.79	8.89
Tribune	ABD	5.52	7.21
Charter Comm.	ABD	5.50	1.28
Fuji	Japonya	5.05	5.23
Reuters	İngiltere	5.02	10.90
Wolters Kluwer	Hollanda	4.87	9.13
Hearst	ABD	4.55	-
Mediaset	İtalya	4.30	13.18
ITV	İngiltere	4.27	8.36
Daily Mail	İngiltere	4.07	5.95
Washington Post	ABD	3.90	7.36
General Electric (NBC)	ABD	3.6	358.98
Prisa	İspanya	3.60	4.12
Grupo Televisa	Meksika	3.51	13.83
New York Times	ABD	3.4	-
Idearc	ABD	3.22	4.96
Axel Springer	Almanya	3.13	5.63
CanWest	Kanada	3.1	-
McClatchy	ABD	2.5	

**Kaynak:** Serkan Arman, “Medyada hareketli günler”, 5 Ağustos 2007, Milliyet Gazetesi

“Büyük Medya Grupları”:

### 3.3.1. Aol Time/Warner

1972’de kurulmuş olan CNN’in sahibi Aol Time/Warner grubu günümüzde internet, gazete, dergi ve kitap yayıncılığı, müzik, film, kablo yayıncılığı, elektronik, basketbol takımı, iletişim ve televizyonculuk alanındaki yüzlerce uğraşısıyla 40 milyar doların üzerindeki geliri ve 85 bine yakın çalışanıyla “en büyük” konumunda.

**Tablo 3**

### **AOL Time/Warner**

<b>AOL TIME/WARNER</b>	<b>KURULUŞLAR</b>
Sinema/Film	<p>Warner Bross(%75'ine sahip ,ortağı %25 payla AT&amp;T), New Line Cinema, Fine Line Features, Castle Rock, Bell-Air Entertainment'ı da kapsayacak Şekilde Canal + ile ortak girişim Şirketi, Village Roadshow Pictures, Gaylord, Alcon, Morgan Cerek Productions, MGM, RKO Kütüphanesi, Warner Home Video, TiVo,Sinema Salonları:UCI,WF</p>
Kitap/Yayınevi	<p>Warner Books,</p> <p>Yayınevleri: (Warner Vision, The Mysterious Press, Warner Aspect, Warner Treasures), Little, Brown and Co.,)</p> <p>Bağlı Yayınevleri: (Bulfnch Press and Back Bay Books,)</p> <p>Time-Life Books, Oxmoor House, Leisure Arts an Sunset Books,</p> <p>Kitap Klüpleri: Book-of-the-Month Club, Paperback Book Club, Children's Book of-the-Month Club, History Book Club and Money Book Club</p>

Müzik	<p>American Recordings, Asylum Atlantic, Atlantic Classics, Atlantic Jazz, Atlantic Nashville, Atlantic Theater, Big Beat, Breaking, Coalition, Curb, East West, Elektra, Giant, Igloo, Lava, Mesa/Bluemoon, Maverick, Modern Nonsuch, Warner Alliance, Warner Resound, Warner Sunset, Ivy Hill Corp (Paketleme ve baskı)</p> <p>Ortak girişim müzik şirketleri: Sound Exchange(Sony ile ortak), Heartland Music, Quincy Jones Entertainment Co.</p>
WEB	<p>American Online (26 Milyon müşterisi var), Compuserve (3 Milyon müşterisi)</p> <p>Netscape (bilgisayar yazılımı ve portal), digitalcity.com</p> <p>Moviefone.com, iamaze.com, quack.com</p> <p>ICQ and AOL Instant Messenger</p> <p>Spinner.com, Winamp and SHOUTcast,</p> <p>Cisneros Group and Banco Itau ile ortak girişim</p>
TV	<p>CNN CNN International</p> <p>CNN Headline News HBO ve Cinemax</p> <p>CNN/Sports Illustrated Cartoon Network</p> <p>Yaklaşık 120 ülkede yayın yapan TBS ve TNN</p> <p>Almanya, Macaristan, Asya'da müzik video kanalları, Macaristan</p> <p>Çek Cumhuriyeti, Slovakya ve Polonya'da ödemeli televizyon</p> <p>Star Channel</p>
Yapım-Dağıtım-Programcılık	Warner Bros, Television, Telepictures Production, Castle Rock Television,

	<p>Witt Thomas Production,</p> <p>Warner Bross. Television Animation (Hanna Barbera and Looney Toons);</p> <p>bunun yanında HBO'nun bazı bölümleri, tam tamına 6500 filmlik</p> <p>Warner Kütüphanesi, 32000 televizyon filmi ve 13500 çizgi film;</p> <p>Oxyen Media. New Line Television,</p> <p>Warner Bross Television (%75'i kendine, %25'i AT&amp;T'ye ait),</p> <p>Telepictures Production (%75'i kendine, %25'i AT&amp;T'ye ait),</p> <p>Castle Rock Television,</p> <p>HBO Independent Productions (%75'i kendine, %25'i AT&amp;T'ye ait),</p>
Diğer	<p>Warner Bross, tüketim ürünleri (%75'i kendine, %25'i AT&amp;T'ye ait),</p> <p>DC Comics, Hanna-Barbera karakterleri ve Harry Potter lisansını</p> <p>elinde bulunduruyor; Turner Learning (CNN, TNT, TCM, ve</p> <p>Cartoon Network programcılık sınıfları için eğitim dökümanları)</p>
Uydu TV	<p>Primestar (TCI/AT/T, Advance Publications, MediaOne/AT&amp;T, Comcast and Cox ile</p> <p>birlikte</p>
Telefon	<p>Time Warner Telecom (%37)</p>
Spor	<p>Atlanta Braves (Beysbol), Atlanta Hawks (Basket), Atlanta Thrashers (Beysbol)</p> <p>Goodwill Games (Her çeşit spor oyunlarını kapsıyor).</p>
Dergiler	<p>Üçü en çok satan olmak üzere 63 dergi: Time, Life and People; MAD Magazine</p> <p>DC Comics (%87.5'i kendisine, %12.5'i AT&amp;T'ye ait),</p> <p>AmericanExpress Publishing</p>

Perakende- Satış	Warner Bros, Studio Stores (%75'i kendine, %25'i AT&T'ye ait),
------------------	--

**Kaynak:** <http://www.timewarner.com/corp>, <http://www.freepress.net>,  
<http://www.freepress.net>, [http://en.wikipedia.org/wiki/Main\\_Page](http://en.wikipedia.org/wiki/Main_Page) ET:22.11.2010

### 3.3.2. News Corporation

1980'de kurulan News Corporation, Fox televizyonunun şebekesi ile tanınan uluslararası şirketler grubu. 32 televizyon istasyonuna, New York Post Gazetesi, Harper Collins yayınevi grubu, seyahat şirketleri, film yapımcılık şirketi, beyzbol ve basketbol takımları ile çok sayıda iletişim ve internet kuruluşuna sahip şirketin 24 milyar dolara yakın geliri ve 38 bin çalışanı var.

**Tablo 4**  
**News Corporation**

NEWS CORPORATION	KURULUŞLAR
Kitap	News America Yayınevi, Harper Collins, Regan Books, William Morrow ve Avon, Zondervan Yayınevi
WEB	News Corp'a bağlı haber, spor, eğlence, oyun sitelerinin yanı sıra şirket, ChinaByte.com,broadssystem.com,

	<a href="http://www.tvguide.com">www.tvguide.com</a>
Gösteri Merkezleri	Madison Square Garden (%40'ı kendisinin, %45'i Cable Vision, %15'i NBC/GE), Radio City Music Hall ve The Rockettes (%40'ı kendisinin, %45'i Cable Vision, %15'i NBC/GE)
Gazeteler	ALPHA Big League Daily Telegraph donna hay Dow Jones Gold Coast Bulletin Harper Collins Publishers Harper Collins Australia Harper Collins Canada Harper Collins Children's Books Harper Collins India Harper Collins New Zealand Harper Collins US

	Harper Collins UK
	Herald Sun
	Inside Out
	New York Post
	News America Marketing
	News International
	News of the World
	NT N
	Post-Courier
	Smart Source
	Sunday Herald Sun
	Sunday Mail
	Sunday Tasmanian
	Sunday Territorian
	Sunday Times
	The Advertiser
	The Australian
	The Courier-Mail
	The Mercury
	The Sunday Mail

	<p>The Sunday Telegraph</p> <p>The Sun</p> <p>The Sunday Times</p> <p>The Times</p> <p>Times Literary Supplement</p> <p>The Wall Street Journal</p> <p>The Wall Street Journal Digital Network</p> <p>Weekly Times</p> <p>Zondervan</p>
<p>TV Kanalları-Uydu ve Kablo</p>	<p>Big Ten Network</p> <p>FOX Business Network</p> <p>Fox Movie Channel</p> <p>FOX News Channel</p> <p>FOX College Sports</p> <p>FOX Sports Enterprises</p> <p>Fox Deportes</p> <p>FOX Sports Net</p> <p>FOX Soccer Channel</p> <p>Fuel TV</p> <p>FX</p>



	<p>Nat Geo Wild</p> <p>National Geographic Channel United States National Geographic Channel Worldwide</p> <p>Speed</p> <p>STAR</p> <p>Stat</p> <p>FOX Broadcasting Company</p> <p>FOX Sports</p> <p>FOX Sports Australia</p> <p>FOX Television Stations</p> <p>MyNetworkTV</p>
Diğer	Twentieth Century Fox Licensing
Yapım	<p>20th Century Fox</p> <p>20th Century Fox Espanol</p> <p>20th Century Fox Home Entertainment</p> <p>20th Century Fox International</p> <p>20th Century Fox Television</p> <p>Fox Searchlight Pictures</p>

	<p>Fox Studios Australia</p> <p>Fox Studios LA</p> <p>Fox Television Studios</p> <p>Blue Sky Studi</p>
Dergiler	<p>TV Guide, The Weekkly Standart, dağıtım birimi Bauer Publishing L.P., Readers, Primedia, Essence</p>

**Kaynak:** <http://www.newscorp.com/index.html>, <http://www.freepress.net>, <http://www.freepress.net>, [http://en.wikipedia.org/wiki/Main\\_Page](http://en.wikipedia.org/wiki/Main_Page) ET:21.11.2010

### 3.3.3. General Electric

150 milyar doların üzerinde gelire sahip elektronik devi, General Electric'te 315 bin kişi çalışıyor. NBC televizyon şebekesinin sahibi olan şirket ayrıca CNBC, MSNBC, History Channel, PAX gibi televizyon şebekelerinin de sahibi.

**Tablo 5**  
**General Electiric**

<b>Medya ve Eğlence</b>	<p>Bravo</p> <p>CNBC</p> <p>Chiller</p> <p>Focus Features</p> <p>MSNBC</p> <p>NBC Affiliate Stations</p>
-------------------------	--

	<p>NBC Entertainment</p> <p>NBC News</p> <p>NBC Sports &amp; Olympics</p> <p>Oxygen</p> <p>Sleuth</p> <p>Syfy</p> <p>Telemundo</p> <p>USA Network</p> <p>Universal HD</p> <p>Universal Networks International</p> <p>Universal Parks &amp; Resorts</p> <p>Universal Pictures</p> <p>Universal Studios Home Entertainment</p> <p>Weather Channel</p> <p>iVillage</p> <p>mun2</p>
<b>Bankacılık-Finans Ve Sigortacılık</b>	<p>Finans ve sigortacılık GE'nin yıllık gelirinin neredeyse yarısını karşılıyor. Mortgage sistemi ile havayolu şirketlerine, otomobil üretici ve satıcılarına, finans şirketlerine kredi veriyor.</p>
<b>Ulaşım</b>	<p>900 uçağın sahibi ve işletmecisi, bir milyon fazla otomobil ve kamyon kir alıyor, 350 binin üzerinde kamyon ve kamyonet sahibi, Ayrıca Sea Containers Ltd. aracılığıyla deniz taşımacılığı yapıyor.</p>

<b>Uçak Motorları</b>	Askeri ve ticari uçaklar için (1991'deki Körfez Savaşı için Amerikan ordusuna yüklü miktarda satış gerçekleştirdi. Son olarak 1999 yılında ise yine Amerikan ordusuna yaptığı uçak motoru satışından 1.6 milyar dolar kazandı.
<b>Spor</b>	Madison Square Garden Arena ve Tiyatrosu, Hartford Civic Center alanının yönetimi ve işletilmesi, Ney York Knicks (basket), Ney York Rangers (hokey) New York Liberty (basket) takımları (%25'ine sahip)

**Kaynak:** Erkan Yüksel, **Medya Ve Habercilik**, Çizgi Yayınları, Nisan, 2010, s.143.

<http://www.freepress.net>, <http://www.freepress.net>, [http://en.wikipedia.org/wiki/Main\\_Page](http://en.wikipedia.org/wiki/Main_Page)

ET:21.11.2010

### 3.3.4. The Walt Disney-ABC

Kablolu, Dijital Yayın:Disney Channel'ın 8 ülkede yayını var. Uluslararası spor kanalı ESPN, Asya, Avrupa ve Latin Amerika'da 165'i aşkın ülkede yayın yapıyor. Diğerleri arasında Walt Disney TV, Sportsvision Australia ve sekiz başka kanal daha var.

Dergi: 5 dergi grubunun yanı sıra (Discover, Family Fun, Disney Adventures, ESPN, The Talk) aralarında St Louis Daily Record'ın da bulunduğu dört gazete. Discover

Tiyatro: Disney Theatrical Productions'ın ünlü işleri arasında Aslan Kral, Güzel ve Çirkin var.

TV: ABD'nin büyük TV şebekelerinden ABC televizyon ve radyosu. Ayrıca 10 TV kanalı ve 50 radyo istasyonu. (ABC, Disney Channel, Toon Disney, Soap Net, ESPN, A&E, History Channel, Biography Channel,, Lifetime)

Tematik Parklar: Disneyland Los Angeles ve Paris, Disney World Florida, MGM Stüdyoları, Disney's Animal Kingdom, World Sports Complex'in yanı sıra toplam 36.000

odali 27 otel, iki seyahat gemisi ve "profesyonellerin sihrin ardındaki işi keşfetmek" için gittikleri Disney Institute. Broadway'deki New Amsterdam Tiyatrosu.

Film: Walt Disney, Touchstone, Miramax, Buena Vista ve dört film şirketi daha.

Ayrıca: Disney Kitapları, İnteret ortaklıkları, 6 müzik şirketi, bir sürü hokey ve beysbol takımı ve dünya çapında 741 Disney Mağazası.

Yıllık 30 milyar dolara yakın geliri ve 130 bine yakın çalışanıyla bir başka "büyük".

### **3.3.5. Viacom**

Film: Paramount'tan United Cinemas International'a uzanan büyük girişimler. Vivendi Universal'la ortaklığının sonucu, Avrupa, Japonya ve Güney Amerika'da 104 sinema. 27 ülkede etkinlik gösteren Blockbuster, dünyanın en büyük video kiralama hizmeti. Nickelodeon Movies, MV Films, TiVo.

TV, Film: 200 lisans anlaşmalı TV istasyonu bulunan CBS, programlarını bütün dünyaya dağıtıyor. Müzik klipleri televizyonu MTV, dünya çapında 342 milyonun üzerinde haneye ulaşıyor. Viacom, MTV'nin "rakibi" VH1'ın da sahibi. Diğer büyük TV şebekeleriye, Nickelodeon, Paramount ve Comedy Central.

Ayrıca: Yılda 2,000 kitap, 1800 sinema salonu, ABD'de 180 radyo istasyonu ve dünyanın en büyük reklam ajanslarından biri olan Infinity Outdoor.

Tematik Parklar: ABD ve Kanada'da Paramount, Parkları, Kaliforniya, Virginia, Ohio, Toronto ve Las Vegasta çeşitli Tematik Parklar.

Bankacılık: Bet Financial Services.

Dergiler: BET Weekend, Emerge Magazine, Heart&Soul Magazine, Nickelodeon Magazine.<sup>127</sup>

### **3.4. Medyanın Haber Kaynakları**

---

<sup>127</sup> Yüksel, ss.143-144 ve <http://www.freepress.net>, <http://www.freepress.net>, [http://en.wikipedia.org/wiki/Main\\_Page](http://en.wikipedia.org/wiki/Main_Page)

Medya günlük bir haber ve bilgi akışına gereksinim duymaktadır. Haber kaynakları ile medya çalışanları arasındaki ilişkiler sıkı tutulmalı ve bu kaynaklar daima çeşitli şekillerde beslenmektedir. Günlük haber taleplerini karşılamak için zorunlu bir zaman çizelgesine uymak durumunda olan medyanın, mali nedenlerle, önemli bir olayın meydana gelebileceği her yerde muhabir ya da kameraman bulundurması imkânsız bir iştir. O nedenle haber olma ihtimali yüksek olan, önemli haberlerin sızdığı ve düzenli olarak basın toplantılarının yapıldığı kurum ve kuruluşlar ile yayın sahiplerinin araları daima iyi tutulmaktadır. Mark Fishman bunu “bürokratik yakınlık” olarak tanımlamaktadır.

Resmi kurumların veya iş dünyasının çatı örgütlerinin "haber bürokrasileri", halkla ilişkiler örgütleri olarak çalışırlar. Çalışmalarını kitle medyasının ihtiyaçlarına göre düzenlerler. Örneğin, basın toplantıları için mekanları onlar temin ederler, basın açıklamalarının metinlerini önceden dağıtırlar, medyanın hemen alıp kullanabileceği şekilde düzenlenmiş haber bültenleri hazırlarlar, açıklanacak araştırma raporlarını önceden medyaya iletirler vs.

Kitle medyası açısından hükümet, devlet kurumları, askeriye, iş dünyası örgütleri, meslek birlikleri vs. güvenilir, objektif haber kaynaklarıdır. Yerel ölçekte ise herhangi bir olay meydana geldiğinde, kitle medyasının o ilin veya ilçenin valisi, kaymakamı veya emniyet müdürüyle bağlantı kurması bir tesadüf değildir.

Kitle medyası, sistemin kurumlarıyla iç içe geçen çıkarlara sahip olduğundan "objektif habercilik" imajını sürdürmek ister. Taraflı olduğu şeklinde bir görüntüden kaçınmayı ve sistemin kurumlarından gelebilecek baskı ve tehditleri en aza indirmeyi sağlamak için en emin yol, haber kaynakları olarak "haber bürokrasilerinin" tercih edilmesidir. Bu tercihin, ekonomik açıdan daha verimli olmak gibi bir boyutu da vardır. Dolayısıyla kitle medyası, hükümetin, resmi kurumların, askeriyenin vs. iletildiği haberleri doğru olarak kabul eder ve çoğu zaman onları sorgulamadan olduğu gibi yayımlar. Buna karşın, yerel halktan, muhalif kesimlerden gelen haberler kuşkuyla karşılanır. Hem bu tür haberleri doğrulamak daha pahalı bir iştir. Hem de sistemin sorgulanmasına yol açarak, kitle medyasının çeşitli tehditlerle yüz yüze kalmasına neden olabilir.

*“Beyaz Saray Haber Ajansı”:*

New York Times gazetesinin haberine göre; Bush yönetiminin, ABD'de 20 hükümet kuruluşuna sahte haberler hazırlamak üzere 'haber merkezi' kurdurduğu ortaya çıktı. Sahte haberlerin dört yıldır yüzlerce yerel kanalda yayımlandığı belirtiliyor.

Habere göre, Bush yönetiminin talimatıyla, dışişleri ve savunma ve tarım bakanlıklarıyla nüfus bürosu gibi 20 federal ajans, ABD Başkanı'nın propagandasını yapan sahte haberler hazırlamakla uğraşiyor. Dört yıldır seri üretimden çıkan yayıma hazır 'haber'lerden yüzlercesi, ABD çapında yüzlerce yerel televizyon kanalında gösterildi.

Makyajdan geçirilen konuların başında ise ABD'nin Afganistan-İrak İşgali ve Amerikan halkına kabul ettirmeye çalışılan sosyal reformlar geliyor. Bu haberlerden birinde, aslında ABD'de bulunan bir Iraklı, Bağdat'ın düşüşünü 'Teşekkürler Bush, teşekkürler ABD' diye karşılıyor. Afganistan'daki kadınların durumu ya da Irak'ın güneyinde Amerikan yardımı dağıtılmasına dair tümüyle dışişleri çalışanlarının elinden çıkan 'haber'ler gösteriliyor. Bir başka çekimde muhabir, "Bush yönetiminin havacılık sektöründe güvenliği güçlendirme kararlılığı, havacılık tarihindeki en önemli kampanyalardan biri" diye bağırıyor. Üst düzey Amerikalı yetkililerin önceden hazırlanmış sorulara prova edilmiş yanıtlar verdiği röportajlar da eksik değil. Hatta Bush yönetimi, spikerlerin bunları nasıl sunacağına metnini bile gönderiyor.

Bu çalışma için, kamu fonlarındaki yüz milyonlarca dolarla çevrilen bir çarkın içinde, hükümet için çalışan halkla ilişkiler firmaları çekimleri Fox News, CNN ve AP Televizyonu gibi büyük şirketlere veriyor, büyük şirketler de yerel kanallara dağıtıyor. Bu yerel kanallar da, kendilerine bedava gelen malzemeyi sorgulamadan yayımlıyor.<sup>128</sup>

Yine ilk olarak Los Angeles Times gazetesinde yer alan haberde, Amerikan ordusunun ABD ve Irak askerlerinin başarılarını öven haberler yayımlamaları için gazetelere gizlice para verdiği öğrenildi. Ayrıca Los Angeles Times ve New York Times gazetelerine göre, bazı haberler Amerikalı subaylar tarafından kaleme alınıyor.

Bu yazılar daha sonra bir halkla ilişkiler şirketine veriliyor ve Arapça'ya çevrildikten sonra Irak gazetelerinde yayımlatılıyor. Bu haberler tarafsız haberlermiş gibi sunuluyor.

---

<sup>128</sup> "Beyaz Saray haber ajansı", 15 Mart 2005, Radikal Gazetesi, <http://www.radikal.com.tr/haber.php?haberno=146550> ET: 02.09.2010

Bağdat'taki Amerikan askeri sözcüsü Tümgeneral Rick Lynch bu iddiaları yanıtlarken, Irak'taki el Kaide örgütünün lideri Ürdünlü militan Ebu Mussab ez-Zerkavi'nin, Irak'taki savaşlarının yarısını medya üzerinden verdikleri yolundaki sözlerini anımsattı.<sup>129</sup>

Kısacası muhabirler topladıkları bilgileri haber haline getirdikten sonra, iş editöre düşmektedir. Haber artık editörün masasındadır. Haberin kaynağına göz atan editör, kaynak olarak güçlü bir bürokrat, uzman bir seçkini ya da siyasal iktidarın kaynaklarını gördüğü anda haberi gözü kapalı yayın masasına koymaktadır. Ancak haber kaynağı tüm bu sayılanların dışında sıradan insanların söz ve bilgilerinden ibaret ise haber ya yayın masasına ulaşmamaktadır ya da “iddia eden, öne süren” gibi ifadelerle gazete sütunlarının en alt köşelerine sıkıştırılmaktadır. Medya kaynaklarının iletileri çoğu zaman fazlaca irdelenmeden gazete sütunlarında rahatlıkla yer alabilmektedir. Fishman bu durumu şu sözlerle özetler;

“Medya çalışanları bürokratların aktardığı öykülerin gerçeğe uygun olduğunu düşünme eğilimindedirler, çünkü bilme yetkisine sahip uzmanları olan kurallı bir toplum düzenini onlar da savunular. Muhabirler, resmi görevlilerin işleri neyi gerektiriyorsa onu bilmekle yükümlü oldukları düşüncesiyle hareket ederler... Yani bir medya çalışanı bir bürokratin söylediklerini yalnızca bir iddia olarak değil, güvenilir ve yetkin bir kişinin verdiği bilgi olarak kabul eder. Bu durum, manevi bir iş bölümü yaratır: Resmi görevliler gerçeği bilirler ve sunarlar; muhabirlerin işi ise bilgiyi almaktan ibarettir.”<sup>130</sup>

#### **3.4.1. Haber Ajansları ve Küresel Haber Akışı**

Dünyada var olan ekonomik güçler dengesizliğine paralel olarak, enformasyon alanında da, ekonomik ve kültürel yönden gelişmiş olan ve iletişim teknolojilerini geliştirmeye devam eden ülkeler arasında dengesizlik ve eşitsizlik söz konusudur.

Hamelink'e göre enformasyon dengesizliğinin dünya çapındaki boyutları şunlardır:

1. Enformasyon dengesizliği, her şeyden önce bazı ülkelerin diğer bazı ülkelere daha fazla yararlı bilgiyi ellerinde bulundurması olayıdır.

---

<sup>129</sup> “ABD'nin 'propaganda savaşı”, 1 Aralık 2005, BBC, [http://www.bbc.co.uk/turkish/news/story/2005/12/051201\\_us\\_propoganda.shtml](http://www.bbc.co.uk/turkish/news/story/2005/12/051201_us_propoganda.shtml) ET:02.09.2010

<sup>130</sup> Chomsky, Herman, **Medyanın Kamuoyu İmalatı**, s.82.



2. Enformasyon dengesizliği ayrıca bazı ülkelerin diğer ülkelerden enformasyon üretme, kaydetme, işleme ve dağıtım açısından daha fazla olanaklara ve kapasiteye sahip olması anlamına gelmektedir.

3. Bu kapasite, enformasyonun oluşturularak biçimlendirilmesi ve kullanılması için gerekli olan bilgisayarlar ve enformasyonun taşınmasında işlevler gören kitapların varlığıyla doğrudan ilintilidir. Bu “information hardware” denilen olaydır.

4. Bu olay, enformasyon elde etme tekniklerine (software) yani enformasyonun kendisine sahip olmakla ilintilidir.

5. Ayrıca, pek çok enformasyon türünün varlığından söz edilebilir. Bilimsel, teknik, parasal, ticari, askeri, siyasal, doğal kaynaklar ve güncel yaşamla ilgili enformasyon türlerinden söz etmek olanaklıdır.<sup>131</sup>

Enformasyon akışındaki söz konusu dengesizliği şu başlıklar altında inceleyebiliriz:

“*Küresel Haber Akışı*”:

UNESCO’nun tanımına göre; haber ajansı, hukuki statüsü ne olursa olsun, genel anlamda haberleri, gerçekleri gösteren ve tanımlayan, aktüalite bilgilerini bulup, bunları kitle iletişim araçlarına, onları ikna etmenin dışında kalmak üzere yayan, yasaların hükümlerine, ticaret kurallarına uygun ve olanak dahilinde, tam ve tarafsız faaliyet gören kuruluştur.

Uluslararası haberleşmenin % 10’unu “haberlerin” oluşturduğu düşünülecek olursa, haber ajanslarının ne denli önemli oldukları gerçeği ortaya çıkar. Çok kısa bir süre öncesine kadar haber ajansları günde birkaç bin sözcük üretirken, artık günümüzde bu sayı dakikada 9000 sözcük veya daha üstüne çıkabilmektedir. Şüphesiz bunda haberleşme uydusu ile birlikte bilgisayarların uluslararası haber akışındaki kanal kapasitelerini arttırmış olmasının büyük rolü vardır.

Ancak haber ajansları, hızla gelişen ve değişim gösteren teknolojiye karşı savaş verirken bir yandan haber içeriğini değişik biçimlerde sunmaya ve basının haber gereksinimlerini karşılamak için uğraş verip, diğer yandan, bilgisayar ve uydu iletişim çağı

---

<sup>131</sup> Yusuf Kaplan, **Enformasyon Devrimi Efsanesi**, İstanbul: Rey Yayıncılık, 1991, s.262.

gibi yeniliklere ayak uydurabilmek için, 1970'lerin ortalarında büyük harcamalara gitmişlerdir.<sup>132</sup>

Haber ajansları, kuruluşları, işleyişleri bakımından kuruldukları ülkelerin hukuki rejimlerine göre değişiklik göstermektedir. Dünya düzeyinde ulusal haber ajansına sahip ülkelerin bazılarında, haber ajansları doğrudan devletin denetimi altında bulunmakta veya çalıştırılmaktadır. Bazı ülkelerde ise, haber ajansları, gazeteler, radyo, televizyon örgütlerinin kurduğu kooperatifler biçiminde örgütlenmekte veya özerk kamu kuruluşları şeklinde işletilmektedirler.<sup>133</sup>

Bunların dışında tamamen ticari birer özel kuruluş olarak kurulan pek çok haber ajansı da bulunmaktadır. Dünyada 120 civarında ajans bulunmaktadır ve 50 ülke de ulusal eğilimli birer ajansa sahiptir. Ancak haber ajanslarından sadece 5 tanesi dünya çapında yayın yapabilmekte ve dünya nüfusunun % 99.8' ine ulaşabilmektedir. Bunlar Agence France Presse, Reuters, Associated Press, United Press International ve Itar-Tass'dır.

Her biri tüm dünya üzerinde faaliyet gösterirken, en büyük ölçüde egemen oldukları bölgeler, kendi ülkelerinin bir zamanlar sömürgeleştirdiği, ekonomik, siyasal ve kültürel açılardan denetim altında tuttukları yörelerdir.

Örneğin AP, Amerika kıtasında, Latin Amerika ve Uzakdoğu'da; AFP, "Francophone" Afrika'da; Reuters ise "Anglo-saxon" Afrika ve İngiliz Uluslar Topluluğu (Commonwealth) ülkelerinde büyük etkinlik kurmuşlardır.

Böylelikle, Amerika Birleşik Devletleri'nin etkisi altındaki komşu ülkelerdeki haberlerin % 70' inin Amerikan haber ajanslarınca, İngiliz eski sömürgelerindeki haberlerin %50' sinin İngiliz haber ajanslarınca, Fransız eski sömürgelerindeki haberlerin de %45' inin Fransız haber ajanslarınca sağlanması ile oluşan yeni bir bağımlılık paradigması ortaya çıkmaktadır.<sup>134</sup>

---

<sup>132</sup> Yasemin İnceoğlu, **Çeşitli Ülkelerde Medya**, İstanbul: Der Yayınları, 1994. s.27.

<sup>133</sup> Oya Tokgöz, **Temel Gazatecilik**, Ankara: İmge Kitabevi, 2000, s.105.

<sup>134</sup> Uluç, s.207.

Ayrıca, dengesizlik yalnızca sayısal değildir. İçerik açısından da, batının bireyci, liberal kapitalist yapısı ve kara yönelik kitle iletim süreci yapısı haberlerin içeriğine de yansımaktadır.<sup>135</sup>

*“Haber Ajanslarının Etkileri”:*

Hangi haberlerin basılacağını, yayımlanacağını ve hangi haberleri pek çok insanın aklına bile getirmemesi gerektiğini belirleyenler genellikle haber ajanslarıdır. Bazı özel ve yerel haberlerin dışında, kitle iletişim araçlarının gündemini, haber bölümlerinin günlük çalışma hız, biçim ve yöntemlerini haber ajansları belirlemektedir.<sup>136</sup>

Örneğin, Irak’ın Kuveyt’e saldırmasını Bağdat radyo ve televizyonu ve Irak gazeteleri ile Amerikan gazeteleri, radyoları ve televizyonları aynı yönde, aynı niteliklemlerle, aynı yorumlarla vermez.

Ancak bunlara haber ileten uluslararası kuruluşların yorum ve nitelikleme içermeyen gerçekleri yansıtması beklenir, istenir. Ne var ki bu, hiçbir zaman böyle gerçekleşmemektedir. Uluslararası haber ajansları, ulusal, bölgesel ya da uluslararası çıkarlar söz konusu olduğunda, bilgiyi çarpıtmada bir sakınca görmedikleri gibi bu konuda birlikte hareket ederek tek ses olabilmektedirler.<sup>137</sup>

*“Ekonomik Gerçekler ve Güç Kaynağı Olarak Haber Ajansları”:*

Haber dolaşımındaki dengesizliğin temelinde, ekonomik gerçekler yatmaktadır. Ekonomik açıdan güçlü olan, teknik olarak da yeterli donanıma sahiptir. Bu gerçek, kitle iletişiminde ve özellikle uluslararası haber ajanslarının yayın politikalarında kendini yoğun bir biçimde hissettirmektedir.

---

<sup>135</sup> İlal, s.91.

<sup>136</sup> Wolf Schneider, Paul-Josef Raue, **Gazetecinin El Kitabı**, Ankara: Konrad Adenauer Vakfı Yayını, 2000, s.15.

<sup>137</sup> Nurdoğan Rigel, **İleti Tasarımında Haber**, İstanbul: Der Yayınları, 2000, s.79.

Dolayısıyla uluslararası iletişimde güçlü olanın sözü geçmekte, iletişim teknolojilerini geliştiren toplumlar, haberlerin toplanması ve dağıtılması konularında da büyük bir avantaja sahip olmaktadır.<sup>138</sup>

Nitekim bugün “dünyanın jandarma güçleri” durumundaki bütün devletlerin, uluslararası ölçekli, tüm dünya ülkelerine haber, haber malzemesi ve görüntü dağıtan haber ajansları vardır. Görsel, işitsel ve yazılı basının, haber, bilgi ve görüntü gereksinimini büyük ölçüde karşılayan bu kuruluşlar, tüm ülkelerde kitle iletişim araçlarının başlıca kurumu ve can damarı sayılmaktadırlar. Çünkü uluslararası yayın yapan bir haber ajansı, bulunduğu ülkenin uluslararası ortamda en etkin tanıtım ve koşullandırma araçlarından biridir.<sup>139</sup>

Haberde kullanılan sözcükler, kavramlar da tüketici kültürün algılamasını etkileyecek biçimde, ajansın ülkesinin, üretici kültürün, kültürel-ideolojik yapısına uygun oluşacaktır. Yine aynı şekilde haberin verilme biçimi, kalıpları da tüketici kültürü etkileyecektir.<sup>140</sup>

#### *“Uluslararası Haber Ajanslarının Tarihsel Gelişimi”:*

Uluslararası haber akışında büyük etkinliği olan haber ajanslarının öncülüğünü 1835’te Charles Havas tarafından kurulan Havas Haber Ajansı yapmıştır. Özellikle 2. Dünya Savaşı’nda sonra, haber ajansının kurulması pek çok yeni kurulan devletçe amaç olarak benimsenmiştir. Afrika’da Asya ve Okyanusya’da ve Arap ülkelerinde, 1960-1970’li yıllar arasında pek çok haber ajansı kurulmuşsa da, teknolojinin pahalı olması, giderlerin karşılanmaması sebebiyle, 1980’li yılların sonuna doğru pek çoğu hizmetlerini durdurmuşlardır.

Büyük uluslararası haber ajanslarından 1944 yılında kurulan ve Fransız haber ajansı olan Agence France Presse’de (AFP), yeni enformasyon teknolojilerinden yararlanılarak, haberin hazırlanması, depolanması ve dağıtımını bilgisayar aracılığı ile yapılmaktadır. Temelini Havas Ajansı’nın oluşturduğu AFP, haberin yanında fotoğraf, röportaj, radyo ve televizyon bülteni de dağıtmakta, 46 değişik ülkedeki ulusal ajanslardan karşılıklı olarak haber değişimi gerçekleştirerek, abonelerine sözleşme ile servis vermektedir.

---

<sup>138</sup> Ceyda Ilgaz, "Uluslararası Haberleşme Sistemi ve Az Gelişmiş Ülkeler", İ. Ü. İletişim Fakültesi Dergisi, Sayı 9, İstanbul: 1999, ss. 103-106.

<sup>139</sup> Mehmet Ali Bulut, “Çağımızın Güç Kaynağı Olarak Haber Ajansları”, Yeni Türkiye, 96/12, ss. 1125-1134.

<sup>140</sup> İlal, s.90.

Fransa, Paris'te merkezi, Washington, Hong Kong, Lefkoşe ve Montevideo bölgesel merkezleri, 110 ülkede de bürosu bulunan AFP'nin, aboneliklerinin %45' inin iletişim kuruluşları, geri kalanını bakanlıklar, büyükelçilikler, ve kamu kuruluşları oluşturmaktadır. AFP'nin yurtdışında 14 ayrı haber servisi bulunmakta olup, bu servislerden İngilizce, Almanca, Fransızca, İspanyolca, Portekizce, Arapça ve Rusça haber bültenleri yayınlamaktadır. Geliri üyelikten ve devlet örgütlerinden sağlanan ajansın 3000 civarında muhabiri ve yaklaşık aynı sayıda uluslararası müşterisi bulunmaktadır.<sup>141</sup>

1850'de kurulan ve merkezi Londra'da bulunan Reuters Haber Ajansının ekonomi haberleri dünya finans çevreleri tarafından çok yakından takip edilmektedir. Alman asıllı Paul Reuters tarafından kurulan ve mülkiyeti halen Birleşik Krallık, Avustralya ve Yeni Zelanda gazeteler ile Birleşik Emirliğin elinde olan Reuters, 1992 yılında uluslararası TV Haber Ajansı Wisnews'in de %51' ini elde etmiş, böylece önemli bir gelişimin de kaynağını oluşturmuştur. Toplam 84 ülkede, 400'ün üzerinde TV istasyonuna haber servisini gerçekleştiren Wisnews'in verilerini günde ortalama 1.5 milyar kişi izlemektedir. Online bilgisayar bağlantıları ile, 94 ülkedeki 200 kentte finans kuruluşlarına ve bankalara dünya borsalarındaki hisse senetlerini, 22 uluslararası bankanın verilerini, döviz, altın ve çeşitli malların günlük fiyatları ile pazar hareketlerini de 19 dilde geçen ajans, milyonlarca iş adamı ve profesyonel yatırımcı tarafından izlenerek gelirinin %80'ini buradan karşılamaktadır.

15 Mayıs 2007 tarihinde Kanada merkezli yayıncılık şirketi Thomson, ünlü İngiliz haber ajansı Reuters'i 17.23 milyar dolara (8.7 milyar sterlin) satın almak konusunda Reuters ile anlaşmaya varmıştır. Anlaşma ile Thomson, Reuters'in %53'lük kontrolünü elde etmiş, birleşme sonrasında ajans Thomson-Reuters adını almıştır.<sup>142</sup>

Merkezi ABD'nin New York şehrinde olan, dünyanın dört bir yanındaki 243 bürosu ile 121 ülkedeki abonelerine her gün milyonlarca sözcüğü içeren haber geçen AP (Associated Press) iletişim teknolojisinin her aşamasını yakından izleyerek, toplama ve dağıtma işlevini anında bunlara uygulamaktadır.

Dünyadaki bütün abonelerine fotoğraf gönderdiği 10 milyonun üzerinde imajı arşivinde barındıran fotoğraf yayıncılık servisi, Dow Jones kuruluşu ortaklığında yürüttüğü

---

<sup>141</sup> Rıdvan Bülbül, **Uluslararası İletişim**, Ankara: Nobel Yayınevi, 2002, s. 114.

<sup>142</sup> "Reuters, 17 Milyar Dolara Satıldı", 15 Mayıs 2005, <http://www.medyatava.com/haber.asp?id=36869> , ET 16 Ağustos 2010

ekonomi servisi, spor servisi, ayrıca radyo ve televizyon kuruluşları için haber geçtiği özel bir servisi de bulunan AP'nin haberleri 2005 yılı itibariyle 1700 gazete, 5000 televizyon ve radyoda yayınlanmaktadır.

4.000 den fazla çalışana sahip olan AP'ye 1.500 Amerikan gazetesi üye bulunmaktadır. AP'nin 4 ayrı dilde yayılan haberleri yanı sıra küresel video haberleri servisi 550 uluslararası yayıncı tarafından alınmaktadır.<sup>143</sup>

### **3.4.2. Tek Taraflı Haber Akışının Olumsuz Etkileri ve MacBride Raporu**

Batılı ajansların uluslararası habercilik alanındaki tek kaynak olma durumu 1970'li yıllarda az gelişmiş ülkelerin itirazlarına hedef olmaya başladı. Çünkü bu kuruluşlar Batı kökenli olmaları ve müşterilerinin çoğunluğunun zengin Batılı ülkelerde bulunması nedeniyle habercilik faaliyetlerinde Batıyı ve onun bakış açısını kayıran bir çizgi izliyorlar., bunun sonucunda da uluslararası gündemdeki haberlerin büyük çoğunluğu Batılı ülkeler ve onların çıkarları hakkında oluyordu.

Az gelişmiş ülkeler ise birbirlerinden habersiz yaşıyorlar, ancak başlarına doğal felaketler, savaşlar gibi olumsuz gelişmeler geldiğinde uluslararası haber ajanslarının ilgisini çekip gündeme gelebiliyorlardı. Bu durumda az gelişmiş ülkelerin uluslararası plandaki geri kalmış imajı sürekli bir biçimde yeniden üretiliyordu.

Tüm bu eleştiriler UNESCO bünyesinde değerlendirildikten sonra İrlandalı diplomat Sean Mac Bride başkanlığındaki uluslararası komisyon tarafından bir rapor hazırlandı. 1980'de yayımlanan "Bir Çok Ses, Tek Bir Dünya" başlıklı raporda gelişmiş ülkelerin uluslararası haber akışını kontrol ettiği, bu ülkelerden az gelişmiş ülkelere doğru tek yönlü bir haber akışı olduğu, az gelişmiş ülkelerin seslerini duyuramadığı eleştirileri haklı bulunuyor ve tek yönlü haber akışı yerine dengeli bir akışı çağırısı yapılıyordu.

1980 tarihli MacBride raporunda uluslararası enformasyonun %80'inin dünyaya Londra, New York, ve Paris'ten yayıldığı belirtilmektedir.<sup>144</sup>

McPhall ise 1987 tarihli bir araştırmanın sonuçlarına dayanarak ajansların haber akışını ellerinde bulundurduğunu daha net bir şekilde ifade etmektedir, uluslararası haberlerin

<sup>143</sup> Uluç, s.245.

<sup>144</sup> "Bir Çok Ses, Tek Bir Dünya", UNESCO Türkiye Milli Komisyonu, Ankara, 1993, s. 159.

% 90'ı beş büyük ajans olan AP, Reuters, AFP, UPI ve TASS tarafından üretilmektedir.<sup>145</sup> Aradan geçen 20 yıldan fazla süre içerisinde UPI finansal zorluklar nedeniyle sahnedeki çekildi. TASS ajansı ise SSCB'nin yıkılması ile birlikte eski etkinliğini yitirdi.

MacBride raporunda uluslararası iletişimin nasıl gelişmiş ülkelere az gelişmiş ülkelere doğru tek yönlü olduğunun resmi detaylıca çizilmektedir; AP'nin teleks servisi hergün New York'tan Asya'ya 90 bin kelime geçerken, Asya'dan New York'a akan kelimelerin sayısı sadece 19 bin; UPI'nin Genel Haberler Servisi New York'tan Asya'ya 100 bin kelime gönderirken, Asya'nın tüm bölgelerinden toparlanan haberlerin yoğunluğu günde '40-45 bin kelimeyi geçmemekte; keza AFP Asya'ya günde 30 bin kelime haber geçerken, ters yönden gelen haberler sadece 8 bin kelimedede oluşuyorlar.

“Comission Internationale de Communication” (CIC) Başkanı Sean MacBride raporun önsözünde, oluşturulan komisyonun hareket noktasını şöyle özetlemiştir:

“Üçüncü dünya ülkeleri sanayileşmiş ülkelere kendilerine yönelik haber akımı egemenliğini dengeli haber akımı özgürlüğüne müdahale olarak niteliyor ve saldırılarını bu noktada yoğunlaştırıyorlardı. Basın özgürlüğü savunucuları, ulusal egemenliklerin müdahalecileri olarak anılıyordu. Haberin değişik değerlendirilişi, haberin rolü, gazetecilerin hakları ve sorumluluklarına ilişkin anlayışlar enine boyuna tartışıldı ve bunlar medyanın, dünyanın başlıca sorunlarına katkı sağlayabilecek güç kaynakları olarak görüldü.”

Söz konusu MacBride raporunda eşitsizliği göstermek için Venezuela'da yapılan bir araştırmaya da değinilmektedir. Söz konusu araştırmada Venezuela'nın her gün yurt dışından 1360 haber aldığı saptanmıştır ve bu rakamın % 20.44'üne tekabül eden 278 haber Kuzey Amerika'dan gelmektedir; buna karşın Venezuela yurt dışına günde sadece 71 haber göndermektedir ve bunun da 20 tanesi ABD'ye geçilmektedir. Haber akışı gelişmiş ülkeler kaynaklı olunca haberlerin büyük çoğunluğu da doğal olarak bu ülkelere ilgili sorunları ele alan bir tarzda işlenmektedir. MacBride raporundaki verilere göre haberlerin sadece % 10-30'luk bir oranı “gelişmekte olan ülkeler” hakkındadır.<sup>146</sup>

Uluslararası ajansların gelişmiş Batıyı öne çıkartan bu tavrı sonuç olarak dünyayı izlemek için onlara bağımlı olan ulusal basın organlarına da yansımaktadır; Latin Amerika

<sup>145</sup> Kaplan, s.154.

<sup>146</sup> “Bir Çok Ses, Tek Bir Dünya”, UNESCO Türkiye Milli Komisyonu, Ankara, 1993, s. 160.

ülkelerinde yayımlanan 16 gazeteyi kapsayacak şekilde yapılan bir başka araştırmada sayfalarda yer alan uluslararası haberlerin % 60,5'inin Batı Avrupa ve ABD hakkında, %19.6'sının Latin Amerika hakkında, %16.5' inin Üçüncü Dünya, % 3'ünün de sosyalist ülkeler hakkında olduğu hesaplanmıştır.<sup>147</sup>

MacBride raporunda bilgisayar teknolojilerindeki gelişmelere değinilmekte, bilgisayarların telekomünikasyon sistemleri ve kitle iletişim araçlarıyla birleşmesinin ekonomide, eğitimde ve habercilik alanında çok önemli gelişmelere yol açtığı; böylece önemli enformasyon teknolojisinin az sayıda ülkenin dünyanın gelişmekte olan bölgeleri üzerindeki egemenliğinin ve etkinliğini artırdığı vurgulanmaktadır.

Raporda ekonominin yaşamsal sektörlerinde “uluslararası şirketlerin gösterdiği yayılmanın bazı ülkelerin istikrar ve bağımsızlığını etkileyen bir boyuta vardığı, bunun iletişim alanında da görüldüğü” söylenerek, çok uluslu şirketlere ve onların iletişim alanındaki faaliyetlerine dair bir endişe dile getirilmektedir.

Hazırlanan raporda, bu eşitsizliklerle ilgili olarak aksaklıklar belirtilmiş, bunların nedenleri ve giderilmesi için önlemler sıralanmıştır. Raporda temel görüş olarak, gelişmiş ülkelerle, gelişmekte olan ülkeler ya da üçüncü dünya ülkeleri arasındaki haber akımının dengesizliği kabul edilmiştir. Raporda ayrıca, haber toplama ve dağılımının her iki yönde dengeli ve adilce yürütülebilmesi için ulusal ajansların kurulması, bunların kendi aralarında ve uluslararası nitelikteki büyük ajanslarla işbirliği yapmaları, gelişmek halindeki ülkeler arasında iletişimi hızlandırmak ve pekiştirmek için bölgesel haber havuzları oluşturulması öngörülmüştür. Bu amaçların gerçekleştirilmesi için gelişmiş ülkelere öteki ülkelere alanında uzman personel gönderilmesi ve hazırlanacak eğitim programlarıyla yerel elemanlar yetiştirilmesi de önerilmiştir.

Kısacası MacBride raporunda enformasyonun teknolojiye yeni gelişmelerin ışığı altında ekonominin işleyişinde çok daha önemli hale geldiği, kendi başına bir ekonomik faaliyet olarak boyutlarının genişlediği belirtiliyor ve bu alandaki ulusal ve uluslararası

---

<sup>147</sup> Atilla Girgin, **Uluslararası İletişim, Haber Ajansları ve AA**, İstanbul: Der Yayınları, 2002, s.89.



eşitsizlikleri düzeltmek için ‘köklü’ değişiklik talep ediliyordu. Bu noktada korumacı önlemler ve iletişimin ticarileşmesinin önüne geçilmesi arzu ediliyordu.<sup>148</sup>

### **3.4.3. NWICO (New World Information And Communication Order) ve Serbest Ticaret**

Uluslararası iletişimdeki dengesizlik ve eşitsizliklere tepki olarak 1970'lerin başında ortaya atılan NWICO kavramı başlangıçta bağlantısız ülkelerle doğu ülkeleri tarafından desteklenmiş, 1980'lerden itibaren de UNESCO tarafından da benimsenmiştir. Yeni uluslararası enformasyon ve ileti düzeni NWICO, enformasyonun içeriğinde ve akışında eşit ve adaletli dengenin sağlanması, ulusal iletişim politikalarının en azından ulusal düzlemde gerçekleştirilmesine olanak tanınması ve gelişmekte olan ülkelerin haberlerini çarpıtmadan yansıtabilecek uluslararası düzeyde çift yönlü haber akışının sağlanmasını olanaklı kılmaya çalışan evrensel bir süreç olarak tanımlanabilir.

Gelişmekte olan ülkeler ile gelişmiş kapitalist ülkeler arasında haber akışı açısından büyük bir dengesizliğin söz konusu olması Üçüncü Dünya Ülkelerine ilişkin haberlerin çarpıtılarak yansıtılması ve bu alanda uluslararası haber ajanslarının ezici üstünlüğü Üçüncü Dünya Ülkelerinin birbirleri hakkındaki kısıtlı sayıdaki haberlerinin bile değer sistemlerini, ideolojilerini ve ön yargılarını habere yansıtan gazetecilerden almak zorunda bırakılmaları ve buna benzer tüm sorunlar bir anlamda medya emperyalizmini yaratmakta ve gelişmekte olan Batılı ülkelere bağımlılığı da arttırmaktadır.

Enformasyonun ekonomi içinde öne çıkmasına karşın 2.Dünya Savaşı sonrası uluslararası ticareti düzenleyen GATT rejiminde yer almıyordu. 1970'lerin ikinci yarısından itibaren ABD merkezli çokuluslu şirketler bunun değiştirilmesi, enformasyon akışını rahatça kullanmalarına imkan sağlayacak şekilde hizmetler sektörünün de GATT'teki serbeset ticaret rejimine dahil olması için Amerikan yönetimine baskı yapmaya başladılar.

NWICO'nun amaçladığı şey; tüm dünyadaki ulusların iletişim alanlarından çok boyutlu, çok yönlü eşit bir şekilde yararlanmalarını sağlayacak uluslararası enformasyon ve iletişim sistemlerini kırma sürecini başlatmaktır.

---

<sup>148</sup> “Bir Çok Ses, Tek Bir Dünya”, UNESCO Türkiye Milli Komisyonu, Ankara: 1993, s. 290.

NWICO karşıtları da basın haberciliği üzerinden hareket ettiler. Üçüncü dünya yetkililerinin, ülkelerinin kötü yansıtıldığı ve bunu engellemek için girişimlerde bulunulması gerektiği yaklaşımı karşısında NWICO'nun karşıtları bunun bası özgürlüğüne darbe olduğunu, Üçüncü Dünya ülke diktatörlerince bahane olarak kullanılarak, bilgi-haber akışının baskı altına alınacağını öne sürdüler.<sup>149</sup>

Ancak NWICO kavramı sadece basın haberciliği alanında değil, uluslararası iletişimdeki tüm dengesizliği kapsamaktadır. İşte bu nedenledir ki, NWICO tartışmalarında önemli bir dönüm noktası sayılan MacBride raporunda haberlerdeki dengesizliğin karmaşık ve çok yönlü bir olgu olduğunu vurgulayan bölümde hem konunun haber terimi etrafında şekillenmesini, hem de aslında tartışmanın çok daha farklı boyutlar taşıdığını gösteren şu ifadeler yer alır:

“Bu dengesizlikler, “haber” kavramının alışılmış anlamıyla yalnızca haber akımı ile sınırlı değildir. Bunlar aynı zaman da, bilimsel amaçlar, teknik ilerlemeler, ticari gelişmeler, doğal kaynakların işletilmesi, meteorolojik tahminler, askeri amaçlar vb. ile ilgili verilerin toplanıp yayılmasını giderek artan bir biçimde etkilemektedir. Kısaca burada söz konusu olan, siyasal ve ekonomik kararların alınmasını yönlendiren stratejik bilgilerdeki dengesizliktir.”<sup>150</sup>

#### *“İletişimdeki Serbest Akışın Serbest Ticarete Evrilmesi”:*

ABD ve İngiltere NWICO'dan çekilerek UNESCO'ya büyük bir darbe vurdu. Örgüt bütçesinin üte ikisini böylelikle kaybetti ve uluslararası iletişime yöne veren en önemli iki ülke artık bünyesinde bulunmadığından işlevselliği azaldı.

Amerika Birleşik Devletleri 1984 yılında, dünya basının, “dört dev” haber ajansına (AP, UPI, AFP, Reuters) bağımlılığını azaltmak için tasarlanan “Yeni Dünya Bilgi ve İletişim Düzeni” (NWICO) projesi nedeniyle, yaptığı ödemeleri durdurarak UNESCO'dan ayrıldı.

---

<sup>149</sup> Girgin, s.75.

<sup>150</sup> “Bir Çok Ses, Tek Bir Dünya”, UNESCO Türkiye Milli Komisyonu, Ankara, 1993, s. 39.

ABD, NWICO projesinin Birleşmiş Milletlerde 143'e karşı 1 oyla onaylanmasına karşın, UNESCO'yu "basın özgürlüğünü azaltmak" ve kötü yönetim gibi başka hatalarla suçladı.<sup>151</sup>

Amerikan yönetimi aynı tavrı uluslararası iletişime dair diğer örgütlere karşı tehdit olarak kullandı. Uluslararası Telekomünikasyon Birliği (ITU) bu yüzden NWICO'nun tam tersi bir tavırla 1987'de GATT sürecine uygun şekilde davranıp uluslararası telekomünikasyonu "ticari bir olgu" diye tanımlarken, 1989'da örgütün Genel Sekreteri Butler'de ancak GATT süreciyle işbirliği yaparlarsa hayatta kalabileceklerini belirtti.

Aslında Amerika'nın yönetiminin, Hizmetler Sektörünü GATT rejimi içerisine almak için 1986 yılına Uruguay Yuvarlak Masa toplantıları başladığında, elinde hareket edeceği belli bir strateji mevcuttu. Buna ek olarak GATT üyelerini görüşmelere katılmazlarsa dünyadaki en geniş pazarı oluşturan ABD'ye ürünlerinin sokulmaması yaptırımıyla karşı karşıya kalacakları tehdidi getirildi. En sonunda GATT görüşmeleri 1993 yılında tamamlandı ve hizmetler sektörü serbest ticarete açıldı.

Süreç içerisinde uluslararası kalkınma yardımları ve krediler de bu doğrultuda verilmeye başlandı. Dünya bankası ve IMF telekomünikasyon yatırımlarına öncelik verdikleri gibi, borç isteyen ülkelere pazarlarını yeni neo-liberal anlayış çerçevesinde "serbest ticarete" uygun olarak yapılandırmayı, özelleştirmeler gerçekleştirmeyi şart koştu.<sup>152</sup>

Kısacası küresel planda kapitalizmin yeniden yapılanmasına uymayan NWICO önce engellendi, sonrasında unutulmaya bırakıldı. Üretim güçlerinin üretim ilişkilerini belirlediğini, kapitalist sistemin kendi işleyişi doğrultusunda iletişim süreçlerini de düzenlediğini söyleyebiliriz. Sadece her gün 2 trilyon dolardan fazla bir sermayenin telekomünikasyon sektöründe dolaştığını, bu trafiğinde sürekli akan enformasyon sayesinde düzenlendiğini dikkate aldığımızda iletişimin ticari boyutunun ağırlığını daha iyi anlayabiliriz.

*"Haber Ajanslarının Ayrımcı Yapısı":*

---

<sup>151</sup> "ABD'nin Yasa Tanımayan Devlet Olduğunun Kanıtı, 19 Mart 2003, <http://eski.bianet.org/2002/03/19/haber8643.htm> ET: 20.08.10

<sup>152</sup> Girgin, s.79.

MacBride raporuna göre; Uluslararası haber ajanslarında çalışan muhabirler çok uluslu şirketlerin ve Batılı hükümetlerin yetkililerinin açıklamalarını daha güvenli olarak kabul ediyorlar.<sup>153</sup>

Ajansların şirketlerin bilançolarından, karlarından, yeni yatırımlarından haber verdiği, gerçek zamanlı ekonomik veriler geçtiği, ancak sol değerleri, işçilerin durumlarını haberlerinde hiç yansıtmadığı da gözleniyor. Ajansların böyle davranarak Batı'nın liberal ekonomi mantığını geçerli tek düşünce gibi yansıtmaya çalıştığı öne sürülebilir.

Sürekli gelişme ve teknolojik yenilenme içinde olan ve böylesi etkin bir güce sahip bulunan uluslararası haber ajansları, öteki çok uluslu girişimlerle karşılaştırıldığında, küçük kalmakta, mali güçleriyle ancak son sıralarda yer almaktadır. Ancak bu şirketlerin güçleri ve önemleri, mali kapasitelerinde değil, çağdaş toplumun ana değişkenini, yani haber tekeliğini ellerinde bulundurmalarındandır.

Çünkü dünya üzerindeki kitle iletişim araçlarının tamamına yakını, söz konusu haber ajanslarının 1859 yılında işbirliği anlaşmaları imzalayarak başlattıkları ve günümüzde de sürdürdükleri haber tekel ve kartelleri yüzünden, buldukları ülke dışındaki haberlerin büyük bölümünü, kendi özgün haber kaynaklarından önce bu ajansların haber bültenlerinden sağlamaktadırlar.<sup>154</sup>

Bugün başlıca haber tekelleri diye bilinen AP, AFP, Reuters gibi uluslararası haber ajansları, etkinliklerini tüm dünyada sürdürürken, az gelişmiş ülkelere yalnızca yabancı ülkelerden değil, sık sık kendi ülkelerinden bile haberler sunmaktadır. Bu ajanslar bir yandan da birçok bağımsız ülke ajansının bir ölçüde 'sözcüsü' durumundadırlar. Bunların arasında gelişmekte olan ülkeler ile Avrupa Birliği ülkelerinin ajansları da bulunmaktadır. Bu üç haber ajansının çeşitli ülkelerde, 500'e yakın bürosu ya da temsilciliği bulunmaktadır. Bu ajanslar, söz konusu bürolarda kendi milliyetlerindeki gazetecilerin denetiminde, yerli halktan görevliler de çalıştırmaktadır. Yine, bu üç haber ajansına, dünya çapında abone ve müşteri olan medya kuruluşu sayısı 18.000'i aşmıştır.<sup>155</sup>

---

<sup>153</sup> "Bir Çok Ses, Tek Bir Dünya", UNESCO Türkiye Milli Komisyonu, Ankara: 1993, s. 63.

<sup>154</sup> Girgin, s. 17.

<sup>155</sup> Girgin, s.23.

Günlük haber dalgalarının 2/3'ü dolaylı ya da dolaysız olarak New York'tan gelmektedir. Büyük haber ajanslarında çalışan gazetecilerin 2/3'ünden fazlası Amerikalı ya da Avrupalıdır ve dünyaya o gözle bakmaktadırlar. Günlük gazetelerin en deneyimli yurt dışı muhabirleri bile ajansların gücüne karşı koyamamakta, ülkelerindeki yazı işlerine, dış kaynaklı bir haberi kabul ettirmeyi çok azı başarabilmektedir.<sup>156</sup>

*“Haber Ajanslarının Etki-İşlevleri ve Tarafsızlık-Yansızlık İlkeleri”:*

Yani yapılan tüm istatistikî çalışmalar gösteriyor ki; Batılı haber ajansları gerçekten de haber akışının neredeyse tamamına yakını kontrol altında tutmaktadır. MacBride Raporu'nda dünyaya yayılan haberlerin %80'inin, McPhall ise uluslararası haberlerin %90'ının ajanslarca üretildiğini dile getirdiğini yukarıda aktardık. Tabi bu durumda, dünyanın pek çok ülkesindeki pek çok kitle iletişim aracı, dünyadaki gelişmelerin Batılı haber ajanslarının bakış açısıyla aktarıyor. Tabi bu da doğallığında ajansların Batının kendi çıkar ve politikalarını ön plana çıkarmaları ve tüm gelişmeleri Batılı ülkelerin perspektifinden ele almaları sonucunu doğuruyor. Ki haberlerin çok büyük bir kısmının Batılı ülkeler hakkında olması da az gelişmiş ülkelerin birbirlerinden haberdar olmaması sonucunu da beraberinde getirmektedir. Dolayısıyla aslında az gelişmiş ülkelerin medyası da sayfalarında ya da ekranlarında ister istemez, kendi ulusal çıkarlarından çok Batının çıkarlarına yer vermektedir. Ayrıca haber üretiliş biçimi ve üçüncü dünya ülkelerine bakış açısı, hep Batıdaki kalıplaşmış düşünce tarzlarına uygun olarak şekillenmektedir.

Doç. Dr. Atilla Girgin “Küreselleşen İletişimde Haber Ajansçılığı” konulu konuşmasında, ister ulusal, ister bölgesel, ister uluslararası kimlikli olsun, ajanslar;

- Uluslararası barıştan yana olmalı, barışın güçlendirilmesini desteklemelidir.
- Uluslararası yakınlaşmayı sağlayacak bir politika izlemeli; bireyler, topluluklar ve uluslararası nefreti, düşmanlığı körüklemekten kaçınmalıdır.
- Bir ulusun, bir topluluğun ve bireyin kültürel değerlerini ve inançlarını- inançsızlığını doğrudan saldırı konusu yapmamalıdır.

---

<sup>156</sup> Wolf Schneider, Paul-Josef Raue, **Gazetecinin El Kitabı**, Ankara: Konrad Adenauer Vakfı Yayını, 2000. s.18.

- Her türden şiddeti haklı gösteren, özendiren, kışkırtan örnek ve uygulamalardan uzak durmalıdır.

- Demokrasi ve insan haklarının gelişmesine, yaygınlaşmasına katkıda bulunmalı, insanlığın evrensel değerlerine, farklılıklara saygıyı savunmalı; milliyet, ırk, cinsiyet, dil, din, sınıf ve felsefi inanç ayrımcılığı yapmadan, tüm ulusların, tüm halkların ve tüm bireylerin saygınlığını tanımalıdır.

- Haber yayınlarının kalitesi, nicelik ve nitelik yönünden uluslararası ölçütlere yükseltmeli ve tarafsızlık ve yansızlık ilkeleri göz ardı edilmemelidir.<sup>157</sup>

Ulusal sorunlarla ve uluslararası ilişkilerle ilgili haberlerde tarafsızlık daha da yoğunlaşmaktadır. Bu tür haberlerde

Bundan çeyrek asır önce uluslararası iletişimde karşılaşılan sayısal dengesizliğe ve temsil ediliş tarzındaki adaletsizliğe yönelik getirilen eleştiriler hala geçerliliğini korumaktadır.

*“Uzmanlar ve Haber Kaynakları”:*

Yukarıda medyanın haber kaynaklarından, uluslararası haber ajanslarının niteliğini anlatmaya çalıştık. Ve bu ajansların güvenilirlik açısından çok da olumlu sinyaller vermediklerini, yapısal anlamda çok çeşitli sorunları içlerinde taşıdıklarını anlatmaya çalıştık. Kitle medyası açısından ajanslar dışında; hükümet, devlet kurumları, askeriye, iş dünyası örgütleri, meslek birlikleri vs. güvenilir, objektif haber kaynaklarıdır. Yerel ölçekte herhangi bir olay meydana geldiğinde, kitle medyasının o ilin veya ilçenin valisi, kaymakamı veya emniyet müdürüyle bağlantı kurması bir tesadüf değildir.

Kitle medyası, sistemin kurumlarıyla iç içe geçen çıkarlara sahip olduğundan "objektif habercilik" imajını sürdürmek ister. Taraflı olduğu şekilde bir görüntüden kaçınmayı ve sistemin kurumlarından gelebilecek baskı ve tehditleri en aza indirmeyi sağlamak için en emin yol, haber kaynakları olarak "haber bürokrasilerinin" tercih edilmesidir. Bu tercihin, ekonomik açıdan daha verimli olmak gibi bir boyutu da vardır. Dolayısıyla kitle medyası,

---

<sup>157</sup> Atilla Girgin “Küreselleşen İletişimde Haber Ajansçılığı”, “Dünya Haber Ajansları Doruğu Sempozyumu”,15.04.2003. [http://www.atillagirgin.net/sunumlar/sunu\\_dunhabajn.htm](http://www.atillagirgin.net/sunumlar/sunu_dunhabajn.htm) ET:19.09.2010

hükümetin, resmi kurumların, askeriye'nin vs. iletmiş haberleri doğru olarak kabul eder ve çoğu zaman onları sorgulamadan olduğu gibi yayımlar. Buna karşın, yerel halktan, muhalif kesimlerden gelen haberler kuşkuyla karşılanır. Hem bu tür haberleri doğrulamak daha pahalı bir iştir. Hem de sistemin sorgulanmasına yol açarak, kitle medyasının çeşitli tehditlerle yüze kalmasına neden olabilir.

Resmi kurumların "haber bürokrasilerinin" medyayı yönlendirebilmek üzere içine girdiği halka ilişkiler çalışması dev boyutlardadır. Medyayı yönlendirmenin, onu habere ve olgulara bağlamak olduğunu keşfeden resmi kurumlar veya büyük şirketler bu alana muazzam kaynaklar ayırırlar. Amerikan Hava Kuvvetleri'nin medyayla ilgili çalışmaları, resmi kurumların kitle medyasını haber bombardımanına tutmasına iyi bir örnektir. 1979 ve 80'de Amerikan Hava Kuvvetleri, toplam tirajı 690.000 olan 140 gazete çıkartıyor, tirajı 125.000 olan bir dergi yayımlıyordu. Çoğunlukla deniz aşırı yayın yapan 34 radyo ve 17 TV istasyonuna sahipti. Karargah ve birimlerle ilgili 45.000, yerel düzeyde ise 615.000 basın bildirisi hazırlayıp dağıtıyordu. Haber medyası ile 6.600 söyleşi yapmış, 3.200 basın toplantısı gerçekleştirmişti.

Sistemin toplum tabanı üzerindeki hegemonyası zayıflamaya veya muhalif güçler resmi propagandayı etkisizleştiren nitelikli aydınlar üretmeye başladığında, sistem "uzmanlar" sağlamaya başlar. Medyaya bolca çıkıp pek çok konuda resmi propaganda çizgisini savunan bu uzmanlar, çoğunlukla akademisyenler veya emekli askerler, istihbarat uzmanları vs.'dir. Akademisyenlerin kafalanması şu üç şekilde gerçekleşir: Resmi veya sivil kuruluşlara "danışman" olarak işe alınırlar. Araştırmaları, resmi kurumlar veya büyük şirketler tarafından finanse edilir. Ya da yine resmi kurumlar veya büyük şirketlerin kurdukları düşünce kuruluşlarında çalışma imkânı tanınır.<sup>158</sup>

#### **3.4.4. Medyaya Yönelik Tepki Üretimi**

Kitle medyası sistemin temel öncülleri içinde kalarak çeşitli eleştiriler yapsa dahi, zaman zaman adına "tepki üreticileri" denen kurumların veya bireylerin tehditleriyle karşılaşır. Tepki üreticilerinin amacı, kitle medyasının resmi propaganda çizgisinden olası

---

<sup>158</sup> Chomsky, Herman, **Medya Halka Nasıl Evet Dedirtir**, ss.61-74.

sapmalarını önlemek, sistem-içi eleştirilerin önüne geçmek ve resmi propaganda çizgisinin tam bir şevkle desteklenmesini sağlamaktır.

Reklam veren büyük şirketler sponsorluk yaptıkları programların tepkilere neden olmasından çekinir ve bu yüzden TV kanalları üzerinde sürekli bir "uygun programcılık" yapılması baskısı oluştururlar. Böylece spondorluktan çekilme tehditleriyle birer tepki üreticisi olurlar.

Hükümet, başlıca tepki üretme odaklarından biridir. Kurulu düzenin çizgisinden sapan medyayı, düzenli saldırı, tehdit ve "düzeltmeler" yoluyla hizaya sokmaya çalışır. Zaten haber yönlendirme faaliyetleri de bizzat tepki üretmeye yöneliktir. Tepki üretme, özellikle de tehlikeli ve pahalıya malolabilecek bir tepki üretme gücü iktidarla doğru orantılıdır.

"Güçlü çevreler, medya tepkilerini dolaylı olarak da ortaya koyabilirler. Medyayı kendi tabanlarına (hissedarlara, çalışanlara) şikâyet edebilirler. Aynı şikâyetleri dile getiren örgütlü bir reklam kampanyası başlatırlar ve medyaya saldırmak amacıyla sağcı düşünce üretme merkezlerinin ya da gözlem kurumlarının yürüttüğü kampanyalara mali destek sağlarlar. Bu güç odakları ayrıca, siyasal kampanyalara parasal destek vererek özel sektör iktidarına daha doğrudan hizmet edecek ve böylece medyada genel çizgiden sapma eğilimi gösteren yayınları engelleyebilecek tutucu politikacıları iş başına getirebilirler.<sup>159</sup>

1970'li ve 80'li yıllarda ABD'de büyük şirketlerin, işleri medyayı izlemek, denetlemek ve resmi propaganda çizgisine yeterince sahip çıkmadığında kamuoyu önünde eleştirmek olan düşünce kuruluşlarını desteklemesi ilginçtir. Bunlardan bazılarının işlevleri şunlardır: Amerikan Hukuk Vakfı (American Legal Foundation) medyada haksız eleştirilere uğrayan "medya kurbanlarının iftira davası açmasına yardımcı olur. Medya Enstitüsü (Media Institute), iş dünyasının medyada doğru bir şekilde resmedilmediği tezini işleyerek medyayı caydırıcı bir rol üstlenir. Medya ve Kamu İşleri Merkezi (Center for Media and Public Affairs) medyada iş dünyası karşıtı "liberal" eğilimlerin peşine düşer. Medyada Doğruluk (Accuracy in Media) petrol şirketleri ve başka pek çok şirket tarafından finanse edilen etkin bir tepki üreticisidir. Dış politikada katı bir sağ kanat propaganda çizgisi izlemesi için medyaya baskı yapar. Özgürlük Evi (Freedom House) El Salvador gibi ABD güdümündeki

---

<sup>159</sup> Chomsky, Herman, **Medya Halka Nasıl Evet Dedirtir**, s.102.



ülkelerin medya tarafından sorgulanmasının "aşırıya kaçtığı" durumlarda devreye girer. Vietnam Savaşı sırasında temel öncüller itibarıyla Amerikan politikasını savunan "liberal" medyayı, geçtiği haberlerle "halkın moralini bozmak" ve "savaşın kaybedilmesine yol açmakla suçlamıştır."<sup>160</sup>

### **3.4.5. Ulusal Bir Din ve Denetleme Mekanizması Aracı “İdeoloji”**

Chomsky ve Herman, ABD kitle medyası için son süzgecin "ulusal bir din olarak anti-komünizm" olduğunu belirtirler. Amerikan kitle medyasında "komünist" veya "komünist bağlantılı olmak" suçlamaları, liberallerin sindirilip susturulmasında önemli bir araçtır. Aynı zamanda toplumu seferber etmek üzere kullanılan bir ideolojidir. Bütün önemli sorunların, sürekli bir dost/düşman kutuplaşması çerçevesinde gerçek özünden kopartılarak ele alınmasını sağlar.

### **3.4.6. Propaganda Modelinin Genel Bir Bakış**

Chomsky'nin propaganda modelinde haberlerin sunuluşu yani medyadaki işleyiş, belli yapısal kurallara bağlıdır. Haberler haber olarak kamuoyuna sunulmadan önce yukarıda aktardığımız süzgeçlerden geçer ve bundan sonra haber niteliğini alır.

Chomsky'nin gözünde medya adeta halkı uyuşturmakta, onların gerçek sorunları üzerinde düşünmesini engellemektedir. Haberler belli süzgeçlerden geçtiğinden belli çıkarları gözeterek ortaya çıkmaktadır. Bu çıkarlar da elbette halkların çıkarları değildir. Dolayısıyla haberlerin doğrulukları, yansızlıkları tartışmalı bir hal almaktadır. Medya, elitleriyle birlikte sistemin yeniden üretimini sağladığı için aslında statükocu bir ideolojiye sahiptir.<sup>161</sup>

## **4. ELEŞTİREL MEDYA KURAMLARI**

İnsanlar ve gruplar arasında meydana gelen iletişim, sosyal bir çerçevede gerçekleşmektedir. İletişim sadece bilgi vermez aynı zamanda yönlendirir, ikna eder ve

---

<sup>160</sup> Taylan Doğan, Bilim ve Toplum Dergisi, “Rızanın İmalatı: Bir Propaganda Aracı Olarak Medya”, <http://www.bgst.org/keab/ManufacturingConsent.asp> ET: 02.09.2010

<sup>161</sup> Tevfik Erdem, “Noam Chomsky ve Amerikan Tarzı Demokrasi”, Gazi Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi 7.2.2006 s.206.

duygulara seslenir. Siyaset, iletişimin bu özelliklerini kullanarak amacına ulaşmaya çalışır. Kitleleri yönlendirmek, verilen mesaja inandırmak ve duygularıyla hareket etmelerini sağlamak için iletişim kitli bir rol üstlenmektedir.

Demokratik sistemin aktörleri arasında kitle iletişim araçları ve siyasi kadrolar önemli yer tutmaktadır. Kitle iletişim araçları sadece siyasi kadroların mesajlarını halka ulaştırmakla kalmaz, aynı zamanda siyasi sistemi denetleme işlevini de görürler. Kitle iletişim araçları siyasal bilgi edinme ve siyasal ilgi düzeyini arttırmaya da katkıda bulunurlar.<sup>162</sup>

Siyasetin kamuoyunu yönlendirmesi sürecinde birey ve grupların yanı sıra, kitle iletişim araçları da önemli rol oynamaktadır. Kamuoyu, iletişim ve toplumsal etkileşim süreci içinde olduğu için medya aracılığıyla alınan mesajlar, kanaatlerin oluşumunda etkin olmaktadır. Medyadan mesajı alan birey, mesajın içeriğine göre ya sahip olduğu kanaati pekiştirmekte ya da eğer karasız bir durumda ise karar vermesi kolaylaşmaktadır.<sup>163</sup>

Medyanın “gündem oluşturma” gücü de kamuoyunun oluşumunda etkilidir. Kitle iletişim araçları “istedikleri” haberleri önemseyip büyütmede, yine “kendi istedikleri” haberleri küçülterek önemsizleştirmektedirler. Medya bu politikayı, kamuoyunun yönlendirilmesinde, etkilenmesinde sıkça kullanmaktadır.

#### **4.1. Medya-İktidar Ve İdeoloji**

Medyanın işlevinin, liberal kuramda, devleti gözetleyen kamu gözcüğü olduğu belirtilir. Medya, serbest ve bağımsız bir tartışma ortamı sunarak kamuoyunun sağlıklı oluşumuna katkıda bulunmalı, hükümetler halkın görüş ve eğilimlerini bu yolla öğrenerek çalışmalarına yön vermelidir. Bu çerçevede, medyanın hükümetlerden tam bağımsız olması istenir ve bağımsızlığın ancak serbest Pazar ortamında sağlanabileceği öne sürülür.

Genel olarak medyanın görevi, toplumu bilgilendirme hakkına yardımcı olmak ve bu hakkın kullanılması için gerekli olan araçları sağlamaktır. Bir başka deyişle medya, kamuoyuna bilgi ve haber aktarmakta, kamuoyunu bilgilendirmek ve haberdar etmekle yükümlü bir sistemdir. Dördüncü kuvvet olarak adlandırılan medya, demokratik sistemlerde,

---

<sup>162</sup>Oya Tokgöz, “Siyasi Haberleşme ve Kadın”, Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayını, No:429, Ankara, 1979, s.4.

<sup>163</sup>Abdullah Özkan, **Siyasal İletişim: Partiler, Seçimler, Stratejiler**, İstanbul: Nesil Yayınları, 2004, s.215.

yasama, yürütme ve yargı güçlerinden sonra gelen ve bunları denetleyen bir mekanizma olarak karşımıza çıkar. Bu bağlamda medya;

- Haber verme,
- Denetim ve eleştiri
- Kamuoyu oluşturmakla yükümlüdür.<sup>164</sup>

Aynı zaman da medyayı başlı başına dördüncü kuvvet olarak adlandırırken, bu gücün kimin tarafından sahiplenildiği ve bununla bağlantılı olarak rol ve işlevlerinin değişebilir bir yapıya dönüştüğünü söyleyebiliriz. Yani, medyanın dördüncü kuvvet olarak toplum adına iktidara alternatifler sunabilen bir sistemden olmaktan çok, toplumsal yapıda egemen olan güçlerin, baskı gruplarının ya da siyasal erklerin sesini duyuran ve çıkarlarını koruyan bir araç olma yönünde kabuk değiştirdiğini söyleyen yaklaşımlar, medya çalışmalarında eleştirel yaklaşımlar olarak yerini almıştır.

## 4.2. Eleştirel Yaklaşımlar

Medya alanındaki eleştirel yaklaşımlar bağlamında, yapısalcı yaklaşımlar, medyayı ideolojik bir güç olarak tanımlarken; ekonomi politik yaklaşım, medyayı ekonomik temele yaptıkları vurguyla kapitalist üretim dinamiklerini sorunsallaştırırlar. Öte yandan, ekonomi politik yaklaşıma karşı güçlenen kültürel çalışmalar, medyayı toplumsal rızanın kazanıldığı ya da kaybedildiği bir mücadele alanı olarak görürler.<sup>165</sup>

### 4.2.1. Marxist Yaklaşım

Marksist yaklaşım medya konusunu çok daha farklı bir perspektiften ele alır. Çoğulcu (plüralist) düşünürlerin görüşlerinin karşıtı bir yaklaşımla, medyanın nesnel gerçekliği çarpıtıp tahrif ettiğini belirtirler. Marksist geleneğin takipçisi düşünürlere göre medyanın, ön

---

<sup>164</sup> Mehmet Küçük, **Medya, İktidar, İdeoloji**, İstanbul: Bilim Sanat Yayınları, 2005, s.97.

<sup>165</sup> Yasemin İnceoğlu, "Kitle İletişim Araştırmalarında Medya-İktidar İlişkilerinin Tarihsel Gelişimi", Mehmet Ali Aybar'ı Anma Sempozyumu, 18 Ekim 2006, <http://www.yasemininceoglu.com/guncel26.php> ET: 15.08.2010

yargıdan ve baskıdan kurtulması olanaksızdır. Çünkü toplumdaki bir takım güç odakları, “elitler”, bir çok toplumsal konuda olduğu gibi medya üzerinde de etkin bir güce sahiptirler.

Medya ve onun ürünleri de genellikle, toplumun ve bireylerin kaderlerini belirleyici konumda ve makro düzeyde karar verici durumda bulunan, bu hakim ekonomik ve siyasi gruplar tarafından şekillendirilir. Medya, bir bakıma hakim toplumsal sınıfların düşüncelerini dile getirmede bir megafon görevi yapmaktadır. Konu bu açıdan ele alındığında, medyanın gücünün mevcut toplumsal sınıfların güçleriyle yakından ilişkili olduğu görülür.

Marksist düşünceye göre, maddi üretim araçlarını elinde bulunduran sınıf aynı zamanda, bu sahip bulunuşluğun bir getirisi olarak, düşünce ve zihinsel üretim araçlarını da kontrolleri altında tutarlar.<sup>166</sup>

Özellikle kitle iletişim araçlarının kontrolünün belli merkezlerde ya da sınırlı sayıda güç odaklarının elinde toplanması, kitle iletişim ürünlerinin de söz konusu merkezlerce kontrol edilmesi gerçeğini beraberinde getirir. Bu durum son aşamada da, medyanın gücünün belli güç odaklarının elinde yoğunlaşması sonucunu doğurur. Böylesi bir medya, bazı Marksist ve eleştirel düşünürlerin de vurguladıkları gibi, hakim güç odaklarıncı önem atfedilen baskın toplumsal norm ve değerlerin kuvvetlendirilip yaygınlaştırılmasının yanı sıra, toplumsal sistemin meşrulaştırılmasında da stratejik roller oynar.

#### **4.2.2. Louis Althusser**

Medyayı bir “ideolojik mücadele alanı” olarak gören Althusser bu “ideolojik mücadele”yi baskı aygıtları (ordu, polis, mahkemeler) ve ideolojik aygıtlar olmak üzere ikiye ayırır. Medya Althusser’e göre aile, okul, kilise, sendikalar gibi ideolojik devlet aygıtlarından biridir.

Birinci baskı ile iktidarın egemenliğini saptarken, diğeri rıza ile bu egemenliği sürdürür. Althusser baskı aygıtının tümüyle kamusal alanda zor kullanarak işlediğini, ideolojik aygıtın ise, hem kamu, hem özel alanda, ideolojiyi kullanarak işlev gördüğünü ifade eder. Althusser’in bir pratik olarak ideoloji kuramı, azınlığın çoğunluk üzerindeki iktidarının baskıcı olmayan araçlarla sürdürülmesinde ideolojinin rolünü vurgular. Althusser’e göre

---

<sup>166</sup> Karl Marx-Friedrich Engels, **Alman İdeolojisi [Feuerbach]**, Ankara: Sol Yayınları, 1992, ss.64-66.

ideoloji son kertede ekonomik belirleneme bağılı olsa da, kendi başına bir “görece özerklik” taşır ve etkiler meydan getirir.

Althusserci düşünce, özellikle ideoloji konusuna ayrı bir önem verir. Bu düşünürü göre ideolojik üst yapı, ekonomik alt yapının sıradan bir yansıması olarak ele alınıp değerlendirilemez. Tam tersine ideoloji, belli ölçüde ekonomiyi de etkileyen, gerçek toplumsal ilişkilerin çok önemli bir boyutunu oluşturur

Althusser, Marksist düşüncenin önemli argümanlarından biri olan “yapı/üst yapı” görüşünü reddetmez. “Son aşamada ekonomi tarafından belirlenme” düşüncesini de özde karşı değildir. Fakat bununla birlikte, Althusser’e göre, ekonominin son aşamada belirleyiciliği zorunlu olsa bile, “ideolojik üst yapının” varlığını, oluşumunu ve doğasını açıklamada yetersiz kalır. Bu açıdan ele alındığında medya da, ağırlıklı olarak ideolojiden etkilenir. Althusser’in deyimiyle, kitle iletişim araçları, belirli ölçülerde devletin ideolojik aygıtları olarak da nitelendirilebilir.<sup>167</sup>

#### **4.2.3. Antonio Gramsci**

İtalyan aydınlamacı Antonio Gramsci, Materyalist Marxist kuramı “ideoloji” alanı içerisinde daha da genişletir. Ülkesinin faşist yönetimi tarafından tutuklanmasının ardından hapisanede yazdığı yazılarında Gramsci, toplumun üst yapısı üzerinde önemle durur ve onun ideoloji üreten kurumlarını anlam ve güç düzeyindeki mücadele içinde değerlendirir. Gramsci’nin ideolojik hegemonya kuramına göre kitle iletişim araçlarını yönetici seçkinlerin, zenginliklerini, güçlerinin ve konumlarını (kendi felsefelerini, kültürlerini ve etik değerlerini yayarak) sürdürme kullandıkları araçlardır. Bu araçlar gerekli öğeleri bireylerin bilincine, başka türlü orada asla yer alamayacak şekilde öylesine yerleştirirler ki bilinç onları asla ret edemez. Çünkü bu öğeler söz konusu toplumsal kültürde olabildiğine derin bir paylaşım alanına sahiptirler. Gramsci’nin çökelti olarak adlandırdığı, geçmişten bırakılan izler bizim toplumsal ortak duyumuzu oluşturur. Bu ortak duyu sorgulanamazdır, her zaman hazırdır ve yorum gerektirmez. Ortak duyu doğallaştırılmıştır ve kendini tek ve alternatifsiz gerçek olarak sunar.<sup>168</sup>

#### **4.2.4. Frankfurt ve İngiliz Ekolü**

---

<sup>167</sup> Louis Althusser, **İdeoloji ve Devletin İdeolojik Aygıtları**, İstanbul: İletişim Yayınları, 1989, s.145.

<sup>168</sup> İnceoğlu, <http://www.yasemininceoglu.com/guncel26.php>

Eleştirel yaklaşım içerisinde yer alan Frankfurt Ekolü üyeleri ekonomik belirleyicilik üzerinde durmak yerine kültürel eleştiri yapmayı tercih etmişleridir. Kültür Endüstrisi kavramını kullanan ekol üyeleri kültür varlıklarının endüstriyel üretimini, kültürün meta gibi toptan üretildiği hareket olarak incelemektedirler. Dolayısıyla standartlaşmış, serileşmiş kültür endüstrisi ürünleri kendi eleştirel gücünü ortadan kaldırmaktadır. Kültür endüstrisi ürünlerinin ideolojik işlevi ise var olan düzenin meşruiyetini sağlamak, başka bir anlatımla mevcut düzeni en iyi düzenmiş gibi göstermek ve toplumsal bir rıza yaratıp üretim araçlarına sahip kapitalistlerin çıkarlarının devamını sağlamaktır. Frankfurt Ekolü toplumsal dönüşümün sağlanabilmesi için aydınlara sorumluluğu yüklemenin yanı sıra, medyanın da seçkin sanat ürünlerine yer vermesinin önemini vurgulamaktadır.

Frankfurt Okulu kitle iletişim araçlarında yer alan “kitle iletim” ürünlerini, işleyişi ve etkilerini inceleyerek, onların toplumu uyutmak, giderek beyinlerini yok etmek amacına yönelik olduklarını söylerken, kitle iletim sürecinde uysallaştırılan, bir tüketim malına dönüştürülen sanat, özünde taşıdığı ‘düzene karşı çıkış’ misyonunun tam tersine bir işlev kazanmaktadır.<sup>169</sup>

Eleştirel okul içerisinde yer alan İngiliz Kültürel Çalışmaları ise özellikle ideolojinin medya kültürü ve dili aracılığıyla nasıl iletildiği ile ilgilenmekte; sınıf çatışmasından ve burjuva hegemonyasından daha çok sosyal sınıflar, gençler, alt kültürler, ırk ve cinsler üzerine odaklanmakta, izleyicinin rolünün gücünü ve önemini vurgulamaktadır. Genel bir anlatımla izleyiciler medyanın kendilerine sunduğu metinleri, kendi sosyal ve kültürel deneyimleri ışığında egemen, karşıt ve tartışmacı bir okuma biçimi ile seçebilir ve açabilir. Mesajı alan bireyler iletiyi yazarın istediği gibi anlayabileceği gibi tamamen farklı olarak da algılayabilir. Dolayısıyla üzerinde durulması gereken asıl konu okuyucunun rolüdür.<sup>170</sup>

#### **4.2.5. Liberal yaklaşım**

Özellikle küreselleşme çağında medyanın gerek ulusal gerekse de uluslararası siyasette belirleyici bir etken olmaya başlaması ve medya organlarının mülkiyetinin büyük sermaye gruplarının eline geçmesi, tartışmaların eksenini oluşturduğunu görüyoruz. Kitle

---

<sup>169</sup> Ersan İlal, **İletişim, Yıgımsal İletim Araçları ve Toplum**, Der Yayınları, İstanbul 1997, s. 59.

<sup>170</sup> Yusuf Devran, “Küreselleşme ve Medya”, Türk Yolu Dergisi, Sayı 9. s.26.

iletişim araçlarının kimi zaman halkta açık bir rahatsızlık uyandıracak şekilde bazı iktidar odaklarının lehine kampanyalar yürütmesi, tartışmayı daha alevli hale getirir. Tartışmanın ana eksenini aslında şudur: Medyanın mülkiyet yapısı, iktidar yapılarıyla yakınlığı vs. düşünüldüğünde, objektif ve tarafız yayıcılık yapmasını beklemek gerçekçi midir? Yukarı metinlerde de açıklamaya çalıştığımız, medyanın işleyişini açıklamaya dönük çeşitli yaklaşımları aslında iki temel yaklaşıma indirgeyebiliriz.

Bunlardan birincisi, liberal yaklaşımdır. Liberal yaklaşım bu beklentinin gerçekçi olduğunu savunur. Bu yaklaşıma göre medya bir iletişim ve enformasyon kanalı olarak toplumsal gruplar arasında ortak tartışmayı teşvik etmek ve sosyal entegrasyonu desteklemekle yaşamsal bir işlev görmektedir. Özgür ve bağımsız kuruluş olan medya bir toplum içerisinde var olan ve yarışan önemli bütün görüşleri yansıtmakta ve iletmektedir. Medyanın gerçekliği yansıtan bir ayna olduğu şeklindeki yansıtma tezi, medyanın tamamen serbest Pazar koşullarında kontrol edildiğini, profesyonel medya çalışanlarının kendi mesleki etik kurallarına göre davrandığını, medyanın toplumun güç yapısından, siyasal ve ekonomik çıkar gruplarından bağımsız olduğunu varsaymaktadır. Bu yüzden de profesyonel medya çalışanlarının yazıların özgürce kaleme aldıklarını, haberlerini özgürce yaptıklarını, yazılarını yazarken meslek ilkelerinin etkin olduğunu, ekonominin belirleyici olmadığını ve dolayısıyla üretim ilişkilerini merkez alan bir eleştiri yapmanın doğru olmayacağını ileri sürmektedirler. Medya bu rolüyle de bağımsız bir tartışma forumu oluşturarak kamuoyunun oluşmasını mümkün kılmaktadır.<sup>171</sup>

#### **4.2.6. Medyanın İşleyişi ve Herbert Schiller**

*“Yansızlık”:*

Manipülasyonun etkililiği, varlığının izlerinin açıkça gözükmemesine bağlıdır. Manipüle edilen insanlar olayların doğal mecrasında aktığına, toplumun temel sosyal kurumlarının yansızlığına inanıyor olmaları şarttır. Hükümetin, medyanın, eğitimin ve bilimin,

---

<sup>171</sup> Ali Arslan, “Medyanın Toplumsal Gücü”, Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi  
<http://ilef.ankara.edu.tr/id/yazi.php?yad=2356> ET:12.09.2010

sosyal çıkar kavgalarının dışında olduğuna inandırılmalıdırlar. Yolsuzluk, hilekarlık, sahtekarlık gibi olumsuzluklar zaman zaman gözükse de bunlar, insani zaafların ürünüdürler, sistem ve kurumları, bütünüyle tüm kusurlardan uzaktır.<sup>172</sup>

Bu süreçte, medyanın da yansız olduğu varsayılır. Yansızlıktan zaman zaman uzaklaşıldığı medyanın ileri gelenlerince de kabul edilmekte, fakat bunun insani hatalardan kaynaklandığı, prensiplerinde hata olmadığı yolunda garantiler verilmektedir.<sup>173</sup>

Olmayan bir çoğulculuğu var gibi göstermek, yani “medya plüralizmi miti”, zihin yöneticiliğinin üzerine kurulduğu temel mitlerden biridir. Medyanın fiziksel zenginliğinin ve çeşitliliğinin, içerik çeşitliliğinin kanıtı olduğu yalanı kasıtlı olarak söylenmektedir. İletişim endüstrisinin mono polistik karakteristiğinden, sahiplerinin çıkarları ve ideolojilerinin çakışmasından dolayı fikir çeşitliliğine medyada rastlamak neredeyse imkânsızdır. Çeşitliliğin olmadığı bir ortamda seçmenin anlamı üzerine bir yanılgı kasıtlı olarak inşa edilmektedir. Bu mit sayesinde seçme isi manipülatif bir hal almaktadır. “Büyük çoğunluk, tuzağa düşmüş, tekdüze enformasyon yelpazesinde tavus kuşunun kuyruğundaki renk cümbüşünü görmekte olduğu yanılgısına kapılmıştır.”<sup>174</sup>

#### 4.2.7. Mattelard Ve “Uluslararası Medya Emperyalizmi Tezi”

Mattelard’ın önerdiği strateji, küresel emperyalist enformasyon düzenine karşı aynı ölçüde küresel yapıda direnme odaklarının nasıl oluşturulacağına ve ideolojik mücadelenin nasıl verileceğine dair somut bazı saptamalardan oluşmaktadır. Mattelard ulus aşırı medya sahipliğinin ve etkinliğinin tüm yerküre üzerinde hâkim kılmaya çalıştığı güç ve iktidarın, beraberinde geniş çaplı bir kültür emperyalizmine neden olduğunu öne sürmekte, yine bu doğrultuda, yeni küresel enformatik gücün oluşturduğu teknolojik politikaların eğitimden sanata, ekonomiden boş zaman etkinliklerine varıncaya kadar yıkıcı etkilerini değerlendirmeye çalışmaktadır.

---

<sup>172</sup> Herbert Schiller, “**Zihin Yönlendirenler**”, Pınar Yayınları, İstanbul, 2005, ss.22-23.

<sup>173</sup> Schiller, s.24.

<sup>174</sup> Schiller, ss.33-34.



Mattelard'ın iletişimin ideolojik işleyişi bağlamında işlerlik kazandığını öne sürdüğü emperyalizm olgusu, gerçekte uluslararası şirketlerin birleşmesiyle oluşan bilgi tekellerinin faaliyetlerinin bir sonucu olmakla beraber, büsbütün karşı gelinmez bir güç de değildir. Emperyalizme ve özellikle de kültürel Amerikancı emperyalizme karşı mücadele, her şeyden önce, devrimci bir mücadeleyi yeniden düşünmeyi gerektirir. Yerelliğin öneminin öne çıkarılmasıyla, iletişimde merkez kavramının “çevre” karşısında gücünü yitireceğini, gelişmekte olan ülkeler arasında oluşturulacak yeni dayanışma biçimlerinin küresel iletişim düzeninin demokratikliği açısından büyük bir önem taşıdığını, iletişimsel düzlemde “evrensel birliğin” sağlanması için küresel düzeyde verilecek anti-küreselleşme hareketleriyle sivil toplum kuruluşlarının üstleneceği önemli rolün altını çizer.

Mattelard'ın görüşlerini daha önceki eleştirel kuramcılardan, özellikle de Frankfurt Okulu düşünürlerinden ayıran temel farklılık, pasif direniş alanına karşılık aktif bir direniş yönetimini önermesidir. Mattelard'a göre bu direnişin ve mücadelenin süreklilik ve etkinlik kazanma olanağını, büyük ölçüde uluslararası bir örgütlülük düzeyine erişmiş olan sivil toplum kuruluşlarının- çevreciler, nükleer savaş karşıtları, tüketici hareketleri, savaş karşıtları, feminist hareketler gibi çabalarında görmesi son derece doğaldır.

Kısacası Mattelard'ın, küresel ekonomik sermayenin egemenliğindeki tüm bu kültürel ve siyasal emperyalist yayılmaya karşı önerisi, sivil toplum kuruluşlarının anlayışına ve desteğine sahip kamu hizmeti yayıncılığının yeniden canlandırılması yönünde olacaktır.<sup>175</sup>

#### **4.2.8. Stuart Hall- Medya Ve İdeoloji**

Hall'e göre “yapı, anlam ve iktidar oyunu dışında işleyen güçsüz ve sınırsız “iletişim şebekesi” modeli artık terk edilmelidir, çünkü toplumumuzdaki tahakküm içinde sürekli olarak inşa edilen temsil pratikleri; medya kurumları tarafından desteklenen temsil ilişkileri söz konusudur.

Hall'ün tahakküm şeklinde kavramsallaştırdığı ve “rızanın üretilmesi” olgusuyla birebir ilişkili olan ve kaynağını Gramsci'den alan hegemonya kavramında karşılığını

---

<sup>175</sup> Hüseyin Köse, **Küresel Akıntıya Karşı Sivil Arayışlar- Alternatif Medya**, İstanbul: Yirmi Dört Yayınları, 2007, ss.132-137.

bulmaktadır. Hall'ün hegemonya kavramına yüklediği anlam ise farklıdır. Çünkü gücü elinde bulunduran ve kullanma yetkisine haiz egemen sınıflar, kendi içlerinde de farklılık taşıyan bir kütledirler ve aralarında bir bölünmüşlük olduğunu savunur. Modern iletişim araçlarının mülkiyeti de geniş ölçüde bu sınıfın ya da sınıfların elinde olduğundan, üretilen rızaya da fazlaca bir güç ve iktidar payesi atfetmemek gerekir. Çünkü bahsedilen egemen güçlerin de kendi yaşam alanları için gerekli olan paradigmlar içinde ideolojilere ihtiyaçları vardır.

Tüm bu saydıklarımızdan dolayı sınıflar arası mücadelede de denge unsurunun oluşturulmasında medyadaki hakim söylemin oynadığı rol, mücadele alanının kurallarını belirlemektedir. Çünkü medyatik söylemin biçimi bizi iktidarın ve ideolojinin nasıl işlediğine dair geleneksel görüşlerden oldukça farklı bir konuma ulaştırır. Bu düşüncüyü medya metinleri karşısında izleyicilerin durumuna uyarladığımızda, izleyicilerin sunulan iletinin hem kaynağını hem de alıcını oluşturdukları bir durumla karşılaşılmaktadır.

Hall'ün bu çözümlemesi, izleyiciler açısından değerlendirildiğinde, üç tip açıklama çıkıyor karşımıza: Egemen, karşıt, ve tartışmacı açıklama. Bu açıklamalar aynı zamanda izleyicilere ait üç konumu ifade eder: uzlaşmacı, muhalif ve yeğleyici izleyici. Egemen açıklama, doğru, meşru, kaçınılmaz bir toplumsal düzenin ve bir meslek evreninin anlayış biçimi gibi görünen hegemonik bakış açılarına uygun düşer. Karşıt açıklama, iletiyi bir başka izafet çerçevesine, karşıt bir dünya görüşüne göre, örneğin "ulusal çıkar" yerine "sınıf çıkarına" çevirerek yorumlarken; son olarak, tartışmacı açıklama ise, kısmen egemen anlamları ve değerleri benimseyen, ancak yaşanan bir durumdan, örneğin ait olunan grupla ilgili çıkarılardan genellikle paylaşılan tanımlamalara karşı çürütücü tezler çıkaran karşıt mantıklarının bir karması, karşıtlık ve uyum öğelerinin bir karışımıdır.

#### **4.2.9. Van Dijk Ve Medya Söylemlerinin Eleştirel Analizi**

Teun A. Van Dijk, medya araştırmaları, söylem yoluyla toplumsal denetimin sağlanması konusuna odaklanmıştır. Medyatik iktidar, haber içeriklerini ve haberin ideolojik ve anlamsal bağlamlarını güçlülerin tanımlarına göre kurarken, azınlıkların veya muhalif grupların dışlanmasına neden olan bir tür toplumsal denetim biçimini de söylemsel düzlemde yeniden yapılandırmaktadır.

“Daha güçlü gruplar ve bunların üyeleri artan bir yaygınlıkta ve çeşitlilikteki söylem rollerini, türlerini, vesilelerini ve üsluplarını denetlerler ya da en azından bunlara erişme olanağına sahiptirler.”<sup>176</sup>

Bahsedilen söylemin yaşamsal anlamda durduğu yer, medyada bir paravana etkisi işlevi görebileceği gibi, gerçeğin bulanık hale getirilmesinde ya da egemenlerin yararına yeniden inşa edilmesinde aracı olur. Bu noktada iktidarı, kendini dolaysızca dışı vuran güçlü bir söylemler birliği olarak tanımlayabiliriz. Bu ilişki toplumdaki egemen sınıfların görüşlerinin bir yansımasıdır.

*“Denetim Stratejileri”:*

Egemen gruplar ve üyeleri kendilerine tabi olanlarla girdikleri biçimsel diyalogları denetlemekle kalmazlar, toplantılara başkanlık ederler, emir verir ya da yasa çıkartırlar, birçok tipte rapor, kitap, talimat, öykü ya da çeşitli kitle medyası söylemleri üretirler.

Medyatik iktidarın temeli, içinde yer aldığı siyasi ve ekonomik sistemden bağımsız düşünülmemeyeceği için, çoğunlukla “kurumsal efendinin sesi” şeklinde ortaya çıkar. Medya örgütleri bu anlamda ön denetlenmiş bir denetleyen kurum olarak karşımıza çıkar.

Haber medyasında toplumsal ve siyasal gerçekliklerin yeniden inşasında bir takım denetim stratejileri uygulanır. Haber medyasında bilginin sunulmuş biçimi temelde belli bir kanaat iklimi yaratma amacına hizmet eder. Buna göre, kamusal gündemi oluşturacak haber başlıklarının ve sözcüklerin seçimi, kimi konulara yapılan ısrarlı vurgulamalar yanında, kimi toplumsal siyasal gerçekliklere bilinçli olarak yer verilmemesi, alılmayıcı kitlenin özellikle belli konulara dikkatlerinin çekilişi gibi faktörler önemli bir denetim stratejisi olarak karşımıza çıkar. Böylelikle ön kontrol diyebileceğimiz bir süzgeçten geçirilen bilgiler, aynı zamanda toplumsal muhalefeti de denetleyen bir mekanizma haline alır.

*“Meydanın Dili- Egemen Söylem”:*

Van Dijk haberi bir tür olarak değil de, bir söylem biçimi olarak ifade etmesinden dolayı, haber söylemini de toplumda var olan egemen söylemlerin bir ürünü olarak görür.

---

<sup>176</sup> Köse, ss.127-130.

Söylemlerin çerçevesi, toplumsal ilişki ve çelişkilerden bağımsız değerlendirilemez. Hatta haber söyleminin oluşturduğu toplumsal ilişki ve çelişkiler, haber oluşum sürecindeki arka plan bilgisinin yeterince sunulmamasıyla ters orantılı olarak, belirleyici bir etkiye sahiptir.

Bahsedilen toplumsal bağlam iki yönlü bir bağlamdır: mikro ve makro bağlam. Haberin mikro bağlamı, ulusal düzeydeki toplumsal iktidar/güç odaklarının etkileri altındaki gazetecilik pratiği ile haber söyleminin içsel yapısal unsurlarını içerirken, makro bağlam daha ziyade, haber üretim sürecini belli bir yapısal yanlılık sorunuyla ilişkilendirilmesi gereklidir. Yapısal yanlılığı oluşturan şey, tezimizde de ayrıntılı olarak incelemeye çalıştığımız, tüm dünya basınının ajanslara olan bağımlılığıdır. Yani dünyada olup biten önemli bir olaya ilişkin verilecek bir haberin içerdiği eksik ya da yanlı bilgilendirme, basın kuruluşlarının siyasal eğilimleri birbirinden çok farklı olsa bile, haber kaynağına olan bağımlılıkları yüzünden, benzer bir söylemi ve söz birliğini açığa vurmaya götürür. Kitle iletişim araçları toplumsal ilişkiler çerçevesinde gerçekliği yansıtan bir ayna olma misyonundan çok uzak bir noktada durmalarının yanında, belli kalıplardaki gerçeklik tanımlamalarının yeniden kuran bir araç vazifesini üstlenmişlerdir. Bir toplumda yer alan başat grup ya da çevrelerin ideolojik bakış açısı, kendilerine ait doğal ya da genel yargıları ve normların temsil edildiği bir iktidar söylemi kurmayı gerektirir.<sup>177</sup>

#### **4.2.10.Eleştirel Yaklaşımlarda Ortak Nokta**

Liberal yaklaşımının çok iyimser olduğunu ifade eden eleştirel yaklaşımlar özünde ortak olarak, düşüncelerin üretiminin ve dağıtımının sermaye sahiplerinin elinde toplandığını; bu denetimin sonucu olarak kapitalistlerin düşüncelerinin ve dünya görüşlerinin sürekli tekrarlanan reklamlarının yapıldığını, alt grupların düşüncelerine egemen olduğunu ve bu ideolojik egemenliğin sınıf eşitsizliklerini korumada önemli rol oynadığını düşünmektedirler. Bu nedenle medya sosyal denetimin ve ideolojik üretimin bir aracıdır ve yönetici sınıfın, iktidar elitlerinin çıkarlarına hizmet etmektedir. Bağımsız olmayan medyanın devletin kurumları ve iş adamları ile iç içe oluşu bu kesimlerin toplumsal çıkarlarını gözetmesine ve toplumun değişime yönelik taleplerine ve muhalif seslerini görmezden gelmesine yol açmaktadır. Bu yüzden medya sosyal uzlaşmayı veya değişimi yansıtmadığı gibi toplumdaki farklı görüşlerin iletilmesinde de bir kanal işlevi görmemektedir. Medyanın yarattığı gerçeklik

---

<sup>177</sup> Köse, ss.119-120.

ise iktidar seçkinleri tarafından belirlenmiş veya planlanmış bir gerçekliktir. Böylece medya manipülatif bir işlev görmekte, yanlış bilinç ve rıza yaratmakta, var olan düzenin meşruiyetini ve devamını sağlamaktadır.

## 5. MEDYA-DEZENFORMASYON

Medyanın klasik işlevleri kamuoyunu aydınlatmak ve oluşturmaktır. Son yıllarda gözlenen gelişme ise medyanın bu klasik işlevlerine yenilerinin eklenmesidir. O kadar ki, yeni işlevlerin klasik işlevlerin önüne geçtiğini bile söylemek mümkün. Medyanın dikkati çeken çabası, kamuoyunu aydınlatma ve oluşturmanın çok ötesinde, diğer erklerin işlevini üstlenmektir.

1) Medya dikkatleri belli sorunlara, çözümlere ya da insanlara çekip yönlendirecek güç sahibi olanları kayırıp buna bağlı olarak da rakip ya da gruplara yönelmesini önler.

2) Medya statü sağla, meşruiyeti güçlendirir.

3) Medya belirli koşullarda inandırma ve seferber etmenin kanalı olabilir.

4) Medya belirli türden kanalların oluşmasına ve varlıklarını sürdürmesine yardımcı olabilir.

5) Medya psikik ödül ve tatminlerin sunulmasına araç olabilir.<sup>178</sup>

### 5.1. Medyanın gücü, Kamuoyu Oluşturma Etkisi Ve Toplumu Yönlendirmesi

Kitle iletişim araçları, bilgi aynı zamanda imge satarak, yayarak, toplumun motivasyon potansiyelini yönlendirmektedir. İzleyici, hiç farkına varmadan kitle iletişim araçlarından yayılan bilgilerle başka toplumların, başka kültürlerin hayat standartları, yaşam

---

<sup>178</sup> İrfan Erdoğan, Korkmaz Alemdar; **İletişim ve Toplum**, Ankara: Bilgi Yayınevi, 2000. s.77.

biçimleri, birbirleriyle olan ilişkileri, davranış kalıpları, sosyal sorunları ve tüketim alanları ile ilgili bilgilerle donanmaktadır.<sup>179</sup>

Ayrıca medya tarafından iletilen çok sayıda siyasal bilgi ve felaket haberleri halkta bir bıkkınlığın oluşmasına ve duyarsızlığın ortaya çıkmasına neden olmaktadır.<sup>180</sup>

## 5.2. Psikolojik Savaş Sürecinde Medya-Kamuoyu-Propaganda İlişkisi

Propaganda, “kamuoyunu etkilemek için gerçek, yarı gerçek ya da yalan bilgiler yaymada simgeler aracılığıyla bireylerin, grupların inançlarını, tutumlarını ya da eylemlerini etkileme yönünde sistemli gayretlerin tümüne verilen adıdır.” Bir başka ifadeyle de “belli çıkarları olan bireylerin ve grupların, başkalarının kanılarını ve davranışlarını etkilemek amacıyla, önceden tasarlanmış ikna ve telkin tekniklerini kullanarak yaptıkları eylemdir.”<sup>181</sup>

İletişim alanında yapılan çalışmalarda siyasi söylemin çözümlenmesi genellikle, siyasi haberi de seyirsel ve görsel kılan medyanın işleyiş yapısı dikkat alınmadan yapılmıştır. İfade etmek istediğimiz, artık siyasi olan ile medyatik olanın iç içe geçmiş olmasıdır. Bu iç içelikte, çağın egemen yapısının asli unsuru olan toplumsalın ve kişisel kitle iletişim araçlarıyla aracılanmış olmasının belirleyici olmasıdır. Kitle iletişiminin biçimsel, toplumsal ve kültürel yapısı, hem iletişim pratiğine hem de diğer toplumsal pratiklere nüsedip onları son kertede belirlemektedir.

Medya; “toplumsal mekanlar ve öncelikle de siyasi, ekonomik ve entelektüel alanlar” üstünde uygulanan belli bir iktidar biçimine sahiptir.<sup>182</sup> Bir görüşe göre de medyanın sahip olduğu güç diğer tüm toplumsal güçler tarafından tanınır: “Tüm diğer toplumsal güçlerin, medyayı, bağımsız bir güç olarak dikkate almaları –onunla iyi geçinmeleri, isteklerini karşılama larını- gerektiğine inanılmaktadır.”<sup>183</sup>

Medyanın dördüncü güç olarak görülmesinin nedenini bu saptamada açıkça görürüz. Kendisini iktidara yöneltmeyi vaat ettiği eleştirel konumla meşrulaştıran medya, bir

---

<sup>179</sup> Nurdoğan Rigeli, **Medya Ninnileri**, İstanbul: Sistem Yayınları, 1993. s. 172.

<sup>180</sup> Bruce Sterling, “Medya Çağı Diktatörlüklerin Sonu mu?”, Milliyet- World Media, 21.2.1997. s.13.

<sup>181</sup> Arsev Bektaş, **Kamuoyu İletişim ve Demokrasi**, İstanbul: Bağlam Yayınları, 1996. s.153.

<sup>182</sup> Yasemin İnceoğlu, Nebahat Çomak, **Metin Çözümlemeleri, Haber Yorumdan Seyir ve Gösteriye**, İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 2009, s.191.

<sup>183</sup> Yasemin İnceoğlu, Nebahat Çomak, s.191.

manipülasyon, şantaj, ve promosyon aracı olarak işleyebildiğinden olsa gerek ki, diğer toplumsal güçler medyayla “iyi geçinmeleri gerektiğini” düşünürler. Dolayısıyla içinde yaşadığımız süreçte, medyanın sahip olduğu baskı gücü, toplumsal katmanların tümü üzerinde tarihte hiç görülmemiş bir biçimde artmıştır. Yazılı ve görsel basının sahip olduğu baskı gücü aslında, hem gazetecilik mesleğinin etik kurallarıyla hem de basın özgürlüğüyle çelişen bir güçtür.

### 5.3. Medya ve Propaganda

Kitle iletişim araçları olarak radyo, televizyon ve yazılı basın halk adına, halk için gerçeği ve doğruyu aradığını, sunduğunu ve aktardığını her fırsatta belirterek yayın faaliyetlerini yerine getirmektedirler. Noam Chomsky’e göre ise medya, kesinlikle böyle bir amaç taşımamaktadır. Yani medya halkı bilgilendirme, halkı savunma gibi bir kaygı taşımamaktadır. Medya, belli büyük şirketlerin elinde, onlara bağımlı olduğu için “kamu çıkarları için değil, devletin ve diğer şirketlerin çıkarlarına hizmet eder.

Medyanın devlete yönelik hizmeti; halkın düşüncesinin denetim altında tutulması ve rızanın alınmasıdır. “Medya toplumsal bir amaca hizmet etmekte, insanların zihinlerini, hükümetlerine ve daha genel kapsamda toplumsal, ekonomik ve politik düzenin düzenlemelerine erdemli bir bağlılık gösterecek biçimde eğitmektir.”<sup>184</sup>

Örneğin siyasal iktidarların karar alma süreçlerinde, halkın ikna edilmesi ve düşüncesinin kontrol edilmesi medya aracılığıyla gerçekleşebilmektedir.

Propaganda modeline göre “medyanın toplumsal amacı” topluma ve devlete egemen ayrıcalıklı grupların ekonomik, toplumsal, siyasal gündemlerini halka aşlamak ve bunları savunmaktır. Medya bu amaca; konuları seçme, ilgilenilecek olayları saptama bu olayların hangi sınırlar içinde işleneceğini belirleme, bilgileri çeşitli süzgeçlerde geçirme, vurgu ve üsluba karar verme, tartışmaları kabul edilebilir ilkeler çerçevesinde tutma gibi çok çeşitli yöntemlerle hizmet eder.<sup>185</sup>

### 5.4. Savaş Süreçlerinde Dezenformasyon ve Psikolojik Savaş

---

<sup>184</sup> Noam Chomsky, **Medya Gerçeği**, İstanbul: Tüm Zamanlar Yayıncılık, 1999, s.27.

<sup>185</sup> Chomsky, Herman, **Medya Halka Nasıl Evet Dedirtir**, s.100.

Dezenformasyon, eksik, yanlış ya da bir başka deyişle inandırıcı olmaktan uzak bilgilerin, belli bir kitleyi gerçekler hakkında yanıltmak amacıyla yayılmasıdır. Bazen kitle, bu tip bilgilerin kaynağı hakkında bilgilendirilir, buna açık dezenformasyon denir. Fakat bazen, bu eylem, bilgilerin kaynağı hakkında hiçbir kimlik tanımlaması olmadan ya da yanlış kaynak sunularak yapılır. Bu durum da kapalı dezenformasyon olarak tanımlanır. Dezenformasyonun niceliğini ve niteliğini yargılamak güçtür ama politik amaçlara ya da hedeflere ulaşmak için kullanılan, yalan söyleme hareketi olarak da tarif edilebilir.<sup>186</sup>

Savaş yalnızca cephede tarafların silahlı birlikleri arasında verilmez. Cephe gerisinde de psikolojik savaş verilir, psikolojik harekât yürütülür. Psikolojik savaşın silahlı savaştan farklılığı, silahlı savaşın belirli bir zaman diliminde verilmesine karşılık, psikolojik savaşın sürekliliğidir. Psikolojik savaş, özellikle ikinci dünya savaşından sonra sınıflar arası ve devletlerarası mücadelede silahlı savaştan daha etkili olarak toplumsal yaşamı kuşatan bir olgu haline gelmiştir.

Psikolojik savaşta amaç, seçilen kitlenin duygu, düşünce, tutum ve davranışlarını istenen doğrultuda şekillendirmektir. Hedef kitlenin düşünce, duygu, tutum ve davranışlarını lehte dönüştürmek için yürütülen siyasi, askeri, ekonomik, sosyolojik, ideolojik ve teknolojik çalışmalar psikolojik savaş olarak adlandırılır.<sup>187</sup>

Sınıf mücadelesinde olduğu gibi devletlerarası mücadelede de psikolojik savaşın ve psikolojik hareketin esas çarpışma alanları zihinlerdir. Savaşan devlet,

- a) kendi halkının,
- b) müttefik devlet halkının,
- c) tarafsız halkların,
- d) düşman devlet halkının zihninde savaşı kazanmak için psikolojik harekât yürütür.

Psikolojik savaşın ve dezenformasyonun çarpışma alanını zihinler olarak saptanınca, bu çatışmanın temel silahı olarak medyaya gereksinme duyulur. Medyanın savaş alanındaki işlevi, psikolojik savaş ve psikolojik hareket bağlamında anlam kazanır. Hedef kitlenin

---

<sup>186</sup> <http://www.assassinationscience.com/disinformation.html> ET:12.10.2010

<sup>187</sup> Yıldırım, s.78.



düşünce, duygu, tutum ve davranışlarını lehte dönüştürmeye yönelik mesajlar medya aracılığıyla zihinlere ulaştırılır. Dolayısıyla sayfalara, mikrofonlara ve özellikle ekranlara hükmeden güçler, zihinlere ve bilince de hükmeder.

Medyayı, başta Pentagon olmak üzere bütün ülkelerde orduların ve hükümetlerin halkı etkilemek ve savaşı meşrulaştırmak için yararlandıkları temel iletişim aracı olarak tanımlayabiliriz.

Orgeneral İlker Başbuğ da 2005 yılında Genel Kurmay Başkanı iken “Bilgi Çağında Liderlik” konulu sempozyumda psikolojik savaşta medyanın önemini vurgulamıştı: “Medyasız hiçbir şey olmaz. Bugün medya büyük bir güçtür ve başarıyı elde etmek isteyen her kuruluş medyayla olan ilişkilerinde çok dikkatli, özenli, itinalı olmak zorundadır. Bugünkü medya ortamında insanların zihinleri, gerçek anlamda mücadele alanıdır.”<sup>188</sup>

Barış döneminde kamu gözcüsü “dördüncü güç” yanılmasıyla egemen sınıf iktidarına ve sermaye birikimine ortak olan medya, savaş döneminde, profesyonel enformasyon yönetimi sonucu savaşın “dördüncü ordu”su olur.

Piyasayla bütünleşik siyasi ve askeri aktörlerin de istekleri doğrultusunda medya, psikolojik savaş bağlamında savaşı meşrulaştırmak için düşmanı şeytanlaştırır, ulusal çıkarları korumak için savaşın zorunlu olduğunu, kahraman ordunun bu savaşı kazanacağına emin olunması gerektiğini propaganda eder. Savaşı meşrulaştırma, insanları savaşa ikna etme pratiğinde, düşmanın ne kadar vahşi olduğunu, düşmanı tepeleyecek ordunun kahramanlığını temsil eden resimler, filmler anlatılır medya aracılığıyla insanların algısına, bilincine sunulur. Psikolojik harekâtın en önemli pratikleri olan propaganda ve yanıltma haber medya eliyle uygulanır, gerektiğinde medya aracılığıyla halka yalan da söylenir.

## **5.5. Propaganda-Dezenformasyon**

Propaganda, birey ya da örgütün, hedef kitleye istenen bir düşünceyi, inancı ve davranış biçimini benimsetmek için iletişim araçlarını kullanarak haber, fikir ve özel çağrılar iletmesidir.

---

<sup>188</sup> "Bilgi Çağı ve Teknolojik Gelişmeler Işığında Toplum, Yönetim, Yönetici ve Lider Yaklaşımları Sempozyumu", 13 Mayıs 2005, Sabah Gazetesi, <http://arsiv.sabah.com.tr/2005/05/13/gnd104.html>  
ET:19.09.2010

Bir başka ifadeyle; “Propaganda, kamuoyunu etkilemek için gerçek, yarı gerçek ya da yalan bilgiler yaymada simgeler aracılığıyla bireylerin, grupların inançlarını, tutumlarını ya da eylemlerini etkileme yönünde sistemli gayretlerin tümüne verilen addır. Aynı zamanda “belli çıkarları olan bireylerin ve grupların, başkalarının kanılarını ve davranışlarını etkilemek amacıyla, önceden tasarlanmış,, ikna ve telkin tekniklerini kullanarak yaptıkları eylemdir.”<sup>189</sup>

Alman tarihinin en önemli siyasetçilerinden olan Otto von Bismarck bu konuda, “Palavra en çok seçimler öncesinde, savaş sırasında ve av sonrasında sıkılır,” diyerek farklı bir propaganda tanımını yapmıştır.<sup>190</sup>

Propagandanın bir diğer önemli özelliği de, bilinçli ve kasıtlı bir faaliyet olma özelliğidir. Propaganda, kitlelerin emniyetsizlik, huzursuzluk, endişelilik hallerinden yararlanarak ve bir takım söz ve sembolleri kullanmak yoluyla, sadece gözetilen belli maksatlara uygun olacak şekilde tavırlar ve kanaatler uyandırmaya çalışır.<sup>191</sup>

Edward Bernays’ın “Propaganda” (1925) adlı kitabında söylediği gibi, propaganda kamu beynini şekillendirme faaliyetidir; “Bir ordu birliklerini nasıl düzene sokuyorsa, halkın düşüncesini de tamamen şekillendirmek mümkündür.”<sup>192</sup>

## **5.6. Savaş Propagandası ve Medyanın Gündem Oluşturma Etkisi**

Birinci Dünya Savaşı’nda tarafların uyguladığı propagandayı inceleyen Harold Laswell, savaş propagandası için dört temel ilke saptamıştır:

- 1) Düşmanı saldırgan bir canı olarak göstermek ve ona karşı nefreti körüklemek.
- 2) Ortak savaş amaçlarını vurgulayarak, dostluk gösterileri ve törenleri düzenleyerek, karşılıklı olarak insancıl ideallere bağlılık ilan ederek müttefik ülkelerin dostluğunu kazanmak.

---

<sup>189</sup> Bektaş, ss.147-153.

<sup>190</sup> Claus Hecking, “Savaşın İlk Kurbanı Gerçekler”,4 Nisan 2003, Evrensel Gazetesi <http://www.evrensel.net/03/04/04/toplum.html#1> ET:19.09.2010

<sup>191</sup> Faruk Can, **Bilgi Çağının Gündümlü Silahı Medya**, İstanbul: Alfa Yayınları, 2005, s.41.

<sup>192</sup> Noam Chomsky, “Ana-akım Medyayı Ana-akım Medya Yapan Nedir?” Haziran 1997, Z Medya Enstitüsü’nde Yapılan Konuşma, <http://www.znet-turkiye.org/nc071997.htm> ET:20.09.2010

3) Tarafsız ülkelerin dost kalmasını sağlamak, askeri olmayan konularda onlarla işbirliği içine girmek ve bu tür ülkelerin çıkarlarını düşmanın yenilgisiyle özdeş göstermek.

4) Düşman ülkenin kendi önderlerine olan güvenlerini sarsarak moralini bozmak.<sup>193</sup>

### **5.6.1. Medyanın Gündem Oluşturma Etkisi**

Medyanın gündemini ve onun kamu gündemi üzerindeki etkilerini gösteren pek çok araştırma yapılmıştır. Bu noktada yapılan araştırmalarda ihmal edilen nokta, gündemin oluşmasında bir yandan gerçek yaşamda meydana gelen olaylar rol oynarken, bazı durumlarda da baskı ya da özel çıkar gruplarının konuyu gündeme sokabileceği olmuştur.

Gündem oluşturmada medyanın rolü, belli olay ve durumları gündeme getirmekle kalmayıp, gündemin kendi içindeki önem sıralamasını da etkileyebilmesidir.

Bu noktada tabi ki haber ajanslarının, haberlerin oluşturulması, seçimi ve sunumu noktasında belirleyici bir role sahip olduklarını açıklar.

Çoğu zaman haberin ne olduğu değil, nasıl sunulduğu önemlidir. Mesaj sunumunda yönlendirme amacı taşıyan yöntemleri şöyle sıralayabiliriz:

- Olayı, hedeflenen içerikte anlatmakta, bazı olguları, önemsememek, atlamak, bazılarını gerekenden fazla önem vermek,
- Olay örgüsünü, güncel olarak önem taşımayan, geçmişteki olaylarla ilgili farklı yöne çekmek,
- Bazı cümlelere gereğinden fazla önem vermek ya da tanımlamalarla bir zayıflığı belirginleştirmek,
- Küçültücü dizaynı resimler kullanarak ya da stereotipi yaratmak.<sup>194</sup>

### **5.6.2. Medya Aracılığıyla Toplumun Manipüle Edilmesi**

---

<sup>193</sup> Bektaş, s.163.

<sup>194</sup> Yasemin İnceoğlu, **Uluslararası Medya**, İstanbul: Beta Yayınları, 2000, s.344.

Guy Debord'un deyimiyle her şey medya tarafından seyirselleştiriliyor ya da bu öyle bir durum ki, seyirselliğin ve görselliğin koduna uymak gerekmektedir. Bu da her şeyi siyasi ya da ekonomik olarak sömürülebilir ve rasyonelleştirilebilir kılabilmektedir. Michel Henry bu durumu şöyle değerlendirir: "Medya dokunduğu her şeyi kirletiyor. Medya önemli bir şeyle karşılaşırsa –bir eser, bir kişi, bir düşünce- onu aktüaliteye dahil etmekle bile tüm ağırlığını yitirmesine neden oluyor.

Batlı gazetecileri Körfez Savaşı'nın ardından dış politika haberlerinin üretim koşulları üstünde düşünmeye başlarlar. Bu savaş Beatrice Joinet'in deyimiyle "gazeteciliğin sıfır derecesini" ortaya çıkarmıştı. Gazeteciliğin sıfır derecesi, haber üretiminin propagandanın mantığına boyun eğdirildiğine, gösterilme hakkına sahip olan 'imajların' çoğunluğunun haber gücü taşıyan imajlar değil, iktidarı temsil eden ya da herhangi bir şirket yararına oluşturulan marka imajları gibi iktidar yararına oluşturulan imajlar olduğuna gönderme yapar.<sup>195</sup>

Savaş gibi, toplu ölümlerin, katliamların yaşandığı vahşi bir ortamın, günümüz medyasında nasıl olup da seyirlik bir meta haline dönüşerek evlerimizin oturma odalarına sızdığı, ama sızarken de içinden geçtiği filtreler sayesinde, medyaya egemen kuvvetlerin izin verdiği ölçüde seçilmiş, değerlendirilmiş ve onaylanmış bir ürün olarak toplum belleğine kazındığı açıkça ortadadır.

Medya gerçekliği yansıtma iddiasını çoktan bırakmış, tam tersine gerçekliği kendisi yaratır hale gelmiş durumda. Batı medyası, savaş gerçekliğinin yeniden üretiminde özellikle 11 Eylül ertesinde sonrasında rol oynadı. Bu rolü ne kadar profesyonelce oynadıkları, 11 Eylül'ün hemen ertesinde "Haçlı savaşı" diye başlayıp, "Terörizmle savaş" diye devam eden, sonra "Terörizmle uluslararası savaş" oluveren, "Afganistan'da demokrasiyi yeşertecek savaş" söylemiyle, her yeni duruma göre yeniden kurulan bu zincirleme gerçeklik sayesinde anlaşılmaktadır.

İngiltere Başbakanı Tony Blair'in iletişim danışmanı Alastair Campbell ve ABD Başkanı George W. Bush'un özel medya danışmanı Karen Hughes., 11 Eylül'den sonra dünya çapında 24 saat medya denetimi yapan bir sistemi kurucularından.

---

<sup>195</sup> Inceoğlu, Çomak, s.204.

Londra, Washington ve İslamabad'da oluşturulan merkezi enformasyon üsleri aracılığıyla, dünya üzerinde savaşa dair tüm yayınları izleyerek, gerektiğinde Atlantik'in iki yakasından düğmeye basabilecekleri bir zincir oluşturuldu. Bu zincir savaşa ilgili beklenmedik haber ve yayınlar karşısında, dünya kamuoyuna en hızlı şekilde karşılık verebilecekleri bir sistem. Bu sistemin adı da "Medyayı Taliban yalanlarından temizleme" veya "Kamuoyunu iyi savaş haberleriyle kendi yanlarına çekme"<sup>196</sup>

### 5.6.3. Medya Aracılığıyla Savaş Çıgırkanlığı

Herman ve Chomsky kapitalist sistem içerisinde medyanın hayli ideolojik işlevlere sahip olduğunu; bu işlevini de bireylerin içinde yaşadıkları toplumla bütünleşmelerini sağlayacak değerler, inançlar ve davranış kodlarını öğretmen ve benimsetme aracılığıyla yaptığını öne sürerler. Günümüz toplumlarında bu rolün yerine getirilebilmesi için sistemli bir propaganda ve dezenformasyona ihtiyaç duyulduğunu ve medyanın da egemen sınıfların lehine rızayı yeniden üretme işlevi yerine getirdiğini ifade ederler:

“Propaganda modeli, servet ve iktidar eşitsizliği ile bu eşitsizliğin medyanın çıkar ve seçimlerine çeşitli düzeylerdeki etkisi üzerine odaklanır. Paranın ve iktidarın ne gibi yollarla haberleri eleyip basılmaya uygun olanları seçtiğini, muhalif düşüncelerin nasıl marjinalize edildiğinin, hükümete veya egemen özel çıkar çevrelerine ise mesajlarının halka kolayca nasıl verme imkanı sağladığını ayrıntılı olarak inceler.”<sup>197</sup>

11 Eylül 2001'e gelindiğinde medya, Althusser'in ifadesiyle devletin 'ideolojik aygıtı' olduğunu bir kez daha ispatlamıştır. Savaş çıgırkanlığı yapan medyanın mülkiyet yapısına bir örnekle baktığımızda medyanın varoluş nedenini, savaşı nasıl ve neden meşrulaştırdığını anlamak zor olmayacaktır. Tezimizde sıklıkla örneğini verdiğimiz NBC'nin mülkiyet yapısını incelediğimizde, NBC'nin sahibi General Electiric'in aynı zamanda silah da ürettiği gizli olmayan bir gerçektir. Doğaldır ki bu grubun savaş yanlısı yaptığı her yayın sahibinin kar amacını gözler önüne serer.

Yine medyanın savaş karşısındaki tutumunun ve haber çizgisinin mülkiyet yapısıyla doğrudan bağlantılı olduğunu, Rupert Murdoch'un sahibi olduğu New York Post'un 11 Eylül

---

<sup>196</sup>Patrick Wintour, "The other round the clock war", 10 Kasım 2001, The Guardian Gazetesi, <http://www.guardian.co.uk/uk/2001/nov/10/politics.september11> ET:12.12.2010

<sup>197</sup> Chomsky, Herman, **Medya Halka Nasıl Evet Dedirtir**, s.22.

saldırılarından sonra, “Öldürün o alçakları”(12 Eylül 2001), “Bu Bir Savaştır”(13 Eylül 2001), “Bu Teröristlere Yataklık Eden Tüm Devletleri Yerle Bir Edin”(16 Eylül 2001), manşetlerine bakarak anlamak mümkündür.

Büyük medya tekellerinin yöneticilerinin aynı zaman da Orta Doğu’da petrol işi yapan Texaco, Shell, Exxon Mobil gibi şirketlerin de yönetim kurullarında olduğu gerçeği ise bölgede savaşın petrol üzerindeki iktidarla ilintili olduğunu açıklamada yeterli görülmektedir.

Ayrıca milliyetçi ve ırkçı politikaların oluşturulmasına neden olan ‘biz’ ve ‘öteki’ söylemi de haber metinlerinde gözlenmeye başladı.

Ann Coulter, 12 Eylül 2001 tarihli New York Daily News’de, “Terörist saldırıyı düzenleyenlerin yerini tespit edebilecek kadar zamanımız yok... Ülkelerini işgal etmeli, liderlerini öldürmeli ve onları Hıristiyanlığa geçirmeliyiz. Hitler’i bulmak için yeterli zamanımız yoktu. Alman şehirlerine bombadan halılar döşedik; sivillerini öldürük. O bir savaştı. Bu da savaş!’” diyordu.

Şiddet dilinin ve savaş çığırkanlığını hangi boyutlara ulaşabildiğini aşağıdaki örneklerle açıklamaya çalışalım;

13 Eylül 2001 tarihli New York Times’ın Başyazısında, “Kanlarının dökülmesi lazım. Gelecek ay değil, gelecek hafta değil, şimdi. Kim bunlar? Kimin umurundu... Yerlerini bulun. Bombalayın. Geriye kalan yıkıntılarını, enkazlarını bir kez daha bombalayın!”

Rich Lowry 13 Eylül 2001 tarihli Washington Post’da, “Amerika her zaman iyilik için güç kullandı. Usame Bin Ladin olmasa da, onun gibileri destekleyen devletler acı hissetmek zorundalar. Şam’ın ya da Tahran’ın bir bölümünü yerle bir etmek bile çözümün bir parçasıdır.”

Thomas Woodrow 14 Eylül 2001 tarihli Washington Post’da, “Afganistan çöllerinde Bin Ladin’e karşı nükleer güç kullanılmalıdır. Bunun aşağısında bi iş yapmak ABD’nin ve şu anki yönetimin korkaklığı olacaktır.”

Ayrıca medya sansasyonelizminin geleneklerini geliştirmekte televizyon haberleri, şebeke sahiplerine büyük sayıda izleyici sağlamak konusunda son zamanlardaki baskı nedeniyle belli özellikler geliştirmiştir. Bu anlamda televizyon haberleri, izleyiciler üzerinde

en fazla etkiyi yaratmak için seçilen ve düzenlenen etkileyici tema müziği, gösterişli grafikler, ve malzeme dahil, eğlence programcılığının, hem tarzını hem de içeriğini taşımaya devam etmektedir.<sup>198</sup>

## 6. IRAK İŞGALİ VE MEDYA

### 6.1. Irak İşgalinin Nedenleri

Irak'ın işgal edilmesi fikri ABD Başkanı George Bush (1988-1992) zamanında kararlaştırılmış ve 1991 yılında ilk olarak Irak işgal edilmek istenmişti. İşgalin kalıcı bir proje haline gelmesi de o tarihlerde hazır hale getirildikten sonra George W. Bush'un başkanlığının ilk yılında güncellenmişti.

Yukarıda liste halinde sıraladığımız gibi George W. Bush ve ekibi petrol, silah ve enerji şirketleriyle doğrudan ilişki içerisindeydi.

İşgalden bir süre önce, Londra'da yayımlanan Şarkül Avsat'ta İrfan Nizamettin, Amerikan belgelerine göre işgalin hedeflerini şöyle sıralamıştı:

- Balkanlardan Ortaasya'ya ve Güney Doğu Asya ile Körfez Bölgesine kadar uzanan Amerika üsleri arasındaki boşlukları giderebilmek amacıyla, Irak'taki stratejik bölgeleri işgal etmek.
- Dünyadaki ikinci büyük rezerve sahip olan Irak petrol kuyularını denetim altına almak.
- Savaş sonrasında tahrip edilmiş Irak'ın yeniden inşası sayesinde Amerikan ekonomisini canlandırmak ve ABD'nin bölgedeki nüfuzunu güçlendirmek. Buna karşılık Avrupa Birliği'nin nüfuzunu geriletme ve bu birliği parçalamak.

---

<sup>198</sup> David Trend, *Medyada Şiddet Efsanesi*, İstanbul: YKY Yayınları, 2008, s.137.

- İnsan hakları, bölgenin yeniden yapılandırılması ve rejimlerin ıslah edilmesi türünden söylemler altında, Ortadoğu'yu bir serbest piyasa bölgesi haline getirmek, Dünya Ticaret Örgütü, IMF, ve Dünya Bankası'nın şartlarını dayatmak ve daha önemlisi bu sahte söylemleri, İsrail'in bölgeye yönelik cehennemi planlarını maskelemekte kullanmaktır amaç.<sup>199</sup>

George W. Bush yönetiminin, 2003 yılında Irak'a karşı başlattığı, savaşın temel sebebi olarak öne sürdüğü unsurların hepsinin yanıltıcı olduğu, savaş başladıktan çok kısa bir süre sonra ortaya çıkınca, dünya kamuoyunun ilgisi bu savaşın gerçek nedenlerine yöneldi. Irak'ın işgalinin, George W. Bush yönetiminin global stratejisi ve Ortadoğu politikaları çerçevesinde incelenmesi, Bush'un bürokratlarının Irak'ı işgal ederken hangi hesapları yaptığını anlamamıza yardımcı olacaktır.

Bush yönetimi, Irak'a müdahale ederek yalnızca Ortadoğu'daki denetimini sağlamlaştırmayı değil, bunun yanı sıra, ABD'nin kendi emperyal çıkarlarına potansiyel tehdit olarak algıladığı her yere müdahalede bulunma hakkını tüm dünyanın gözü önünde pekiştirmeyi amaçlamaktaydı. Bush yönetimi, Irak'taki savaşın 'gösteri etkisi' oluşturması niyetindeydi. Böylece ABD hükümeti, diğer devletlere şunu göstermiş olacaktı:

- Dilediği herhangi bir hükümete karşı 'önleyici vuruşlar yapma hakkına' sahipti.
- Birleşmiş Milletlere ve diğer uluslararası kurumlara, ancak hedefleriyle uyduğunda başvuracak, aksi durumlarda onları dikkate almayacaktı.
- ABD emperyalizminin güvenilirliğine kimsenin meydan okumasına izin vermeyecekti.<sup>200</sup>

"Irak'a ordumuzu yerleştirerek başka ülkelere örnek oluşturabiliriz. Teröristlerle işbirliği yaparsanız, bizi herhangi bir yolla tehdit ederseniz, hatta olur da yan bakarsanız böyle bir saldırı sizin de başınıza gelebilir."<sup>201</sup>

---

<sup>199</sup> Haluk Gerger, **ABD Ortadoğu Türkiye**, İstanbul: Ceylan Yayınları, 2006, s.188.

<sup>200</sup> Anthony Arno, **Irak'tan Çekilmenin Mantığı**, İstanbul: Agora Yayınları, 2006, s.16.

<sup>201</sup> Maurenn Dowd, "Desert Spring, Sprung", New York Times, 9 Mart 2003, bölüm 4, s.15.



## 6.2. Irak'ın İşgal Sürecinde Medya Üzerinden Gerçekleşen Söylemler ve

### Gerçekler

Bush yönetiminin birinci dönem Savunma Bakanlığı Müsteşarı Douglas Fetih, Irak Savaşı'nın gerçeklerini şöyle sıralıyordu:

1-Saddam Hüseyin rejiminin elinde bulunan Kitle İmha Silahlarını yok etmek,

2-İrak'ın teröre desteğini kesmek ve terör altyapısını çökertmek,

3-İrak halkını özgürleştirmek, Irak'ta toprak bütünlüğü içerisinde demokrasi, barış ve ekonomik kalkınma sürecini başlatmak.

ABD'nin Ortadoğu politikasının üç hedefi gerçekleştirmeyi amaçladığı görülmektedir. Bunlar 1) Ortadoğu bölgesinin (doğal kaynak ve zenginlikleriyle) bölge içinden veya dışından herhangi ABD karşıtı bir devletin kontrolüne girmesini önlemek, (2) bölge petrolünün kontrol altına alınması ve (3) İsrail'in varlığının ve güvenliğinin korunmasıdır. Irak bu hedeflerin kesiştiği kavşak noktasında yer almaktadır.<sup>202</sup>

Savaşın hemen ardından tüm bu unsurların yanıltıcı olduğu anlaşıldı:

1- Irak'ın işgalinden sonra bu ülkenin topraklarını karış karış arayan ABD ve İngiliz askerleri herhangi bir Kitle İmha Silahı bulamayınca, Bush Yönetimi bu konudaki CIA istihbaratının yanlış olduğunu en üst düzeyden itiraf etmek zorunda kaldı. İngiliz istihbaratı da Irak'la ilgili KİS istihbaratının yanlış olduğunu savaştan kısa bir süre sonra ilan etti.<sup>203</sup> Kaldı ki, Birleşmiş Milletlerin Irak'ta görevlendirilen UNSCOM silah denetçilerinden Scott Ritter da, yazdığı “War on Iraq” adlı kitabında Irak'ta KİS olmadığını, Irak'ın bu yönde bir çalışması olsa dahi bölge güvenliği için tehdit oluşturmaktan uzak olduğunu açıkça ifade ediyordu.<sup>204</sup>

2- Yeni-muhafazakarların ABD Yönetiminde etkili olduğu Reagan döneminde İran'a karşı Irak'taki baskıcı Baas rejimine destek veren, 90'larda önyak olduğu ambargolarla

<sup>202</sup> Mehmet Şahin- **Mesut Taştekin, II.Körfez Savaşı**, Ankara: Platin Yayınları, 2006, ss.33-53.

<sup>203</sup> Richard Norton Taylor, “We got it wrong on Iraq WMD, intelligence chiefs admit,” The Guardian, 8 Nisan 2005, [www.guardian.co.uk/Iraq/story](http://www.guardian.co.uk/Iraq/story) ET:24.09.2010

<sup>204</sup> Scott Ritter, **War on Iraq**, Profile Boks, 2002, s.26.

Irak halkının sefalet içerisinde acı çekmesine sebep olan Amerika Birleşik Devletlerinin, Irak halkını özgürleştirmek için Amerikan askerlerinin hayatını tehlikeye atarak Saddam Hüseyin rejimine savaş açacağı fikri kimseye inandırıcı gelmedi.<sup>205</sup>

Yeni-muhafazakar düşünce kuruluşu Yeni Amerikan Yüzyılı Projesi (The Project for the New American Century-PNAC)'ın müdürü Garry Schmitt'in, 23 Mayıs 2002 tarihli "Görüş Liderleri" adlı yazısında geçen şu ifadeler, yeni-muhafazakarların Irak'ın işgalinden beklentilerine ışık tutması bakımından çok önemlidir:

"Dost, özgür ve petrol üreten bir Irak, İran'ı köşeye sıkıştırır, Suriye'yi korkutur, Filistinlileri İsrail'le ciddi görüşmeler yapmaya ikna eder ve Suudi Arabistan'ın ABD'li ve Avrupalı karar alıcılar üstündeki etkisini azaltır... ve Ortadoğu'nun siyasi coğrafyasının dönüşümü için müthiş bir fırsat yaratır. İlave olarak; ABD'nin dünya petrol piyasaları ve fiyatları üzerindeki kontrolü genişler. Diğer yandan askeri ve stratejik açıdan Irak, Suudi Arabistan'dan daha önemli bir ülkedir."<sup>206</sup>

Medya, tezimizin başından beri açıklamaya çalıştığımız şekliyle, en başta vahşi bir rekabete dayalı kapitalist düzende barış kültürünün maddi temelini çok zayıf olması nedeniyle savaştır. Medya ve eğlence endüstrisi, savaş ve yoksulluk üreten piyasanın ortağıdır, kar etmek zorundadır. Piyasada rekabet, yarış olarak değil, yok etme savaşı olarak gerçekleşmektedir. Zengin azınlık ile yoksul çoğunluk arasındaki uçurumu derinleştiren bağışlamasız piyasa ortamında kapitalist oyuncular birbirlerini de mülksüz hale getirmektedirler.

Öte yandan savaş, sermaye birikiminin ana halkalarından biridir. Kapitalist ekonomi, dönemsel krizlerini silah üretimini artırarak ve savaşarak atlatabilmektedir. İkinci Dünya Savaşından sonra ABD'de silah sanayine yapılan yatırımlar, dünyanın en büyük ekonomisinin kaldıraç haline gelmiştir. Ekonomide yaşanan darboğazlar her defasında savaşlar ve silahlanmayla aşılmaktadır.

### **6.3. Amerika'yı Savaşlar Kurtarıyor**

---

<sup>205</sup> Yıldırım Şahiner, "Irak Savaşı'nın Gerçek Nedenleri", <http://www.stratejikboyut.com/haber/irak-savasinin-gercek-nedenleri--28047.html> ET:24.09.2010

<sup>206</sup> Philip Webber and Vanessa Spedding, "Why the War on Iraq is a Warning For The Planet", 27Mart 2003, [www.sgr.org.uk/ArmsControl/IPW\\_USmotives.htm](http://www.sgr.org.uk/ArmsControl/IPW_USmotives.htm) ET:24.09.2010

Dünyanın neresinde savaş çıksa bu durumdan ABD kazançlı çıkmaktadır. ABD, 2000 yılında dünya genelinde savunma harcamaları 756 milyar dolar iken, 2001 yılında bu rakam 839 milyar dolara fırladı. Bu paranın çoğunluğu Amerikan kaynaklı şirketlerin karlarını artırdı. Çünkü ortalama olarak her biri yıllık 5 ila 15 milyar dolar arasında gelir elde eden şirketler, hem Amerikan hükümetine, hem de dünyanın pek çok ülkesine silah satışı yapmaktadırlar. Dünyanın değişik bir çok bölgesinde patlak veren küçük veya büyük ölçekli her savaşta, savaşan taraflardan çok ABD şirketleri karlı çıkmaktadır. Ortadoğu ülkelerinin silahlanmaya ayırdıkları yıllık toplam tutar, 1991 yılında, Körfez Savaşı döneminde 70,7 milyar dolardı. Bir sonraki yıl 52,2 milyar dolara geriledi ve sonraki yıllarda bu düşüş devam etti. Ancak Orta Doğunun coğrafyasının kendine özgü koşulları nedeniyle, belirli aralıklarla bu rakam yükselmeye devam etti. 1996 yılında 49 milyara dolara kadar gerileyen savunma harcamaları, 2001 yılında 72 milyar dolar seviyesinde gerçekleşti.

11 Eylül saldırılarının hemen ardından ABD yönetimi ilk olarak savunma bütçesini yeniden düzenleme yoluna gitti. Yeni bütçedeki en ağırlıklı pay Afganistan'a yapılacak olan askeri harekâta aitti.<sup>207</sup>

13 Mayıs 2002 tarihli U.S. News & World Report dergisinde yayınlanan bir özel araştırma raporuna göre, Senatoya 245 kalemlik savunma listesi sunulmuştu. Bu listede öyle bir madde vardı ki, sadece onun maliyeti 20 milyar dolar tutarındaydı. Amerikan Senatosunda muhalefet kanadının yoğun eleştirilerine, hatta senatörlerden McCain'in "Bu açık seçik bir savaş vurgunudur" nitelemesine rağmen bu savunma harcamaları listesi kabul edildi.

Silahlanma ve vurgun silâh sanayi ABD ekonomisinin can damarını oluşturuyor.. Bu sektörde yaşanan durgunluk ekonomik yapıyı derinden sarsıyor. Bu yüzden, ABD yetkilileri bir durgunluk dönemini aşabilmek için hemen silâh sanayini hareketlendirecek önlemler alıyorlar. Bu önlemlerin de iki yönü var:

Birincisi, değişik vesilelerle kendi bünyesindeki silâh üreticilerinden yüksek oranlarda alımlar yapmak şeklinde gerçekleşiyor. Bu açıdan ABD'nin büyük bir avantajı var. Çünkü savunma harcamaları, yine kendi ekonomisini canlandıracak şekilde dağılıyor. Silâh sanayiine giren para, zincirleme olarak diğer sektörleri de olumlu yönde etkiliyor. 2001 yılında ABD

---

<sup>207</sup> Mehmet Ali İzmir, **Yeni Dünya Dizaynı Amerikan İmparatorluğunun Yayılmacılığı**, İstanbul: Gündem Yayınları, 2003, s.69.

yaklaşık 300 milyar dolarlık savunma harcaması yaptı ve bu paranın tamamına yakını kendi ekonomisinin çarklarını döndürdü.

İkinci tür önlemler ise, dış piyasalardaki silâh ticaretini canlı tutmayı hedef alıyor. Dünyanın değişik yerlerindeki savaşlardan ve çatışmalardan belki en büyük kazancı, en büyük silâh üreticisi olan ABD sağlıyor.<sup>208</sup>

Öte yandan ultra çapraz tekelleşme girdabındaki medya, sonsuz rekabetçi ve savaşçı sermaye birikiminin sadece meşrulaştırıcısı değil, birikimin bizatihi aracı ve öznesidir.<sup>209</sup>

#### **6.4. Amerikan Yönetiminin Savaş Çığırkanlığı**

Bütün bu ekonomik gösterge ve analizlerden sonra biraz da ABD'nin uygulayıp yürürlüğe koyduğu, dünyayı yeniden yapılandırma planında başrolü oynayan isimlere ve şirketleri analiz edelim;

ABD'nin dünyanın kendisi açısından son derece hayati öneme sahip olan coğrafyalarına yaptığı saldırılarının perde arkasında yer alan isimlerin birçoğu büyük petrol şirketlerinde ortak ya da üst düzey yöneticilik görevi yapıyorlar. Listeye şöyle bir göz atarsak:

- ABD eski Başkanı George W. Bush, Arbusto petrol firmasının kurucularından. Ayrıca Harken enerji firmasının da hissedarı, yönetici ve danışmanı, Bir zamanlar Spectrum-7 adlı petrol firmasının sahibi.

- ABD eski Başkan Yardımcısı Dick Cheney, Halliburton enerji firmasının eski CEO'su. Ayrıca Kazakistan Petrolleri Danışmanlık Kurulu'nun eski üyesi. (Dick Cheney ayrıca bir dönem ABD Savunma Bakanlığı da yapmış.) Halliburton enerji firmasının bir dönem Unocal petrol firması işbirliği ile, Burma'ya petrol hattı kurma projeleri olmuştu. Halliburton firmasının en çok iş yaptığı firmalar arasında Unocal, Chevron, Exxon, Shell gibi diğer petrol firmaları var. Afganistan işgal edilmesinden sonra Halliburton, Afganistan'daki

---

<sup>208</sup> M.Ali İzmir, s.71.

<sup>209</sup> Yıldırım, s.77.

ABD üsleriyle El Kaide ve Taliban esirlerinin götürüldüğü Guantanamo Üssü'ndeki hücreleri inşa etti.

- ABD eski Dışişleri Bakanı Condoleezza Rice, Chevron petrol firmasının eski direktörü,
- ABD eski Savunma Bakanı Donald Rumsfeld bir dönem Enron enerji firmasının hissedarları arasındaydı. Ayrıca Kellog ve Allstate gibi enerji şirketlerinde hisse sahibi. Rumsfeld'in bir silah ihalesini Carlyle Grup adlı şirkete vermesinin ardından bu şirketin yönetiminde baba Bush'un olduğu ortaya çıkmıştı. Bush kabinesine dahil olmadan önce Kellogg's, Sears, Allstate ve Chicago Tribune ile Los Angeles Times gazeteleri ve pek çok televizyon istasyonunun sahibi olan Tribune Company yönetim kurulu üyesi,
- Unocal Yönetim Kurulu üyelerinden Donald Rice, ABD Hava Kuvvetlerinin eski sekreteri, Donald Rice bir aralar RAND Corporation'ın Başkanı ve CEO'su idi.
- Unocal'ın Uluslararası İlişkilerinden sorumlu Başkan Yardımcısı John Maresco, Avrupa Güvenlik ve İşbirliği Kurulu'nda ABD içi elçilik yapmış,
- ABD eski Devlet Bakanlarından Henry Kissinger Unocal için danışmanlık yapmış,
- ABD eski Başkanı George W. Bush'un babası, George Bush, Carlyle Group isimli çok büyük bir özel yatırım firmasının Yönetim Kurulu'nda yer almış. Ayrıca eskiden CIA Başkanlığı da yapmış.
- Carlyle Group'un en çok yatırım yaptığı alanlardan birisi savunma sanayi.
- Carlyle Group'un Başkanı Frank Carlucci, eski Amerikan Savunma Bakanı. Aynı zamanda CIA'de üst düzey yöneticilik yapmış. Frank Carlucci ayrıca RAND Corporation'ının Yönetim kurulunda görevli.
- Carlyle Group 160'tan fazla firmaya hissedar. Eski ABD Ordusu Komutanı General John Shalikashvili, Carlyle Group'un sahip olduğu firmalardan birisinin başkanı.
- Eski ABD devlet bakanlarından James Baker, Carlyle Group'da üst düzeyde müşavir olarak çalışıyor.

- James Baker, bir aralar Enron enerji firması için danışmanlık yapmış.
- ABD'nin en yakın müttefiki İngiltere'nin eski Başbakanı John Major, Carlyle Group'un Avrupa kolunun Başkanı.
- John Major zamanında İngiltere Başbakan Yardımcılığı yapan Lord Geoffrey Howe, Carlyle Group'un Avrupa Yönetim Kurulu üyesi.
- ABD Savunma Bakanı Donald Rumsfeld bir dönem Enron enerji firmasının hissedarları arasındaydı.
- ABD hükümetinin Ekonomi Danışmanı Larry Lindsey ve Ticaret Müşaviri Robert Zoellick daha önce Enron için çalışıyorlardı.
- ABD Devlet Bakanı eski general Colin Powell 2000 yılında Carlyle Group tarafından sözcü olarak işe alındı. Firmaya sözcülük yapan diğer bir tanınmış isim ise AOL Time Warner'in başkanı Steve Chase idi. Powell aynı zaman da, Gulfstream, Aerospace ve AOL'un yönetim kurulu üyeliğini yapmıştır. Gulfstream Amerika'nın yanı sıra Kuveyt ve Suudi Arabistan gibi yabancı devletleri için de jet uçakları imal etmektedir.
- Colin Powell'in milyonlarca dolarlık AOL hisseleri vardı.
- Dünyanın en büyük medya birleşmesi olarak bilinen AOL ile Time Warner firmalarının birleşmesini onaylayan ABD Ulusal Haberleşme Komisyonu'nun başkanı Colin Powell'in oğlu Michael Powell idi.
- Emekli ABD Ordusu generali Binford Peay, Carlyle Group'da yönetici.
- ABD Başkanı Bush'un politik danışmanı Karl Rove, Enron hissedarlarındandı.
- Eski ABD Ticaret Bakanı Robert Mosbacher Enron'da danışman olarak çalıştı.
- Enron enerji firması, Amerikan başkanlık seçimlerinde Bush'un Cumhuriyetçi Partisine en çok bağış yapan firmalar arasında. Bush seçim gezilerinin birçoğunu Enron jetleriyle yapmış.

- ABD Ticaret Bakanı Don Evans, eskiden Tom Brown isimli dev petrol firmasının CEO'su idi.<sup>210</sup>

Bu listeden de anlaşılacağı üzere ABD'nin yaptığı operasyonlar ve bu operasyonlara karar verenler arasında çok çarpıcı çıkar ilişkileri bulunmaktadır.

### 6.5. General Electiric Örnekleme

Medya işletmeleri silah tekelleriyle aynı ekonomik zincirin halkaları olduklarından doğal ittifak halindedirler. İttifak, reklam bağımlılığı ve yönetici ortaklığıyla sürer. Medya tekellerinin yöneticileri aynı zamanda silah ve petrol tekellerinin yönetim kurularında görev yaparlar.

Medya işletmeleriyle silah ve petrol tekellerinin bütünleşmeleri, reklam ilişkisi ve yönetici ortaklığıyla sınırlı kalmaz. Aralarında mülkiyet ilişkisi de kurulur. Örneği ABD'de 1982 yılında elektrikli aletler üretmek üzere kurulan General Electiric, elektrik sanayi dışında, bankacılık, uzay havacılığı, savaş sanayi ve medya alanında da faaliyet göstermektedir.

“NBC'nin sahibi olan General Electiric, 1989'da 54,5 milyar dolarlık gelirinin 9 milyar dolarını askeri malzeme sözleşmelerinden kazandı. General Electiric yönetim kurulu üyelerini çoğu Washington Post gibi büyük basın kuruluşlarının yönetiminde de yer alıyor. ABD hükümeti ve petrol şirketleriyle yakın ilişki içerisinde bulunuyorlar. ABC ve CBS televizyonları yönetiminde petrolün yanı sıra savunma ve silah sanayi temsilcileri var.”<sup>211</sup>

General Electiric dünyadaki en büyük çok uluslu şirket sıralamasında 2000 yılında 111 milyar 630 milyon dolarlık satış rakamıyla 5'inci, 2007 yılında 168 milyar 307 milyon dolarla 6'ncı sıradaydı.

General Electiric bünyesindeki medya grubu NBC, 2004'te Fransa kökenli medya devi Vivendi Universal Entertainment ile birleşerek dünyanın 4. büyük medya grubunu oluşturdu. Birleşme ile oluşan NBC Universal'in yüzde 80 hissesi General Electiric'in, kalan yüzde 20'si de Vivendi'ye aittir. NBC Universal'in tabloda?? da görüleceği üzere, 9 uydu kanalı, 29

---

<sup>210</sup> İzmir, ss.77-83, ve Micheal Moore, **Aptal Beyaz Adamlar**, Çev. Ayşe Göktürk Tunceroğlu, İstanbul: Babiali Kültür Yayıncılığı, 2002, ss.16-22.

<sup>211</sup> Derya Sazak, **11 Eylül Gölgesinde Saddam**, İstanbul: Doğan Kitapçılık, 2002, s.168.

televizyon kanalı, 5 önemli eğlence parkı, Universal'in sahip olduğu prodüksiyon şirketlerinden oluşmaktadır.

NBC Universal'in büyük ortağı General Electric, aynı zaman da Amerikan ordusunun kullandığı silahların en büyük üreticilerinden biridir. Patriot, Tomahawk, Cruise füzeleri, AWACS uçakları, casus uydu sistemleri General Electric şirketlerince üretilmektedir. Bu durumda General Electric bünyesindeki NBC Universal'in medyalarında çalışan muhabir ve yorumcular, Amerikan silahlarının özelliklerini övdüklerinde, bu silahları kullanan ordunun zafer kazanacağından emin olunması gerektiğini söylediklerinde, aslında kendilerine maaş veren şirketin ürettiği silahların propagandasını yapmış olmaktadır.

Egemen medyanın savaşçılığının yukarıda özetlenen şekilde bir ekonomi politik ve kültürel temeli vardır. Savaşın ve silah sanayinin ağırlıklı ekonomik sektör haline geldiği, medya işletmelerinin silah tekelleri ve öteki tekellerle bütünleştiği toplum düzeninde medyanın barış kültürünü vurgulaması beklenemez. Tersine medya, savaşı meşrulaştırmakta ve savaşın dördüncü kuvveti olarak psikolojik savaş yükünü omuzlamaktadırlar.<sup>212</sup>

Bir avuç dev holdingin, tüm dünyada egemenlik kurmak isteyen küresel medyanın mülkiyetini elinde tutması ve yayın politikalarını benimsemesi, demokratik iletişimi engellemekte, özel çıkarların kamu alanlarını kemirmesine neden olmaktadır.<sup>213</sup>

NBC Muhabirlerinden Tim Russert, Irak saldırılarının başlamasından hemen sonra başkan yardımcısı Dick Cheney ile röportaj yaparken Amerikan bayrağı şeklinde kravat taktı. Meslektaşının bu davranışını meslek etiği ile bağdaştırmayan Washington Post Gazetesi muhabiri Howard Kurtz da şöyle yazdı: "Gazetecilerin böyle bir krizde Amerikan takımının bayraklı amigoları haline gelmemeleri çok önemli."<sup>214</sup>

## **6.6. Irak İşgalinin Gerekçelendirilmesinde Dezenformasyonun ve Manipülasyonun Rolü**

11 Eylül'le başlayan yeni dünya düzeni konseptinde dezenformasyon çok sık kullanıldı. Daha doğrusu bu yeni düzen dezenformasyon üzerine kuruldu. 11 Eylül'ün failleri

---

<sup>212</sup> Yıldırım, s.78.

<sup>213</sup> Ragıp Duran, **Burası Dünya Polis Radyosu/Global Medya Eleştirileri**, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları, 2001, s.14.

<sup>214</sup> Doğan Tılıç, "Medya, Savaş ve Demokrasi", *Karizma*, Sayı:9, 2002, ss.29-38.



ve bu süreçte yaşananlar, Afganistan'a müdahale, 11 Eylül- Saddam ilişkisi, kimyasal silahlar ilk başta akıllara gelen dezenformasyon başlıkları.

Batı medyasının savaş dezenformasyonları bilindik bir çizgi izler:

- 1) Birinci aşama kriz,
- 2) İkinci aşama düşman liderin canavarlaştırılması,
- 3) Üçüncü aşama düşmanın bireyler düzeyinde canavarlaştırılması,
- 4) Dördüncü aşama zulüm ve gaddarlık hikâyeleri.

Şimdi de bu çizgilerin yaşama nasıl geçirildiğine dair örneklerle devam edelim;

Örneğin, 10 Ekim 1990'da, Irak Yönetiminin insan hakları ihlalleriyle ilgili görgü tanıklarının dinlendiği bir toplantıda, 15 yaşındaki Kuveytli bir kız, Amerikan kamuoyunu çok derinden etkileyecek ve Irak'ın işgaline yeşil ışık yaktıracak bir açıklama yapar. Kuveytli Neyire (tam adı güvenlik gerekçesiyle saklanmıştı), gözleriyle tanıklık ettiğini söylediği olayı şöyle anlatır:

“Kuveyt el Addan Hastanesi'nde gönüllü hemşireydim. Bir gün Iraklı askerlerin ellerinde silahlarla hastaneye girdiklerini gördüm. Kuvözdeki bebeklerin bulunduğu odaya girdiler. Bebekleri kuvözlerden dışarı çıkardılar ve onları koridorda, öylece ölüme terk ettiler.”<sup>215</sup> Ölüme terk edilen bebeklerin hikayesini aynı gece NBC TV'de 35 milyon kişi izledi. Videolarda 700 TV istasyonuna taşınarak günlerce yayımlandı. Uluslararası Af Örgütü de(AI) bebek hikayesini doğruladı. Kongre müzakerelerinde Nayirah'ın hikayesi sürekli tekrarlandı. Başkan Bush Irak'a karşı askeri hareket düzenlemek için bu açıklamayı sık sık dile getirdi.

Nayirah'ın Kongre'ye Hür Kuveyt Vatandaşları adlı kuruluşun kiraladığı Hill and Knowlton (H and K) adlı halkla ilişkiler şirketi getirmişti. Şirket 27 Kasım'da BM Güvenlik Konseyinde bir şov yapmayı başardı. Filistin sorununu müzakereye gelen konsey üyelerine

---

<sup>215</sup> Esra Arsan,” II. CNN-El Cezire Muharebesi “ 30 Mart 2003,Radikal Gazetesi, [http://www.radikal.com.tr/ek\\_haber.php?ek=r2&haberno=2110](http://www.radikal.com.tr/ek_haber.php?ek=r2&haberno=2110) ET.21.09.2010

duvarlara asılı Irak askerlerinin Kuveytli esirlere işkence resimleri ile karşılaştılar. Görgü şahitleri Konsey'e işkenceyi anlattılar. Şov etkili oldu, Konsey, iki gün sonra Irak'ın Kuveyt'i terk etmesi için 15 Ocak 1991'e kadar süre tanıdı. Irak'ın bombalanmasına 18 Ocak 1991'de başlandı.

Nayirah öyküsünün sahteliğinin ortaya çıkması için yılların geçmesine gerek kalmadı. Irak işgal edildikten sonra ABC TV muhabiri John Martin Kuveyt'teki hastaneye giderek araştırmalar yaptı. Kuveytli doktorlar bebeklerin savaş kaosunda bakımsızlık ve hemşire azlığından öldüklerini, Iraklı askerlerin tek bir bebeği dahi kuvözden çıkarmadığını bildirdiler. Uluslararası Af Örgütü'nün de hastaneye gönderdiği araştırmacılar da Kuveyt yetkililerinden aynı yanıtı alınca Uluslararası Af Örgütü özür dileyerek ilk bulgularını geri çekti. H and K Şirketinin düzmece senaryosunun kahramanı Kuveyt'teki hastanenin sözde görevlisi Nayirah aslında Kuveyt'in Washington Büyükelçisi Saud Al-Nasser Al-Sabah'ın Kızıydı. Dünya TV'lerinde milyonlarca kişiyi bebek ölümleri hikayesiyle ağlatan genç kız savaş sırasında Amerika'daydı. Iraklıların işkence yaptığı sözde Kuveytlilerin de 'sahte' oldukları ortaya çıktı. Kuveyt Emirliği'nin Irak'a askeri harekatı teşvik için H and K Şirketine 11,5 milyon dolar ödediği açıklandı. Tarihte ilk defa bir halkla ilişkiler şirketi savaş başlatmış oldu.<sup>216</sup>

Eski ABD Bakanlarından John MacArthur da olayı şöyle anlatır: "ABD kamuoyu için, hiçbir şey bir Kuveyt hastanesinde 312 bebeğin Iraklı askerler tarafından ölüme terk edilmesinden daha etkili olamazdı." Halkın desteği alınmıştır. Ne yazık ki, Amerikan kamuoyu Neyire'nin aslında gönüllü bir hemşire değil, Kuveyt Kraliyet ailesinin bir ferdi olduğunu ve ifade verdiği sırada kendisine H&N şirketinden bir yetkilinin eşlik etmekte olduğunu çok geç öğrenir. Aralarında Uluslararası Af Örgütü'nün de bulunduğu insan hakları ihlalleri üzerine çalışan çok sayıda kuruluş Neyire'nin ifadelerinin gerçekliği üzerine araştırmalar yapar; ancak, doğruluğuna dair tek bir kanıt bile bulamazlar.<sup>217</sup>

Daha eskilerden bir örnek verecek olursak, 1991'deki I.Körfez Savaşından sırasında ABD Irak'ın tek mama ve süt fabrikasını bombalamıştı. Ancak olayın üzerinden yıllar ve II. Körfez Savaşı geçmesine rağmen Bush Yönetimi yapılan hatayı kabul etmemiş ve Saddam'ın

---

<sup>216</sup> Doğan Uluç, "İlk Körfez Savaşı'nı Nayirah başlattı" 23 Mart 2003, Hürriyet Gazetesi, <http://webarsiv.hurriyet.com.tr/2003/03/23/265537.asp> ET:21.09.2010

<sup>217</sup> Esra Arsan, "II. CNN-El Cezire Muharebesi " Radikal [http://www.radikal.com.tr/ek\\_haber.php?ek=r2&haberno=2110](http://www.radikal.com.tr/ek_haber.php?ek=r2&haberno=2110) ET:21.09.2010

bu fabrikayı biyolojik silahları geliştirme sahası olarak kullandığı iddiasında bulunmuştu.<sup>218</sup> Bush Yönetimine göre burası bir biyolojik silah geliştirme merkeziydi ve Saddam olayı propaganda malzemesi olara kullanmıştı.

1991'deki Körfez Savaşı'nın yedinci gününde bombalanan fabrikayla ilgili olarak Fransızların günlük gazetesi Liberation, fabrikayı kuran şirket Pierre Guerin'in yöneticisi Michael Wery ile röportaj yaptı. Wery, fabrikanın bombalanana dek bebek maması ve bebek yiyecekleri ürettiğini söyledi ve ekledi: “Böyle bir fabrikayı, kimyasal silah üreten bir birime dönüştürmek imkansız?. Fransız şirket, fabrikayı 1977'de kurmaya başladı. İran-Irak Savaşı sırasında, Fransız teknisyenler Irak'ı ter edince de kapandı (Liberation, 2 Şubat, 1991).<sup>219</sup>

İran-Irak Savaşı'nın bitiminin hemen ardından Yeni Zelandalı teknisyenler 1990 yılının ilkbahar aylarında peynir yapımı için gerekli ekipmanları ve yeni süt üretim hattını kurdular (Washington Post, 8 Şubat 1991). Bombardımanın ardından Nestlé'nin bir yetkilisi de açıklama yaptı: “Bombalanan yerin, devlet tarafından inşa edilmiş bir mama fabrikası olduğunu biliyoruz. Birkaç yıldır fabrikayı gözlüyoruz, çünkü rekabetten haberdar olmak istiyoruz? (The Village Voice, 5 Şubat, 1991).

Anaakım medya, hikayenin Beyaz Saray versiyonu üzerinde dururken, CNN gerçeklerin üzerine gitti. O dönemde CNN muhabiri olan deneyimli gazeteci Peter Arnett, fabrikada kimyasal silah üretildiğine dair hiçbir ipucunun bulunmadığını, hatta bombalamanın hemen ardından gittiği fabrikanın süttozu koktuğunu dile getirdi. Tabii bu açıklamalar Beyaz Saray'ın Arnett ve CNN'e hücum etmesine neden oldu (Douglas, 1992).

Bir süre sonra Saddam Hüseyin'in damadı Hüseyin Kamil, 1995 yılında, biyolojik silahların Bağdat'ın 60 mil güneybatısındaki Al Hakam'da geliştirildiğini bunların içinde mama fabrikasının bulunmadığını açıkladı. Bunun üzerine Birleşmiş Milletler müfettişleri ve ABD istihbarat birimlerinin yaptığı araştırmalar, bölgede gerçekten de mama fabrikası bulunduğunu ve bu birimin aynı zamanda ülkedeki bebeklerin mama ihtiyacını karşıladığını gösterdi (Washington Post, 1998). Mama fabrikasının tahrip edilmesi, Irak'ta bebek maması kıtlığına neden oldu ve bir kutu bebek mamasının fiyatı 80 dolara çıktı. Bununla birlikte

---

<sup>218</sup> Exploiting Suffering, “The White House Archives”, <http://georgewbush-whitehouse.archives.gov/ogc/apparatus/suffering.html#2> ET: 21.09.2010

<sup>219</sup> Yasemin İnceoğlu, Nurdan Akıner, “Dezenformasyonda Süreklilik: Irak Üzerine Savaşın Örneklerle”, 1 Nisan 2004, Karizma Dergisi, <http://www.yasemininceoglu.com/makaleler18.php> ET: 21.09.2010

hükümetin aylık bebek maması stoku sadece iki gün yeterli hale geldi (The Village Voice, 5 Şubat, 1991).<sup>220</sup>

Dezenformasyonun rolünü daha iyi algılamak adına verilecek önemli örneklerden biri de Jessica Lynch adlı genç Amerikalı asker. Batı Virginia eyaletinde yaşayan üç kardeşten ortancası olan Jessica, liseyi bitirdikten sonra orduya yazılmış. Bir çok ABD askeri gibi geliri seviyesi düşük bir aileye mensup. Irak Savaşında görev verildiğinde ordudaki ikinci yılını bitirmek üzereymiş. Ayrıca Jessica, Irak'a asker olarak yollanmadan önce Amerika dışında hiç bulunmamış.

Jessica Lynch, Irak'ın Nasiriye kentinde operasyonlara destek sağlayan bir konvoyda görevliydi. Aynı birlikten 15 askerle birlikte bulunduğu araç yanlış dönüş yapınca ters yola girerek Iraklı askerlerin ortasına düştü. Irak askerlerine yakalanan konvoydaki 5 kişi, esir olarak televizyonlara çıkarıldı. Görüntülerde 4 ceset vardı. Konvoydaki 8 askerden ise iz yoktu. Amerikalı yetkililer, 8 askeri 'kayıp' ilan etti. İşte genç Jessicada bu kayıp askerlerden biriydi.<sup>221</sup>

Irak TV'sinde görüntüleri yayınlanan ilk savaş esirlerinden olan Er Jessica Lynch, genç, sarışın, güzel ve çekici olmasından dolayı, ABD askerleri tarafından yazılan bir kahramanlık destanının başrol oyuncusu olmak için gerekli niteliklere fazlasıyla sahipti.

Washington Post'ta 3 Nisan 2003 günü yayımlanan "Ölümlerle savaşıyordu" başlıklı habere göre Er Jessica, yaralanmasına rağmen Iraklılara ateş etmeyi sürdürdü. Bununla da kalmadı kendisini ele geçiren Iraklı tarafından da bıçaklandı. Olay, Bush yönetiminin dezenformasyon kampanyasına iyi bir örnekti, çünkü kısa sürede amacına ulaşmıştı. Washington Post'un ardından, Fox, NBC ve CNN gibi televizyon kanalları da Pentagon tarafından kurgulanan bu efsanevi olayı duyurmakta gecikmediler.<sup>222</sup>

ABD Er Jessica'yı tıpkı filmlerdeki gibi operasyonla kurtardı. CIA, önceki gün kadın askerin Saddam Hastanesi'nde olduğunu belirledi. Hastanenin koordinatları hemen Katar'daki merkez karargâha bildirildi. Esir askerleri kurtarmak için bir Körfez ülkesinde 24 saat hazır bekletilen özel timler alarma geçirilirken, CIA'nın istihbaratı yalnızca en üst düzey

---

<sup>220</sup> Yasemin İnceoğlu, Nurdan Akiner, s.161.

<sup>221</sup> Can, s.164.

<sup>222</sup> İnceoğlu, Akiner, s.161

komutanlara iletildi. Komutanlar fazla düşünmeden operasyon için düğmeye bastı. Askeri planlamacılar, Iraklıları yanıltmak için paralel bir operasyon yapılmasına karar verdi. Plan uyarınca, dikkatleri başka yöne çekmekle görevli ABD deniz piyadeleri birliği, tank ve zırhlılarla Nasıriye'nin merkezinden geçen Fırat üzerindeki bir köprüye sahte saldırı düzenledi. Iraklılar bu saldırıyı püskürtmekle uğraşırken, helikopterlerle indirme yapan özel timler hastaneyi bastı. Özel timler bir hastane odasında tutulan Jessica Lynch'i bulup hemen helikoptere taşıdı. Jessica'nın yanında bulunan 2 Amerikalı askerin cesedi de alındıktan sonra hastaneden güvenli bir bölgeye uçuldu.

Operasyonun başarıyla tamamlanmasının Başkan Bush memnuniyetini belirtirken, Merkez Komutanlığı Sözcüsü Jim Wilkinson "ABD, kahramanlarını asla yalnız bırakmaz" açıklamasını yaptı. Wilkinson, Irak'ın elinde 7 esir daha bulunduğunu ve bunların da kurtarılacağını belirtti.<sup>223</sup>

Gerçek şuydu ki, yukarıda aktardığımız gibi er Jessica Lynch ve arkadaşlarını taşıyan askeri araç, girmemesi gereken bir noktada yanlış dönüş yaptı ve devrildi. Lynch, trafik kazasında yaralandı, Iraklılarla savaşırken değil. Yakalanışından 8 gün sonra, Amerikan medyası er Jessica'nın dramatik kurtuluşunu yayınladı. Amerikan askerleri, hastaneye hücum ettiler, arkadaşlarını buldular ve bunun Iraklıların ateşi altında gerçekleşen dramatik bir kurtuluş olduğunu iddia ettiler.

“Kurtuluş”, bir zamanlar “Kara Şahin Düştü-Black Hawk Down(2001)” isimli Hollywood filminde yönetmen yardımcılığı yapan Ridley Scott tarafından gece görüş kamerasıyla filme alındı (Los Angeles Times, 20 Mayıs 2003).

Gerçeğin açığa çıkması fazla zaman almadı. Er Jessica'nın, tedavi altına alındığı hastanede çalışan doktorlar kendileriyle yapılan röportajlarda olup bitenleri açığa kavuşturdu. Iraklı askerlerin hastaneyi terk etmesinden iki gün sonra, doktorlar er Jessica'yı Amerikalılara götürmek istemişler ancak kendilerine ateş açılmıştı. Bir başka taraftan da Amerikalı askerler, “Kurtuluş” sırasında, hastanenin kapılarına, koridorlarına sağa sola ateş açmış ve hastalar ile doktorlar arasında kayıplarla sonuçlanabilecek tehlikeli bir sahne ortaya çıkmıştı. Tüm bunlar

---

<sup>223</sup> “CIA bu kez doğru koordinat verdi” 3 Nisan 2003, Milliyet Gazetesi, <http://www.milliyet.com.tr/2003/04/03/guncel/agun.html> ET:21.09.2010

televizyon izleyicileri için kahramanvari ve dramatik bir “Kurtarılış” sahnesi kurgulamak içindi (Toronto Star, 5 Mayıs 2003).

Er Jessica'nın bu gerçek öyküsü, 15 Mayıs'ta BBC, 29 Mayıs'ta ise CBS News ve Associated Press tarafından doğrulandı.<sup>224</sup>

Er Jessica'nın efsanevi kurtarılışının bir başka boyutu daha vardı; o da 1991'deki Körfez Savaşı'nın en büyük yalanlarından birini dünyaya duyuran halkla ilişkiler danışmanı Lauri Fitz-Pegado'nun rolüydü. Böylece görülmektedir ki, 1991'deki Körfez Savaşı ile Irak'ın işgali arasında 12 yıl olmasına rağmen dezenformasyonun kurgulanmasından sorumlu olan isimler değişmemiş.

Irak'ın işgali sırasında Pegado, Amerikan birliklerine Er Jessica'nın yerini bildirmesiyle üne kavuşan 33 yaşındaki Iraklı avukat Mohamed Odeh al-Rehaief'in basın danışmanlığını yaptı. Üstelik Washington'un en büyük lobi firması Livingston Group'un bir çalışanı olarak, Iraklı avukatın HarperCollins tarafından basılan ve karşılığında şimdilik 300.000 dolar ödenen kitabı ? Because Each Life is Precious: Why an Iraqi Man Risked Everything for Private Jessica Lynch?in tanıtımını üstlendi.

1991'deki Körfez Savaşı sırasında Lauri Fitz-Pegado, Hill&Knowlton isimli PR firmasının üst düzey yöneticisiydi. Bu firmaya, Irak'a karşı harekete geçmesi için Amerikan yönetimine baskı uygulayacak bir kampanya siparişi verildi. Siparişi veren Kuveyt Kraliyet ailesiydi ve karşılığında Hill&Knowlton'a tam 12 milyar dolar ödedi. Kampanyada anahtar rol oynayan olaylardan biri de 15 yaşındaki Kuveytli kız Nayirah'ın anlattıklarıydı: ?Al-Addan Hastanesi'nde çalışan gönüllülerden biriydim. Ben hastanedeyken, Saddam'ın silahlı askerleri geldi. Bebekleri kuvözlerinden çıkarıp, soğuk zemine bırakarak ölüme terk ettiler. Kuvözleri de çalarak Irak'a geri döndüler?.

Bir süre sonra ortaya çıktı ki, olay tamamıyla yalandı. Nayirah, Amerika'daki Kuveyt Büyükelçisi'nin kızıydı ve ne söylemesi gerektiği ona Lauri Fitz-Pegado tarafından öğretilmişti.<sup>225</sup>

---

<sup>224</sup> Inceoğlu, Akiner, s.161.

<sup>225</sup> Inceoğlu, Akiner, s.163.

ABD yönetiminin dezenformasyonu nasıl kullandığına dair bir başka örnek verecek olursak;

1991'deki Körfez Savaşı sırasında koalisyon güçleri seyreltilmiş uranyum içeren cephaneler kullandılar. Aynı yönteme, Irak'ın işgali sırasında da başvurdular. Çünkü seyreltilmiş uranyum, yapısından dolayı, askeri malzemelere tankları, zırhlı araçları, sığınakları ya da büyük binaları delip geçebilecek bir özellik kazandırıyor. 1991'den bu yana seyreltilmiş uranyumun Irak halkında, başta çocuklar olmak üzere yol açtığı etkiler, 2003'e gelindiğinde Bush yönetimi tarafından inkar edildi. Onlara göre Irak'ta, çocukların ender rastlanan kanser hastalıklarına yakalanması ya da sakat doğmaları, Saddam'ın Halepçe'de kullandığı Hardal gazından kaynaklanmaktaydı. Araştırmalar göstermektedir ki, radyoaktif bir madde olan seyreltilmiş uranyum, toplumların genetik geleceğini de tehdit etmektedir. Benzeri hastalıklar sadece Irak halkında değil, koalisyon güçlerinin askerlerinde ve onların çocuklarında da gözlenmiştir. Üstelik bölgede uzun süre görev yapan basın mensupları da seyreltilmiş uranyumun tehdidi altındalar.

Araştırmacıları göre seyreltilmiş uranyum bir tür kabus. İnsan sağlığı, genetik gelecek ve çevre için büyük bir tehlike. Üstelik dört buçuk milyar yıl boyunca, kullanıldığı bölgede çevreyi kirletmeye ve insan sağlığını tehdit etmeye devam ediyor. Lenf kanseri, sinir sistemi ile ilgili bozukluklar, sakat doğumlar, düşükler, erken doğumlar ve hafıza kayıplarına neden oluyor 1991'deki Körfez Savaşı'nın ardından doğan çocukların büyük bir kısmı şimdi tanımlanamayan ya da çok ender rastlanan kanser türleriyle boğuşuyorlar. Üstelik sadece onlar değil, söz konusu savaşa katılan Amerikalı askerlerin kendileri ve çocukları da.

Mississippi'de, Körfez Savaşına katılmış 251 asker ailesi üzerinde araştırma yapıldı. Araştırma sonuçlarına göre bu ailelerin çocuklarının %67'si gözsüz, kulaksız ya da beyinsiz, kan, solunum, hormonal hastalıkların pençesinde ve organ bozukluklarıyla doğdu. Seyreltilmiş uranyum, zarar vermeye devam eden ve öldürmeyi sürdüren bir silah. Irak'ın işgali sırasında bölgeye bırakılan seyreltilmiş uranyumun etkileri ise önümüzdeki yıllarda daha açık bir şekilde ortaya çıkacak.

Yine aynı şekilde, 11 Eylül saldırılarının ardından insanların psikolojilerindeki panik havası, ABD yönetimine bir başka dezenformasyon yapma olanağını sağladı.

Kişi ya da kişilerin 11 Eylül Saldırıları'nın hemen ardından Trenton, New Jersey'den postaladığı, benzeri mesajlar ve toz halde şarbon içeren mektuplar tüm dünyada panik yarattı.

Posta idarelerini harekete geçiren bu yedi mektuptan beş tanesi 18 Eylül 2001'de yani 11 Eylül'den bir hafta sonra postalandı. İlki, Boca Raton, Florida'daki American Media'ya, ikincisi New York Post'a, üçüncüsü NBC News'te çalışan Tom Brokaw'a, dördüncüsü ABC News'e, beşincisi ise CBS'in ünlü anchorman'i Dan Rather'a gönderildi. Mektupların diğer ikisi ise 9 Ekim'de yine Trenton, New Jersey'den Tom Daschle ve Patrick Leahy isimli senatörlere postalandı.

Olayların hemen ardından Washington Post, şarbon araştırmaları hakkında bilgi sahibi bir hükümet görevlisiyle röportaj yaptı. Bu röportaja göre, ipuçları şarbon sporlarının eski Sovyetler Birliği ya da Irak'ta üretildiğini gösteriyordu.

Bush yönetimi tarafından 1991 yılından bu yana Irak'ta bulunduğu iddia edilen şarbon, 11 Eylül saldırılarının ardından sadece ABD halkının değil tüm dünyanın korkulu rüyası olmuştu. Oysa ki, araştırmalar gösteriyor ki, şarbonun vücutta bir enfeksiyon başlatabilmesi için en az 10.000 şarbon sporunun koklanarak ciğerlere çekilmesi gerekiyor. Şarbonun yol açtığı hastalıklar ancak üçüncü dünya ülkelerinin koşullarında, otlayan hayvanlarda görülebiliyor. Yüzleri sürekli toprağın üzerinde olduğundan 10.000'in üzerinde şarbonu ciğerlerine çekebiliyorlar. Ama bir insan için bu mümkün değil.

İkinci bir önemli nokta da şarbon, gaz gibi havaya kolayca nüfuz etmiyor, havada tutunamıyor. Bu nedenle medyanın, teröristlerin bir gün ansızın şehirlere şarbon saldırısı yapabileceği şeklindeki iddiası da çürümüş oluyor. Üstelik tonlarca şarbon havadan bırakılsa bile bu, en fazla bir düzine insanın hayatına mal olabilir. Bu nedenle şarbon, teröristler tarafından silah haline getirilemez ve başarılı bir şekilde de askeri silah olarak kullanılamaz. Toz halindeki şarbon ise sadece ABD ve Rusya tarafından üretiliyor<sup>226</sup>

Amerika'da 1994 yılında senatör Donal Riegle'in başkanlığında hazırlanan The Riegle Report göstermektedir ki, Savunma Bakanı Donald Rumsfeld'in 1980'li yıllarda "Silah Kontrolü Danışma Kurulu- President's General Advisory Committee on Arms Control" üyesi olduğu dönemde, pek çok biyolojik malzeme ABD Ticaret Bakanlığı'nın lisansı altında Irak'a ihraç edildi.

---

<sup>226</sup> Yasemin İnceoğlu, Nurdan Akıner, s.164.



I.Körfez Savaşı'ndan sonra akıllarda kalan en önemli görüntülerin başında petrole bulanmış karabatak kuşu geliyordu. Saddam Hüseyin yönetiminin Körfez kıyılarındaki petrol tesislerini havaya uçurup denizi “bir daha tarih boyunca temizlenemeyecek düzeyde kirlettiği” yolundaki enformasyon, CNN başta olmak üzere Amerikan ekranlarında petrole bulanmış deniz kuşlarının resimleri eşliğinde saatlerce yayımlanmış, sadece insanlara değil, hayvanlara bile eziyet eden Saddam” imajını perçinlemişti. Yani medya aracılığıyla bu görüntüler kamuoyuna “Saddam’ın Kuveyt’i bombalaması ve petrol kuyularından sızan petrol sonucu karabatakların bu hale geldiği” şeklinde sunulmuştu. Daha sonradan bu filmde görüne kuşların aslında yıllar önce Exxon-Valdez adlı tankerin yaptığı kaza sonucu (Alaska’da) denize yayılan petrolden kirlenen kuşlar olduğu ortaya çıktı.<sup>227</sup>

Medya destekli ve dezenformasyon yüklü istihbarat şablonu Irak işgal edilirken de uygulandı. ABD ve müttefiklerinin başlıca gerekçesi Irak’ın kitle imha silahlarına sahip olduğu savıydı.

Kitle imha silahları Irak 1991 yılında işgal edilirken de sürekli gündemde tutuluyordu. Ancak, işgal sırasında Irak ordusu bir kez bile ABD ve müttefiklerine kitle imha silahıyla saldırmadı.

ABD’nin Mart 2003’te Irak’a yönelik operasyonu öncesinde dünya kamuoyunu yönlendirme adına yaptığı açıklamalar ve dezenformasyon had safhaya ulaşmıştı. Operasyonun hemen öncesinde şubat ayında ABD Dışişleri Bakanı Colin Powell, BM’de Irak’ın kitle imha silahları ile ilgili açıklamalar yaptı. Grafik ve animasyonlarla desteklenen görsel şovda “diktatör Saddam’ın” tüm dünyayı tehdit ettiği ve kitle imha silahlarını moilize olarak kullandığı vurgulandı. Amerikan istihbaratına göre kitle imha silahları kamyonlar ve tren vagonlarıyla saklanıyordu. ABD Dışişleri Bakanı Colin Powell, büyük bir heyecanla dakikalar boyunca bu bilgileri tüm dünyaya anlattı.

11 Eylül sonrası, savunma doktrinin de köklü değişiklikler yapan ABD, bundan sonraki süreçte tüm dünyada terörizme karşı geniş çaplı bir mücadele başlatma kararı aldı. ABD, Eylül 2002’de yayınladığı Milli Güvenlik Stratejisi Belgesi’nde şu vurguyu özellikle yapıyordu: “Küresel terörizme karşı savaş belirsiz bir sürenin küresel girişimidir.

---

<sup>227</sup> Zafer Arapkirli, “Savaşın İlk Kurbanı Gerçeklerdir” NTVMSNBC, 2 Ekim 2003, <http://arsiv.ntvmsnbc.com/news/110341.asp?om=-305> ET:20.09.2010

Ulusumuzun yüz yüze geldiği en ciddi tehlike radikalizm ve teknolojinin kesişiminde yatmaktadır. Düşmanlarımızın açıkça ifade ettiklerine göre, düşmanlarımız kitle imha silahları bulmaya çalışmakta ve deliller de göstermektedir ki, bunu büyük bir kararlılıkla yapmaktadırlar.<sup>228</sup>

Savaşın haklılığını kanıtlamak için Başkan Bush, ‘dünyanın en yıkıcı silahları ile bizi tehdit eden dünyanın en tehlikeli rejimlerine ABD’nin asla izin vermeyeceğini’ ilan etti. Irak kitle imha silahlarına sahip değildi. Ama ABD bütün dikkatini ve kaynaklarını Irak’a akıttı.<sup>229</sup>

Şimdi de savaşın çıkmasına zemin hazırlayan en son dönemde yaşananlara bir göz atalım.

12 Eylül 2002'de Başkan George Bush, Birleşmiş Milletler Genel Kurulu'nda "Hüseyin'in kitle imha silahları geliştirmeye devam ettiğini" ilan etti. "Onun nükleer bir silaha sahip olduğundan sadece, Tanrı korusun, bu silahı kullandığı zaman tam olarak emin olabiliriz."<sup>230</sup>

5 Ekim 2002'de Başkan George Bush yine bir radyo konuşmasında şöyle diyordu; “Bizim kaynaklarımız, Saddam Hüseyin’in son günlerde Irak ordu komutanlarına kimyasal silah kullanma yetkisi verdiğini bildirdiler.”

7 Ekim 2002'de Bush, Irak'ın "kimyasal ve biyolojik silahlara sahip olduğunu ve bunları ürettiğini" açıkladı. "... Irak günün birinde terörist gruplara ya da kişilere biyolojik ya da kimyasal silah temin etme kararı alabilir... Amerika, bu gerçekleri bildiği halde kendisine yönelen tehdidi görmezden gelemez. Tehlike açıkça görülürken, mantar şeklinde bir duman olarak gelebilecek kesin bir kanıt bekleyemeyiz."

Irak'ın kitle imha silahlarına sahip olduğu iddiası, Bush yönetimi tarafından geliştirilen ve müzakere edilmesi söz konusu olmayan talep için gerekli temeli sağladı. Bush, 7 Ekim

---

<sup>228</sup> Yaşar Onay, **Küresel Egemenlik Savaşı ve Irak Neden Irak?** Ankara: Babil Yayıncılık, 2003, s.17.

<sup>229</sup> Peter Galbraith, **Irak'ın Sonu Ulus Devletlerin Çöküşü mü?**, Çeviren: Mehmet Murat İnceyan, İstanbul, Doğan Kitap, 2007, s.25.

<sup>230</sup> “President Bush's address to the United Nations”, CNN International, 12 Eylül 2002,

[http://articles.cnn.com/2002-09-12/us/bush.transcript\\_1\\_generations-of-deceitful-dictators-commitment-peace-and-security/3?\\_s=PM:US](http://articles.cnn.com/2002-09-12/us/bush.transcript_1_generations-of-deceitful-dictators-commitment-peace-and-security/3?_s=PM:US) ET:22.09.2010

2002'de şöyle dedi: "Saddam Hüseyin kendisini silahsızlandırmak zorundadır, ya da, biz barış için, onu silahsızlandıracak bir koalisyona liderlik edeceğiz."<sup>231</sup>

Tabii ki, bu talep Irak'ın, ABD'nin iddia ettiği gibi, kitle imha silahlarına sahip olduğunu varsayıyordu. Eğer Irak bu tip silahlara sahip değilse o zaman bu talep anlamsızdı. Irak kendisini sahip olmadığı silahlardan arındıramazdı. Ancak ABD, Irak'ın kitle imha silahlarına sahip olduğu ve bunları kullanmaya istekli olduğunun şüphe götürmediği konusunda ısrar etti. Bunun üstüne, Hans Blix ve Muhammed El Baraday başkanlığındaki denetçilerin, Irak'a vardiktan sonra kitle imha silahı ya da bu tip silahların varolduğuna dair güvenilir bir kanıt bulamamaları, Bush yönetimi tarafından var olduklarının kanıtı olarak ilan edildi.

23 Ocak 2003'te New York Times gazetesinde yayımlanan "Irak'ın Yalan Söylediğini Nereden Biliyoruz" başlıklı bir makalede Ulusal Güvenlik Danışmanı Condoleezza Rice şunları ileri sürüyordu:

"Irak, silahsızlanacağı vaadinde bulunmak yerine, Saddam Hüseyin ve Irak'ın gizleme faaliyetlerini yöneten Özel Güvenlik Teşkilatı'nın başındaki oğlu Kusay önderliğinde, silahlarını koruma ve saklamaya devam etmek konusunda üst düzey bir siyasi bağlılık sergilemektedir."<sup>232</sup>

Bush yönetiminin kitle imha silahı dezenformasyonu, 5 Şubat 2003'de Dışişleri Bakanı Colin Powell, Birleşmiş Milletler Güvenlik Konseyi'nde ABD hükümetinin savaş dosyasını açıkladığında doruğa ulaştı. İşte Powell'ın konuşmasından birkaç bölüm:

- "Geçtiğimiz sonbaharda bizler bu konsey odasında 1441 nolu kararı tartışırken, haber alma kaynaklarından öğrendiğimize göre, Bağdat'ın hemen dışında bir füze tugayı, biyolojik madde içeren roketatar ve savaş başlıklarını Irak'ın batısında çeşitli yerlere dağıtıyordu"

---

<sup>231</sup> <http://www.al-bab.com/arab/docs/iraq/bush2002b.htm> ET:22.09.2010

<sup>232</sup> Condoleezza Rice, "Why We Know Iraq Is Lying", New York Times, 23 Ocak 2003, <http://www.nytimes.com/2003/01/23/opinion/23RICE.html?scp=2&sq=23%20january%202003&st=cse%20> ET:21.09.2010

• "Irak'ın elinde, biyolojik madde üreten bu mobil fabrikalardan en az yedi tane olduğunu biliyoruz. Kamyonlara monte edilmiş olanların her birinin en az iki veya üç treyleri var."

• "Saddam Hüseyin'in biyolojik silahlara sahip olduğuna ve kısa sürede daha fazlasını ve çok daha fazlasını üretme becerisine sahip olduğuna şüphe yok. Ayrıca bu öldürücü zehirleri ve hastalıkları kitle ölümlerine ve yıkıma neden olacak şekilde yayma becerisine de sahip."

• "Yaptığımız ihtiyatlı tahminlere göre, Irak bugün 100 ila 500 ton arasında kimyasal madde stokuna sahip. Bu, 16 bin savaş füzesini doldurmak için yeterlidir."

• "Saddam Hüseyin kimyasal silaha sahip...kısa süre önce komutanlarına onları kullanma yetkisi verdiğini söyleyen kaynaklarımız var."

• "Kitle imha silahlarına sahip olduğunu inkar eden Irak, terörü desteklediğini de inkar ediyor. Bunların hepsi yalan."

• "Saddam Hüseyin'i kitle imha silahlarıyla birlikte birkaç ay ya da yıl daha bırakmak gibi bir seçeneğimiz yok -hele 11 Eylül sonrası dünyada bunu hiç yapamayız."<sup>233</sup>

Washington post gazetesinden Richard Cohen, Powell'in sunuşundan bir gün sonra yayınlanan köşe yazısında şunu ilan etti:

"Birleşmiş Milletler'de sunduğu -bazıları ikinci dereceden olan, bazıları da ayrıntılarıyla kesinlikle tüyleri ürperten- kanıtlar herkese, Irak'ın sadece kitle imha silahları hakkında hesap vermediğini değil, şüphesiz hâlâ onları elinde tuttuğunu da kanıtlamıştır. Sadece bir aptal -ya da muhtemelen bir Fransız- aksi yönde bir sonuç çıkarabilir" dedi.<sup>234</sup>

Aynı gün Washington Post'tan Mary McGrory de şunları yazdı:

"Birleşmiş Milletler'in, Colin Powell'ın "Saddam Hüseyin'e karşı yaptığı 'J'accuse' [seni suçluyorum] konuşması hakkında ne hissettiğini bilmiyorum. Sadece beni ikna ettiğini

---

<sup>233</sup> "eMediaMillWorks", 'A Policy of Evasion and Deception', Washington Post, 5 Şubat 2003  
[http://www.washingtonpost.com/wp-srv/nation/transcripts/powelltext\\_020503.html](http://www.washingtonpost.com/wp-srv/nation/transcripts/powelltext_020503.html) ET.21.09.2010

<sup>234</sup> Richard Cohen, "A Winning Hand for Powell", Washington Post, 6 Şubat 2003  
<http://www.washingtonpost.com/ac2/wp-dyn/A32571-2003Feb5?language=printer> ET.21.09.2010

söyleyebilirim ve ben de bu konuda Fransa kadar katıydım...Saddam Hüseyin'in sinir gazı ve ölümcül kimyasal stoklarıyla, zannettiğimden çok daha büyük bir tehdit oluşturduğunu bilecek kadarını öğrendim."<sup>235</sup>

Bir hafta sonra, 15 Şubat 2003'te New York Times şunları ileri sürdü:

"Irak'ın oldukça zehirli VX sinir gazı ve şarbon ürettiğine ve daha fazlasını üretme kapasitesine sahip olduğuna dair bol bol kanıt mevcut. Bu maddeleri gizledi, onlar hakkında yalan söyledi ve yakın bir zaman önce de denetçilere hesap vermedi."<sup>236</sup>

Ve nihayetinde Birleşmiş Milletler silah denetçilerinin 18 Kasım 2002'den 8 Aralık 2002'ye kadar Irak'ta sürdürdükleri araştırmaların sonucunda, ülkenin silahlanma durumunu açıklayan 12 bin sayfalık bir rapor hazırlandı. Birleşmiş Milletler'e sunulan ve özetle Irak'ta kitle imha silahlarının bulunmadığını vurgulayan bu rapora rağmen, 17 Mart 2003 tarihli Ulusa Sesleniş Konuşmasında ABD Başkanı George W. Bush diplomatik sürenin dolduğunu söyleyerek, Saddam Hüseyin ve oğullarına Irak'ı terk etmeleri için 48 saatlik süre tanıdı, aksi halde savaşın başlayacağını bildirdi. "Bizim ve diğer hükümetlerin istihbarat servislerinin topladığı bilgiler, Irak rejiminin şimdiye kadar geliştirilmiş en güçlü ölüm silahlarına sahip olduğu ve onları gizlemekten vazgeçmediği konusunda hiçbir kuşkuya yer bırakmıyor."

Bağdat ultimatomu ertesi gün reddetti. Böylece 20 Mart 2003'te ABD öncülüğünde Irak'a düzenlenen hava saldırısı başladı. 21 Mart 2003'te ise Amerikan ve İngiliz Kuvvetleri Kuveyt'ten Irak'a girdi.<sup>237</sup>

Neredeyse her müttefik birliğine bir gazeteci "iliştirilmesi", kaçınılmaz olarak dezenformasyona neden oluyor. Bu dezenformasyonlar bazen bilinçli, bazen de şartlardan kaynaklanan nedenlerden dolayı gerçekleşiyor. Birliklerde erleri bile haber kaynağı olarak kullanan gazeteciler, aldıkları bilgileri sığağı sığağına bildirme telaşıyla kamuoyunun yanlış bilgilenmesine neden oluyor. Bilinçli dezenformasyonda ise yalanlar iyice hesaplanarak söyleniyor. İşte II.körfez savaşının ilk günlerinde sık sık karşımıza çıkan yalanlar:

---

<sup>235</sup> Mary McGrory, "I'm Persuaded", Washington Post, 6 Şubat 2003, <http://www.washingtonpost.com/wp-dyn/articles/A32573-2003Feb5.html> ET:21.09.2010

<sup>236</sup> "Disarming Iraq", New York Times, 15 Şubat 2003, <http://www.nytimes.com/2003/02/15/opinion/disarming-iraq.html> ET: 22.09.2010

<sup>237</sup> Yasemin Giritli İnceoğlu ve Nurdan Akıner, "Savaş Kurnabları, Çocuklar", Medya ve Çocuk Rehberi, Yasemin İnceoğlu ve Nurdan Akıner (ed.), Konya, eğitim Kitabevi Yayınları, 2008, s.236.

- Basra Ayaklanması: Basra'daki Şiilerin Saddam'a karşı ayaklanması bekleniyordu. Bu ayaklanma beklentisi, GMTV muhabirinin "Basra'da halk ayaklanması çıktı" haberiyle medyaya yansdı. Ama ortada böyle bir şey yoktu.

- Umm Kasr Alındı: Savaşın başında Umm Kasr'ın alındığını ilan eden muhabirler, bu haberi ilerleyen günlerde birkaç kez daha geçmek zorunda kalacaktı. Çünkü kentte kontrol ancak geçtiğimiz salı sağlanabildi.

- Kimyasal Silah Tesisi Bulundu: Politikacıların ve medyanın merakla beklediği "Kimyasal silah tesisi bulundu" haberini geçen hafta pazar gecesi 3. Piyade Tümeniyle hareket eden İsrail gazetesi Jerusalem Post muhabiri Necef'ten bildirdi. Ancak askeri yetkililer bu haberi ertesi gün yalanladı.

- İdamlar: El Cezire'nin yayımladığı ölü iki İngiliz askerinin görüntülerinden yola çıkan İngiliz gazetelerinin çoğu, askerlerin vurularak idam edildiğini yazdı. Başbakan Blair de aynı açıklamayı yaptıktan bir gün sonra öldürülen Luke Allsopp'un ailesi, yetkililerin oğullarının çatışmada öldüğünü söylediğini belirtti.

- Tarık Aziz Kaçtı: İngiliz basını "Tarık Aziz" kaçtı diye haber yaptı. Ancak aynı gün içinde Tarık Aziz, Irak televizyonuna çıktı.

- 51. Tümen Teslim Oldu: Savaşın başlamasından üç gün sonra İngiltere Genelkurmay Başkanı, Basra'yı savunan 51. Tümen'in teslim olduğunu açıkladı. Ardından İngiltere Savunma Bakanı, 51. Tümen'den 8 bin asker in ya teslim olduğunu ya da kaçtığını söyledi. Ancak 51. Tümenin o dönemde hala Basra'da olduğu ortaya çıktı.

Amerika'nın Irak'a saldırı nedeni olarak kullandığı kitle imha silahları kozu ABD'nin eski Dışişleri Bakanı Powell tarafından resmen çürütüldü. Powell, Irak'ın silahları ile ilgili BM'de yaptığı sunumun yaşamında bir leke olarak kalacağını söyledi.

Powell, NBC'ye itirafında, " Irak'ın kamyonlar, trenlerle kitle imha silah taşıma yeteneklerine sahip olduğu CIA tarafından kaydedilmişti. Ne yazık ki (kitle imha silahlarının) bu çok yönlü kullanım imkânları üzerine bu bilginin zamanla doğru olmadığı ortaya çıktı."

Powell, CIA'den aldığı bilgiye güvendiğini ve dönemin CIA Başkanı George Tenet'in, bu bilgilerin doğru olduğuna inandığını söyledi. Powell ayrıca, Saddam Hüseyin yönetimi ile direnişçiler arasında bağlantı kurulmasına da karşı çıktı ve 11 Eylül saldırıları ile Saddam rejiminin bağlantısını gösteren tek bir kanıtın bile bulunamadığını söyledi.<sup>238</sup>

ABD eski Dışişleri Bakanı Colin Powell, 2003 Şubat ayında Birleşmiş Milletler Güvenlik Konseyi'nde, Irak'ı kitle imha silahları üretmekle suçladığı konuşmasının, yaşamında bir leke olarak kalacağını söyledi. Powell, kendisinin bu konuyu dünyaya sunduğunu, olayın o zaman da şimdi de üzüntü verici olduğunu belirtti.

Irak'a müdahalenin ana sebeplerinden biri olan kitle imha silahlarıyla ilgili olarak Powel'in -yukarda da aktardığımız- Birleşmiş Milletler'de yaptığı konuşma en büyük delillerden biriydi. Powel'in BM'de yaptığı konuşmalar çok net ifadeler içeriyordu. Powel'in itirafı da konuşması kadar netti:

“Irak'ın kitle imha silahları raporunu BM'ye sunduğumda, istihbarat kaynaklarının ortak yargısını içeriyordu. Bu istihbarat kaynağı hatalıydı. Yanlış yönlendirici bilgi tasarlanarak aktarılmıştı.”

Nihayet işin baş sorumlusu ABD Başkanı Bush da, Irak'la ilgili istihbaratın yanlış olduğunu kabul etti. “Bush: İstihbarat hatası yaptık” başlıklı habere göre:

“Washington'daki düşünce kuruluşu Woodrow Wilson Center'da konuşan Bush, Irak Savaşına girmelerine yol açan istihbaratın çoğunun yanlış olduğunu kabul ettiğini, Başkan olarak Irak savaşına girilmesi kararının sorumluluğunu üstlendiğini, ancak Saddam Hüseyin'in iktidardan uzaklaştırılması kararının hala doğru bir karar olduğunu söyledi.”

Bush, hareket öncesindeki istihbarat raporlarının çoğunun hatalı olduğu doğru. Ama Saddam bir tehlikeydi. O bugün iktidarda olmadığı için dünya daha güvenli” ifadesini kullandı.<sup>239</sup>

---

<sup>238</sup> “Powell'in utanç günü”, Yeni Şafak Gazetesi 10 Eylül 2005,

<http://yenisafak.com.tr/arsiv/2005/eylul/10/d01.html> ET: 22.09.2010

<sup>239</sup> “Bush: İstihbarat hatası yaptık”, Hürriyet Gazetesi, 15 Aralık 2005,

<http://hurarsiv.hurriyet.com.tr/goster/haber.aspx?id=3652772&tarih=2005-12-15>, ET:15 Aralık 2005

Nitekim Irak'ta kitle imha silahlarının olmadığı ortaya çıkınca, Amerika'nın en önemli gazetesi The New York Times'ın editörlerinden yazılı bir özür geldi. Hata yaptıklarını, gazetenin birinci sayfasında yer alan bazı haberlerin yanlış olduğunun ortaya çıktığını, gazetenin savaşa ilgili haberleri verirken özenli davranmadığını, muhabirleri hükümetten gelen bilgilere karşı daha kuşkucu yaklaşımları konusunda uyarmadıklarını itiraf ediyorlardı. “Kabul etmek gerekir ki, bazen, olması gereken titizliği göstermedik. Bazı durumlarda, o zaman tartışmalı gelen, şimdi de sorgulanabilir görünen enformasyonu, yeterince süzgeçten geçirmeden, çeşitli kaynaklardan doğruluğunu araştırmadan kullandık. Geriye baktığımızda yeni kanıtlar ortaya çıktığı için- yada çıkmadığı- iddiaları yeni bir gözle değerlendirmekle keşke daha titiz davransaydık, diyoruz.”<sup>240</sup>

Washington Post da, “Sonradan baktığımızda anlıyoruz ki, dikkat çekici derecede tek yanlı bir dönemimizmiş” diyerek benze bir sonuca varmıştı. Haberin devamı şöyleydi:

“Pentagon muhabiri Thomas Ricks, ‘Gazete, ön sayfa haberlerinde bilinçli seçimler yapıyordu,’ dedi. ‘Yönetimin iddiaları ön sayfada yer alıyordu. Yönetimin görüşlerinin aleyhinde açıklamalarsa Pazar günü sayfa A18’e, Pazartesi günü sayfa A24’e kondu. Editörlerin tutumu şöyleydi: Bakın, biz bir savaşa giriyoruz, bu aleyhte haberlerden dolayı niye kaygı duyalım ki?’ Ülkenin her tarafında ‘savaşa dair soru soran sesler yalnız kaldı’ diyordu Editör Leonard Downie. Azınlığın görüşlerini pek umursamıyorduk.”<sup>241</sup>

“Irak hakkında sığ iddialara dayanan yazılar gazetede sürekli yer bulurken, bu haberlerin doğruluğunu sorgulayan devam haberleri bazen çöpe atılmıştır. Bazı durumlarda devam haberleri hiç olmamıştır.” İfadesi, bir gazetenin kendi editörlerinin kaleminden çıkarsa, bunun sorumluluğunun ağır olduğu açıktır. George Monbiot, 20 Temmuz 2004 tarihinden İngiltere'nin saygın gazetelerinde n The Guardian'da yayımlanan “Yalanlarımız bizi savaşa götürdü” başlıklı makalesinde Irak'ın işgalinden önce üretilen yalanlardan basın da sorumlu tutulması gerektiğini belirtti. “Irak'ın işgalinden önce medya tarafından üretilen yalanlar ağır bir sonuca hizmet eden cinstendi: Basın işini yapmış olsaydı, Britanya'nın nasıl olup da

---

<sup>240</sup> Editörler, “The Times and Iraq”, New York Times, 26 Mayıs 2004, s.10.

<sup>241</sup> Howard Kurtz, “Prewar Articles Questioning Threat Often Didn't Make Front Page”, Washington Post, 12 Ağustos 2004, s.A1.



savaşa girebileceğini hayal etmek zor” diyen Monbiot, okuyucularından basın üzerinde kontrol kurmalarını talep etti.<sup>242</sup>

ABD’de Başkan George W. Bush’un eski Beyaz Saray basın sözcüsü Scott McClellan’ın görevden ayrıldıktan sonra yazdığı kitapta, Irak işgali sürecinde propaganda malzemesini bizzat sunduğu Amerikalı gazetecilere, “Haber medyası savaşa suç ortaklığı etti, çünkü savaşın gerekli olup olmadığından çok savaşa gidiş kampanyasını haberleştirdi” eleştirisini yöneltti. 2003-2007’de NBC televizyonunun Beyaz Saray muhabirliğini yapmış, 2007’de Kongre muhabiri olarak CNN’e geçmiş Harvard mezunu Jessica Yellin, “Eleştiriye set çekilip savaşa sempati haberleri yaptırıldı.” İtirafında bulundu. Yellin, savaşa giden süreçte NBC’de çalışırken kendisinden Bush yönetimine eleştirel bakan haberler yerine ‘pozitif savaş hikâyeleri’ yazmasının istendiğini söyledi. Yellin, medya kuruluşlarının, savaşın ‘ülkedeki vatansever harareti ve başkanın yüksek reytinglerini sürekli kılacak biçimde’ sunulduğunu garantilemek isteyen şirket yöneticilerinin muazzam baskısı altında olduğunu anlattı.<sup>243</sup>

Reuters kaynaklı habere göre CNN’in kurucusu ve eski patronu Ted Turner da, Fox News’in sahibi Rupert Murdoch’u savaş çıkırtkanlığıyla suçladı ve medyadaki tekelleşmeden şikayetçi oldu. Ted Turner, San Francisco’daki bir kulüpte yaptığı konuşmada rakibi medya patronu Rupert Murdoch’u “savaş tellalı” diye nitelendirdi ve Murdoch’un savaşı teşvik ettiğini söyledi.<sup>244</sup>

BBC’nin Genel Müdürü Greg Dyke aynı gün bir açıklama yaptı ve ABD’li yayımcıların tarafsız haber yapmadığını söyledi. Dyke bu açıklamasında Fox News’in Irak Savaşındaki habercilik anlayışın ağır bir şekilde eleştirdi.<sup>245</sup>

Bir taraftan, savaş sürecinde yaptıkları dezenformasyonu itiraf etmek zorunda kalan New York Times, diğer yandan 25 Nisan’da ön sayfasında Saddam Hüseyin rejiminin bir kurbanına ait olduğu iddia edilen bir kafatası fotoğrafı yayımladı. Ve bu hiç olmayacak bir

---

<sup>242</sup> Zülal Kalkandelen, **30 Saniyede Bush**, Remzi Kitabevi, İstanbul 2004, s.51.

<sup>243</sup> “Haber medyasının suç ortaklığında ilk itiraf”, Radikal Gazetesi, 31 Mayıs 2008, <http://www.radikal.com.tr/Radikal.aspx?aType=RadikalHaberDetay&ArticleID=880701&Date=22.09.2010&CategoryID=100> ET:22.09.2010

<sup>244</sup> “U.S.: Ted Turner Calls Rival Media Mogul Murdoch 'Warmonger'” <http://www.worldrevolution.org/article/875> ET:12.12.2010

<sup>245</sup> “BC chief attacks US media war coverage”, <http://www.abc.net.au/news/newsitems/200304/s839894.htm> ET:12.12.2010

şey değildi. Hiç kimse Saddam rejiminin acımasız karakterinden, hiçbir zaman için şüphe etmemişti -yine de, Irak'ın tarihini bilenler, bu rejimin en büyük suçlarını ABD'nin desteğine sahipken işlendiğini de bilirler.

İki gün sonra Times, Thomas L. Friedman'ın "Bir Kafatasının Anlamı" başlıklı bir makalesini yayımladı. Makale şöyle başlıyordu.

"Cuma günü Times'ın baş sayfasında, çevresinde bir grup Iraklı'nın toplandığı bir kafatasının resmi bulunuyordu. Kafatası, Saddam Hüseyin rejiminin siyasi mahkumlarından birine aitti ve çevresindeki yas tutan Iraklılar da onu, Saddam'ın işkencelerinin diğer kurbanlarının da bulunduğu bir mezardan çıkararak akrabalardı. Fotoğrafın hemen altında Başkan Bush'un, söz verdiği şekilde Irak'taki kitle imha silahlarını bulacağını anlatan bir makale vardı.

"Bana kalırsa, savaşı haklı göstermek için kitle imha silahlarını bulmamıza gerek yok. Bu kafatası ve çıkarılacak daha binlercesi benim için yeterli. Sayın Bush kayıp kimyasal silahlar hakkında dünyaya bir açıklama borçlu değildir (Beyaz Saray'ın bu konuyu abartmış olduğu ortaya çıksa bile)."

Friedman şöyle devam ediyordu:

"Şimdi gömülü zehirli variller bulursak bu kimin umurundaki? Ahlaki yönden bu kafataslarından daha mı önemliler? Asla."<sup>246</sup>

## **6.7. Gazeteci Kimliği ve İliştirilmiş Gazetecilik**

ABD Savunma Bakanlığı Pentagon, aralarında yabancı basın mensuplarının da bulunduğu 600 civarında gazeteciyi, Amerikan askerleriyle birlikte Irak'a yerleştirdi. Gazeteciler askerlerle birlikte cephede yer aldı, yemek yedi ve kameralar önünde sohbet etti. Onlardan tek farkları silah taşımamalarıydı. Onca gazetecinin cepheye girişine izin veren

---

<sup>246</sup> Thomas L. Friedman, The Meaning of a Skull, New York Times, 27Nisan 2003, <http://www.nytimes.com/2003/04/27/opinion/27FRIE.html> ET:22.09.2010

Pentagon, onlardan yalnızca halka moral verecek haberler yapmalarını, yani Amerikan ordusu için düzenlenen bir reklam kampanyasının parçası olmalarını bekledi.<sup>247</sup>

İkinci Dünya Savaşı'yla birlikte savaş-medya ilişkisi de yeni bir boyut kazandı.öyle ki II.Körfez Savaşı ile beraber yeni bir gazetecilik kavramı da ortaya çıktı: İliştirilmiş gazetecilik. İngilizce 'embedded' kelimesi Oxford sözlüğüne göre, bir ortama, mekana sağlamca tespit edilmiş demek. Fransızcada ise 'embedded' sözcüğüne karşılık olarak sözlükler 'Encastre' kelimesini kullanıyor. Her iki sözcük de parça ile bütün arasında sıkı bir ilişki, yapışmışlık, gömülmüslük fikrini ön plana çıkartıyor.<sup>248</sup>

İliştirilmiş gazetecilerin haber yapım süreçlerinde savaşın asıl mağdurları olan siviller değil, hareket ettikleri birliklerin silah ve stratejisine yani güçlü olan taraf önceliği almıştır. Bu noktada da tezimizin de ana eksenin oluşturan medya- gazeteci ve savaş ilişkisi bağlamında, illeştirilmiş gazeteciliğin nereye denk düştüğü ciddi bir anlam taşımaktadır. Profesyonel gazeteciler haber ve bilgi toplama özgürlüğünü kamu yararına hizmette bir hak olarak talep etmelidir.

Gazeteci kimliğinin önemli bir bileşeni olarak öne sürülen bağımsızlık, illeştirilmiş gazetecilik uygulamasını kabul ederek; Pentagon'la sözleşme imzalama, seyahat ve iletişim özgürlüğünden gönüllü vazgeçme ve dahası yapılan haberlerde askeri yetkililerin denetimini kabul etme, savaşı izlemeye başlamadan bağımsızlığı terk etme anlamına gelmektedir

### **6.7.1. İliştirilmiş Gazeteci Olmanın Koşulları**

George W. Bush'un kabinesinde görev alan Colin Powel ve Dick Cheney, Körfez Savaşı döneminin de etkili isimleriydi. Biri savaşı, diğeri Savunma Bakanlığı'nı yürütüyordu. Bu isimler tarafından havuz sistemi adı verilen bir yöntem henüz I.Körfez Savaşı zamanında George Bush (W.Bush'un babası) tarafından uygun görülüp, gündeme alınmıştı.<sup>249</sup>

II.Körfez Savaşı döneminde de "İliştirilmiş Gazetecilik" formülü Pentagon Sözcüsü ve Savunma Bakanı Yardımcısı Victoria Clarke ve danışmanları tarafından geliştirildi. Ancak Clarke'nin geçmişte yaptığı görevler de çok önemliydi. Victoria Clarke 1991 yılındaki Körfez

---

<sup>247</sup> Kalkandelen, s.49.

<sup>248</sup> Ragıp Duran, "Irak İşgalinden Çıkarılan 6 Ders", Karizma Dergisi, Sayı:15 2003, s.38.

<sup>249</sup> Remzi Gökdağ, **Amerikan Medyasında 11 Eylül**, İstanbul: E Yayınları, 2001,s.80.

Savaşı sırasında, bebek kuvözleri hakkındaki dezenformasyonun yapım merkezi olan Hill&Knowlton'da çalışıyordu.

“İliştirilmiş Gazetecilik” formülüne onay veren ise ABD yönetiminin şahinlerinden Savunma Bakanı Donald Rumsfeld. Kurallar ise Pentagon ile basın temsilcileri arasında pazarlıklar sonucu belirlendi.

“ABD, Kasım-Aralık 2003 ayından itibaren II.Irak harekatını izlemek isteyen embedded adaylarını Amerika içindeki askeri kamplara çağırdı ve bu muhabirler en az 2 en çok 3 ay eğitim gördü.

Muhabirler 24 saatlerini Amerikan askeri kamplarında geçirdi, burada silah teknolojisinin yanı sıra medyatik konularda da eğitim gördü. Yani embedded muhabirliğe siyasi, ideolojik ve mesleki olarak hazırlandı”<sup>250</sup>

Embedded olarak savaşa katılacak her gazetecinin bakanlık tarafından oluşturulan sözleşmede bulunan şartları kabul edip, imzalaması şart konulmuştur.

Bu sözleşmede, ABD Savunma Bakanlığı, savaştan önce, savaş sırasında ve savaş sonrasındaki askeri operasyonların medya tarafından izlenmesini sağlamak amacıyla, “seçilmiş” askeri birliklere “seçilmiş” medya çalışanlarının yerleştirilmesinin, hükümet ve medya kurumu açısından yararlı olacağı vurgulanmıştır. Yani hükümetin yönetim ve direktiflerine ayrıca hükümetin yönetmeliklerine uymayı kabul etmektedir. Medya çalışanlarının yönetim, direktifler, yönetmelik ve bölge kurallarına uymaması durumunda, ‘iliştirilme’ süreci sona erecektir. ‘İliştirilme’ sürecine katılımında, meydana gelebilecek malın kaybı veya zararında veya kişisel yaralanmada, herhangi bir kişinin ölümünde – bu duruma hükümet sebep olduysa veya katkıda bulunduysa bile- hak iddia eder ve her ne şekilde olursa olsun talepte bulunursa hükümetle anlaşmayı, tazminat ödemeyi ve hükümeti dokunulmaz kılmayı kabul etmek zorundadır.

İliştirilmiş gazeteciler, aynı zamanda Tezimizi Ek. 1 ve 2. Bölümlerinde de aktardığımız “İliştirilme” (Embedded) Sözleşmesini ve Protokolünü imzalamak, ilgili

---

<sup>250</sup> Ragıp Duran, “Embedded: İliştirilmiş Değil Askeri Yatılı”, <http://bianet.org/bianet/medya/18038-embedded-iliştirilmiş-değil-askeri-yatili> ET:23.09.2010

kurallara uymak zorundalar. Bu sözleşmeyi imzalamayanlar ya da kurallara uymayanların akreditasyonları hemen iptal ediliyor. İşte bu protokolden bazı satır başları:

- Savunma bölümünün hava, kara ve deniz kuvvetleriyle medya ilişkilerini en az kısıtlamayla gerçekleştirmesidir. Medya operasyonları şimdi ve gelecekte en geniş anlamıyla ulusal güvenlik çerçevesinde halkın anlayışını şekillendirmeyi içerir. Amacımız diğer dezenformatif bilgilerden önce gerçek bilgileri vermektir. İliştirilmiş gazeteciler Amerikan ordusunun operasyonları sırasında askeri birliğin bir parçası olarak yaşayacak, çalışacak ve seyahat edecektir. Harekâtların güvenliği için halkla ilişkiler subayları ve komutanlar medyayla birlikte çalışacaktır.

- Medyaya mümkün olduğu zaman çatışma ve savaşla ilgili her türlü bilgi verilecektir. Medya belirtilen koşullarda haftalar, hatta aylarca iliştiirildiği birlikte kalabilir

- Muhabirler, ABD birlikleriyle hareket ederken kendi araçlarını kullanamazlar. Birlik gazeteciye her türlü yardımı sağlar.

- Normal haberleşme imkânlarında zorluk yaşandığında, muhabirler, askeri imkânlardan yararlanabilir.

- Habercilere ekipman konusunda bir sınırlama yok. Ancak komutanlar, güvenlik açısından uygun görmediklerinde yayınlarını keserler.

- Medya personeli, savaş şartlarına ayak uydurmakta zorlandığında geri gönderilir.

- Askeri personelle yapılacak olan tüm mülakatlar kayıtlı olacaktır.

- Operasyonların selameti açısından bazı haberlere ambargo uygulanacaktır. Güvenlik gerekçesi ortadan kalktıktan sonra ambargo kaldırılacaktır.

- Habercilere olası biyolojik, kimyasal ya da nükleer saldırıya karşı gerekli teçhizat dağıtılır. Ancak maliyet kısmen ordu, kısmen medya kuruluşu tarafından karşılanır.

- Komutanlar izin vermedikçe, flaş ya da tv spotu kullanılmaz.

- Aşağıdaki haber bilgi ve yayınlar operasyonun güvenliğini tehlikeye düşüreceği için operasyon yapılana kadar yayımlanamaz.

- i. Askeri birliklerin sayısı
- ii. Önemi haiz mühimmat
- iii. Askeri birliklerin isimleri, coğrafi konumları
- iv. İleriye dönük muhtemel operasyonlar
- v. Birliklerdeki güvenlik önlemlerini gösteren fotoğraflar

- 72 saat geçmedikçe ölen ya da yaralanan Amerikalı askerlerin adı verilmez.
- Önceki çatışmalarda ele geçirilen düşman askerleri konusunda bilgi verilebilir.
- Canlı yayınlara operasyonların durumuna göre izin verilir.
- Komutanlar, operasyonların selameti açısından ambargo uygulayabilir.<sup>251</sup>

ABD'de Colombia Üniversitesi'nin desteğinde PEJ (Project for Excellence in Journalism- Gazetecilikte Mükemmellik Projesi) tarafından Irak'taki savaşının ilk 3 gününde embedded medya mensuplarının geçtiği haberler üzerinde bir araştırma yapıldı. Araştırmanın bazı bulguları şöyle:

- Ele alınan haberlerin çoğu -10'dan 6'sı-canlı yayın ve bir editör denetiminden geçmemiş haber.
- İzleyiciler çoğunlukla askerlerden ya da diğer kişilerden değil doğrudan muhabirden haberi dinliyorlar. 10 haberden 8'inde sadece muhabirin konuştuğu saptandı.

---

<sup>251</sup>“Nilgün Tekfidan, “İliştirilmiş muhabirler”, 28 Mart 2003, Hürriyet Gazetesi, <http://arama.hurriyet.com.tr/arsivnews.aspx?id=136676> ET:24.09.2010 ve Mete Çubukçu, **Ateş Altına Gazetecilik**, İstanbul: Metis Yayınları, 2005, s. 145.

- Haberler derinlikten yoksun. İncelenen haberlerden hiçbirisi açılan ateşle vurulan insanları göstermiyor.
- Medyanın haberlere yorum katmakla eleştirildiği günümüzde <sup>252</sup>

### 6.7.2. Haber Denetimi

Pentagon'un gazetecilere güvenli ortamda derinlikli ve zengin bilgiye ulaşma vaadine karşılık, iliştilirilmiş gazeteci olarak çalışan medya profesyonellerinin ifade ettikleri farklıdır. Tumber ve Palmer'in (2004) yaptığı araştırmada savaşı iliştilirilmiş olarak izleyen muhabirlerin düşünöldüğü gibi çatışmaları veya olan biteni detaylı şekilde izleyemediği; kendilerinin askerler içerisinde konuşlandırıldığı yer gereği pek çok şeyi takip etme olanağına sahip olmadığı, çok az sayıda gazetecinin ön saflarda çatışmaları görebildiği ifade edilmektedir. Dolayısıyla Pentagon gazetecilere savaşı daha iyi izleme olanağı sunmamıştır.

“Bu noktada dikkat edilmesi gereken başka durumda iliştilirilmiş gazeteciliğe iyimser bakanlara yönelik olarak savaşı haberciliğinin salt askerler arasındaki çarpışma/çatışma izlemekten mi ibaret olması gerektiğidir. Eğer olay sadece askere arasındaki çatışmaları veya savaşı stratejilerinin takibi olarak kavranır ve bu doğrultuda bir gazetecilik yapılırsa, savaşı asıl yıkımını yaşayan insanlar ve onların dramı ihmal edilmiş olur. İşte böylesi bir haber üretme pratiği gazetecilik mesleğinin altının oyulması; kamu yararı, bağımsızlık veya etik kodlara uygunluk gibi meşruiyet zeminin temel değerlerini de görmezden gelmek olur.” <sup>253</sup>

Bir başka çalışmada ise Kuypers ve Cooper(2005) Ney York Times ve Washington Post gazetelerinde iliştilirilmiş gazeteciler ile savaşı cephe gerisinden izleyen gazeteciler tarafından savaşı konu edinen haberleri kıyaslamalı olarak ele alan bir çalışma yapılmıştır. İliştilirilmiş gazetecilerin imzasını taşıyan haber öykülerine göre, “Iraklı askerler kuşatmaya alınmış, topçu birlikleri ve hava saldırıları ile Irak mevzileri bozguna uğratılmış, koalisyon güçleri Iraklı askerlerin zayıflığı karşısında şaşırmıştır.” Savaşı geriden izleyen gazetecilerin haber öykülerinde ise, “Koalisyon güçlerinin askeri ve teçhizat kayıpları, Irak ordusu tarafından yapılabilecek ani saldırı olasılıkları, Iraklı milisler ve onların savaşı

---

<sup>252</sup> “Türk embedded'leri Irak cephesinde”, 10.Nisan 2003, Hürriyet Gazetesi, <http://webarsiv.hurriyet.com.tr/2003/04/10/273312.asp> ET:24.09.2010

<sup>253</sup> İncilay Cangöz, **Uygun Adım Medya**, Ankara: Ayrıç Yayınları, 2008, s.167.

potansiyelleri, Bağdat gibi kentlerde olası gerilla çarpışmaları ve Iraklı resmi yetkililerin kavgacı retorikleri” gibi iliştilirilmiş gazetecilerden çok farklı boyutlar konu edilmektedir.

Yine aynı araştırmanın sonuçlarına göre iliştilirilmiş gazetecilerin haber öykülerinde Irak halkı ile Koalisyon gücü askerleri arasındaki sıcaklıktan söz edilmekte, askerlerin Iraklılar tarafından büyük bir sevgi ve sempatiyle karşılandıklarını, halkın Baas Partisi ve Saddam rejiminden kurtulmanın kutlamasını yaptıkları yer almaktadır.Savaşı geriden izleyen gazeteciler ise aynı konuda savaştan sivillerin olumsuz etkilenişini, çatışmadan sonra yerleşim bölgelerinde insanların özel yaşam alanlarındaki sıkıntılarını dile getirmektedir.<sup>254</sup>

### **6.7.3. İliştilirilmiş Gazetecilik ve Medyanın Yapısal Mülkiyeti**

NBC, Walt Disney Co., News Corporation, AOL Time Warner, MGM ve Universal Stüdyoları tezimizin medyanın yapısal dönüşümünü incelediğimiz bölümünde aktardığımız gibi, küresel iletişim ağını ellerinde bulunduran medya devleridir. Hepsi de Beyaz Saray yönetimiyle iyi ilişkiler içerisinde. Medyanın içinde bulunduğu mülkiyet biçimi, şirket ortaklıkları, petrol şirketlerindeki hisseler ve siyasal iktidarla olan ekonomik bağları, Irak İşgali sürecindeki haberlerin ele alınmış biçimlerinin devletin resmi politikasıyla tam bir uyum içinde olmasına neden oldu.

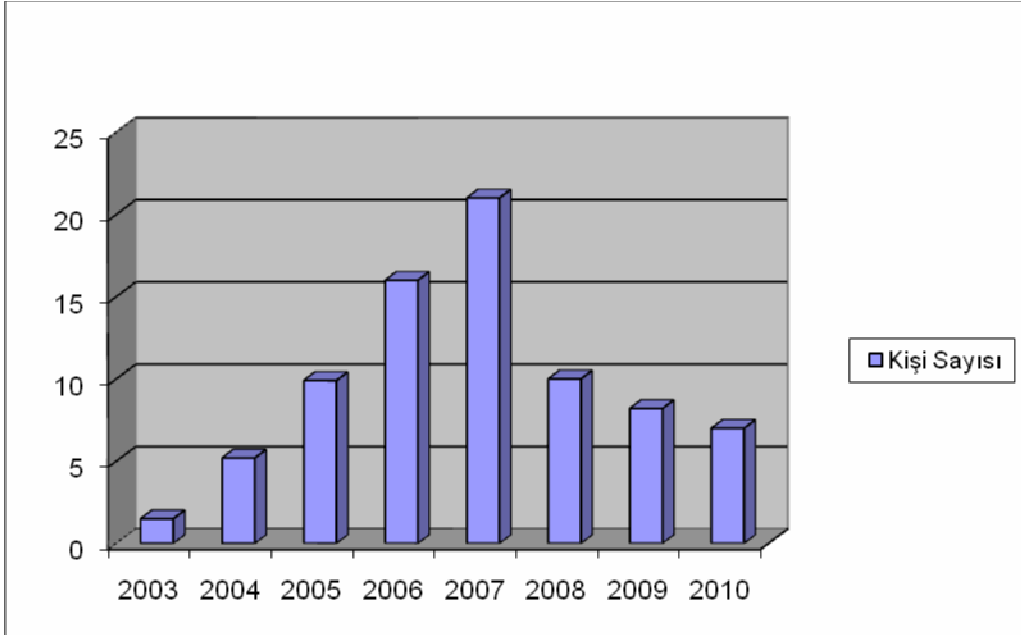
### **6.8. Irak İşgalinin Etkileri ve Sonuçları**

Amerikan ordusunun 20 Mart 2003'te 250 bin askerle işgal ettiği Irak'ta dün sembolik bir gün yaşandı. ABD Başkanı Barack Obama'nın kararıyla ay sonuna kadar Irak'tan tamamen çekilecek olan Amerikan ordusunun son muharip askerleri de dün (planlanandan erken) ülkeyi terk etti. Yani Irak'ta savaştan asker kalmadı. Muharipleri destekleyen 10 bin asker ise, ay sonuna kadar ülkeden çıkacak. Eylül 2010 itibariyle Irak'ta yalnızca 50 bin Amerikan askeri kalacak. Bunların görevi 16 ay boyunca Irak askerlerini eğitmek ve ülkedeki diplomatik temsilcileri korumak olacak. Irak'taki son Amerikan askeri 2011 sonunda ülkeden ayrılacak. Amerikan ordusunun ülkeden çıkışı bazı Iraklılar tarafından eleştiriliyor. Eski Başbakan Yardımcısı Tarık Aziz, geçtiğimiz günlerde hapisten yaptığı açıklamada, “Irak'ı kurtlara atıyorlar” dedi.

---

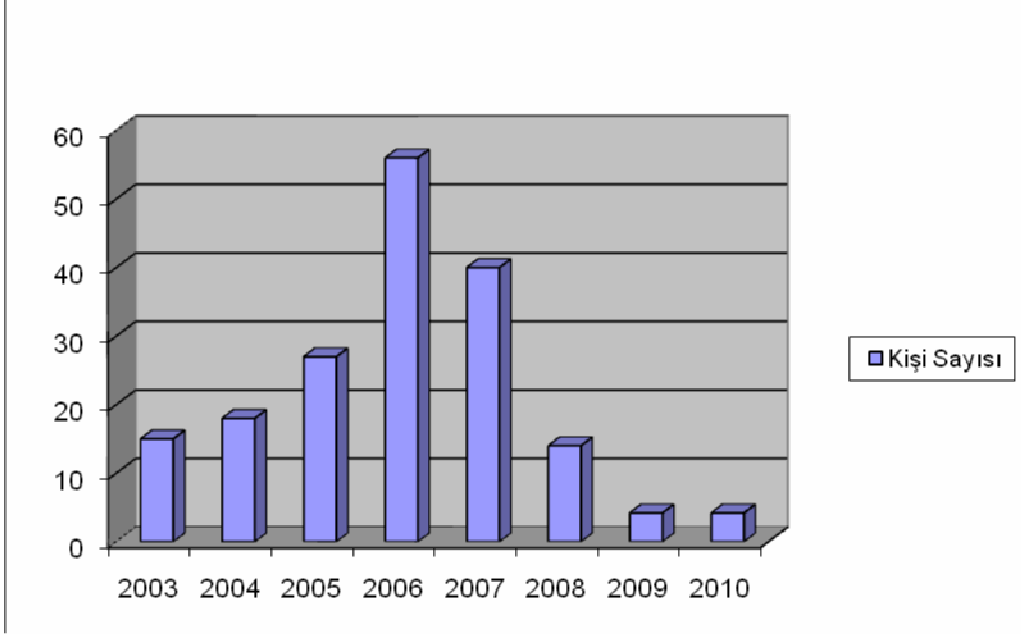
<sup>254</sup> Cangöz, s.168.





**Şekil 1 Günde Bombalardan Ölen İnsan Sayısı**

“17 Ağustos 2010, Milliyet Gazetesi, <http://www.milliyet.com.tr/abd-irak-i-kaderine-terk-ediyor/dunya/haberdetay/17.08.2010/1277427/default.htm>”



**Şekil 2-Günlük Bazda Çatışmada ve İdamdan Ölen İnsan Sayısı**

“17 Ağustos 2010, Milliyet Gazetesi, <http://www.milliyet.com.tr/abd-irak-i-kaderine-terk-ediyor/dunya/haberdetay/17.08.2010/1277427/default.htm>”

“Sivil Ölümler”:

**Tablo 5**

**Irak'ta İşgal Sürecinde Yaşanan Sivil Ölüm Sayıları**

2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
7.300	16.800	20.200	34.500	23.600	6.400	3000	825

<http://usliberals.about.com/od/homelandsecurit1/a/IraqNumbers.htm>

**20 Mart 2003**

İngiliz ve Amerikan kuvvetleri Irak'ı işgal etti.

**29 Ağustos 2003**

Araba patlamasında aralarında Şii lideri Ayetullah Muhammed Bakır El Hekim'inde bulunduğu 83 kişi öldü.

**1 Şubat 2004**

Kuzey Irak'ın Erbil Bölgesinde bulunan Kürt ofislerinin önünde kendilerin patlatan iki intihar bombacısı yüzünden 117 kişi öldü.

**2 Mart 2004**

Bağdat ve Kerbala'daki saldırılar sonucunda 171 kişi öldü.

**28 Şubat 2005**

Güney Bağdat'ın Hila Bölgesinde gerçekleşen araba patlamasında 125 kişi öldü, 130 kişi yaralandı.

#### **14 Eylül 2005**

Bağdat'ın Şii Bölgesinde gerçekleşen intihar saldırısı sonucunda 114 kişi öldü, 156 kişi yaralandı.

#### **5 Ocak 2006**

Kerbela ve Ramadi kentlerinde gerçekleşen iki intihar saldırısı sonucu 120 kişi öldü, 200 kişi yaralandı.

#### **23 Kasım 2006**

Bağdat'ın komşusu Sadr kentinde gerçekleşen altı bombalı saldırı sonucu 202 kişi öldü, 250 kişi yaralandı.

#### **14 Ağustos 2007**

Üç intihar bombacısının kullandığı yakıt otomobillerinin, Irak'ın Suriye sınırına yakın olan Hatriya ve Cezire kentlerindeki patlamalar sonucu 520 kişi öldü.

#### **25 Mart 2008**

Basra'daki militanları yok etmek için Mukteda El Sadr, Mehdi ordusuyla çatışmaya girdi. Yüzlerce kişi öldü.

#### **19 Ağustos 2009**

Bağdat'taki devlet binalarının yakınında yapılan altı bombalı saldırı sonucunda 95 kişi öldü. 536 kişi yaralandı.

#### **25 Kasım 2009**

Adalet Bakanlığı'na ve Bağdat'ın çeşitli yönetim binalarının bulunduğu bölgeye yapılan saldırılar dolayısıyla 155 kişi öldü. 500 kişi yaralandı.

## 25 Ocak 2010

Bağdat'ta bulunan üç otele yapılan intihar saldırıları sonucunda 36 kişi öldürüldü.

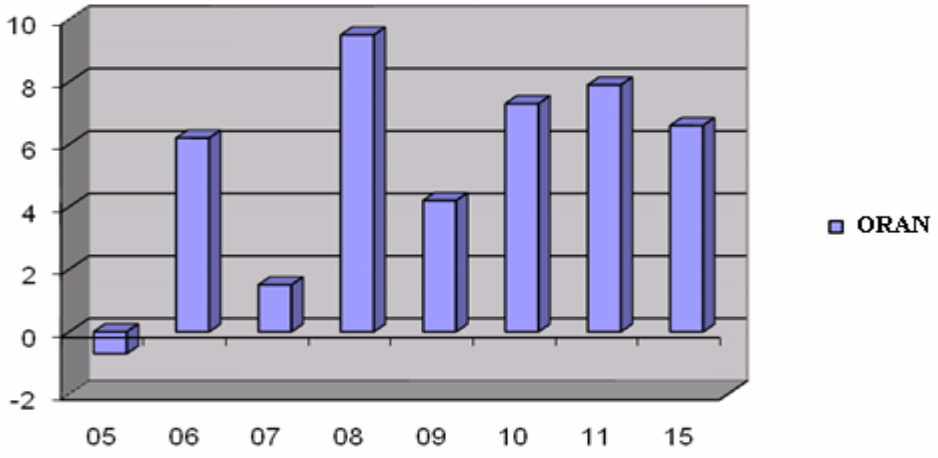
## Temmuz 2010

Geçtiğimiz Temmuz ayı içerisinde öldürülen sivil sayısı ikiye katlanıp, 400'e çıktı.

**Tablo 6**  
**Irak'ta Öldürülen Gazeteci Sayısı**

<b>2003</b>	<b>14</b>
<b>2004</b>	<b>24</b>
<b>2005</b>	<b>23</b>
<b>2006</b>	<b>32</b>
<b>2007</b>	<b>32</b>
<b>2008</b>	<b>11</b>
<b>2009</b>	<b>4</b>
<b>2010</b>	<b>1</b>
<b>Toplam</b>	<b>141</b>

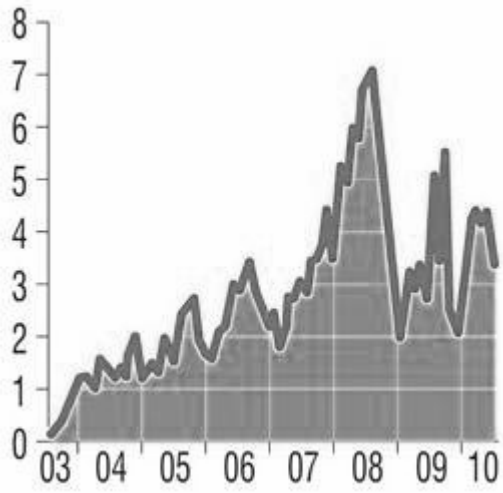
**Kaynak: <http://usliberals.about.com/od/homelandsecurit1/a/IraqNumbers.htm>**



**Şekil 3 Ekonomi-GSYİH, Yıllık Değişme Oranı**

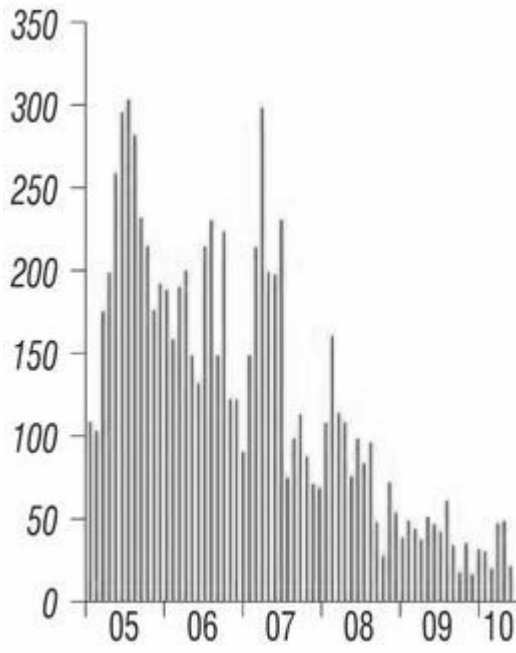
“17 Ağustos 2010, Milliyet Gazetesi, <http://www.milliyet.com.tr/abd-irak-i-kaderine-terk-ediyor/dunya/haberdetay/17.08.2010/1277427/default.ht>

Şekil 4’te ihracattan elde edilen aylık petrol gelirini görüyoruz. Savaştan önce günlük petrol üretim miktarı 25 milyon varil iken Haziran-Temmuz 2010 tarihleri itibariyle 2.41 milyon varile düşmüştür.



**Şekil 4 Petrol Üretim Miktarı (Ölçüt: Milyar Dolar)**

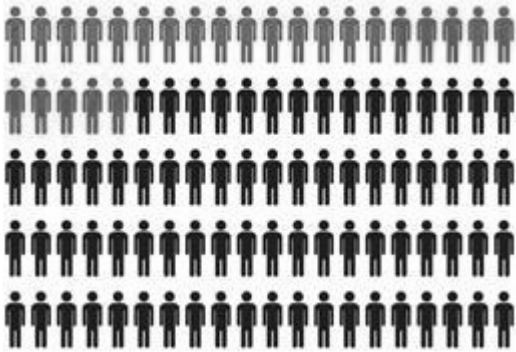
“17 Ağustos 2010, Milliyet Gazetesi, <http://www.milliyet.com.tr/abd-irak-i-kaderine-terk-ediyor/dunya/haberdetay/17.08.2010/1277427/default.htm>”



**Şekil 5 Petrol Üretim Miktarı (Ölçüt: Milyar Dolar)**

“17 Ağustos 2010, Milliyet Gazetesi, <http://www.milliyet.com.tr/abd-irak-i-kaderine-terk-ediyor/dunya/haberdetay/17.08.2010/1277427/default.htm>”

Irak'ta Son verilere göre işsizlik oranı yüzde 15, yarım gün çalışanların oranı yüzde 10 olarak belirlenmiştir. 2005 yılından bu yana Irak'ın kamu sektöründe çalışanların sayısı ikiye katlandı. Irak'taki işlerin yüzde 43'ü kamu sektörü tarafından sağlanıyor. Bu işlerin sadece yüzde 60'ı tam gün işler olarak değerlendirilebilir.

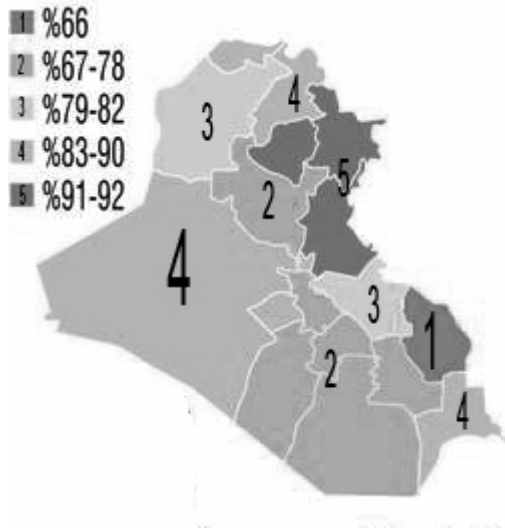


**Şekil 6 Irak'ta İş Olanakları**

“17 Ağustos 2010, Milliyet Gazetesi, <http://www.milliyet.com.tr/abd-irak-i-kaderine-terk-ediyor/dunya/haberdetay/17.08.2010/1277427/default.htm>”

Iraklı öğrencilerin yüzde 50'si ilköğretim okulunu zamanında bitiremiyor.

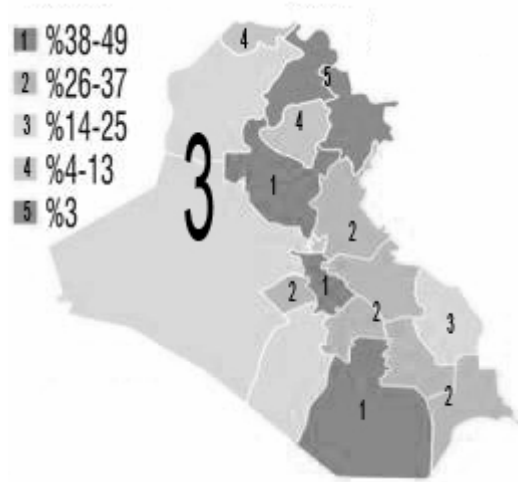




**Şekil 7. Irak'ta İş Olanakları**

“17 Ağustos 2010, Milliyet Gazetesi, <http://www.milliyet.com.tr/abd-irak-i-kaderine-terk-ediyor/dunya/haberdetay/17.08.2010/1277427/default.htm>”

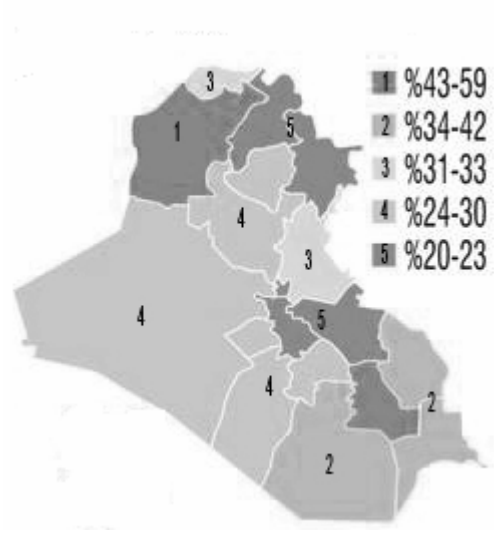
Şekil 8’de, günde 2,2 dolarla geçinen ve ulusal açlık sınırı altında yaşayan Iraklı vatandaşların oranını görüyoruz. Ayrıca toplamda 7 milyon Irak vatandaşı yoksulluk içinde yaşamaktadır.



**Şekil 8 Yoksulluk Sınırı**

“17 Ağustos 2010, Milliyet Gazetesi, <http://www.milliyet.com.tr/abd-irak-i-kaderine-terk-ediyor/dunya/haberdetay/17.08.2010/1277427/default.htm>”

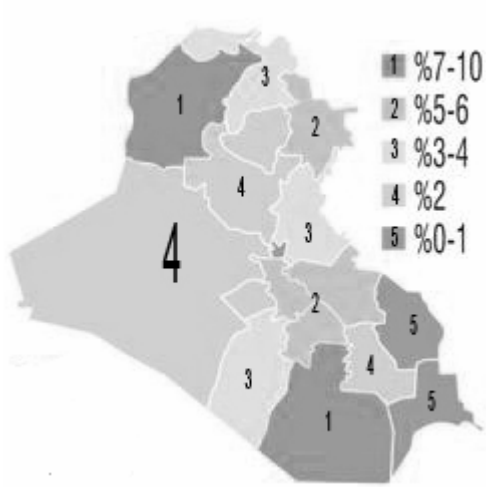
Şekil 9’da, 15 ile 24 yaş arasındaki gençlerin bölgelere göre işsizlik oranlarını görebiliyoruz. Bu oran ortalama olarak yüzde 30’a denk düşmektedir.



**Şekil 9 Genç Nüfus Arasındaki İşsizlik Oranı**

“17 Ağustos 2010, Milliyet Gazetesi, <http://www.milliyet.com.tr/abd-irak-i-kaderine-terk-ediyor/dunya/haberdetay/17.08.2010/1277427/default.htm>”

Savaş sonrası, Irakta, 5 yaşından küçük ve olması gereken kilonun altında yaşayan çocuk sayısı yüzde 8 olarak ölçülmüştür.



**Şekil 10 Beslenme**

“17 Ağustos 2010, Milliyet Gazetesi, <http://www.milliyet.com.tr/abd-irak-i-kaderine-terk-ediyor/dunya/haberdetay/17.08.2010/1277427/default.htm>”

UNHCR (Birleşmiş Milletler Mülteciler Yüksek Komiserliği) tarafından kayıt edilen bilgilere göre 230 bin adet mülteci, Ürdün ve Suriye gibi ülkelere sığındı.

Irak sınırlarını terk edip başka bir kente zorunlu olara göç eden insan sayısının 2 milyon civarında olduğu tespit edildi. Bu insanlardan 500 bini evsiz kaldıkları için kötü durumlarda olan mülteci kamplarına yerleştirildi. Ve UNHCR tarafından 2010 yılında Irak için ayrılan bütçenin miktarı 264.285.225 \$ olduğu belirtiliyor

**Tablo 7**

**Zorunlu olarak göç eden Iraklı sayısı (2003 Nisan ayı sonrası)**

Yıllar	İnsan Sayısı
2003	400.000
2004	800.000
2005	1.200.000
2006	2.000.000
2007	2.740.000
2008	2.770.000
2009	2.764.000
2010	2.700.000

**Kaynak:** <http://usliberals.about.com/od/homelandsecurit1/a/IraqNumbers.htm>

**Tablo 8**  
**Irak'tan Göç Edenlerin Sığındığı Ülkeler**

Yurtdışında yaşayan Iraklı mülteciler	2.000.000
Suriye'deki Iraklı Mülteciler	1.200.000
Ürdün'deki Iraklı Mülteciler	450.000
Mısır, Lübnan, İran ve Türkiye'deki Iraklı Mülteciler	155.000
Körfez ülkelerindeki Iraklı Mülteciler	150.000

Kaynak: <http://usliberals.about.com/od/homelandsecurity/a/IraqNumbers.htm>

Irak halkının yüzde 24'ü, yani yaklaşık dört Irak'lıdan birinin temiz, sağlıklı suya erişimi yok ve nüfusun yüzde 26'sı su ihtiyaçlarını gidermek için ırmak sularını kullanmaktadırlar. Ayrıca ırmak sularına akıtılan kanalizasyon suyunun oranının yüzde 83 olduğu ancak temizlenen kanalizasyon suların oranının ise yüzde 17 olduğu tespit edilmiş bulunmaktadır.

Elektrik üretimi açısından da günde 10 bin MegaWatt elektrik tüketimine karşılık, günlük üretim miktarı dönem itibariyle 6 bin MegaWatt.

Amerika Birleşik Devletleri Irak'ın elektrik alt yapısını onarmak için sözleşmelere 6 milyon dolar yatırmış olmasına karşın, Iraklıların günlük ihtiyaçlarının hala çok altında elektrik verilebiliyor. Su şebekesinin ise durumu elektrikten çok farklı değil:

USA Today gazetesinden Rick Levis'in aktardığına göre; "Belediyeler ve Bayındırlık Bakanlığı, ülke çapında en çok ihtiyaç duyulan yerlerdeki 81 su ve kanalizasyon projesi için ilk başta ABD fonlarını kullanmayı planlıyordu." diyordu, bir bakanlık yetkilisi

olan Humam Misconi. Bu sayı daha sonra 13'e düşürüldü. Irak'taki hanelerin hemen hemen yarısı temiz suya ulaşamazken, başkenti saymasak ülkenin sadece yüzde 8'i kanalizasyon şebekesine bağlıdır.”<sup>255</sup>

Şubat 2004'te New York Times'a yazan Jeffrey Gettleman şunları aktarıyordu: “Bağdat'taki Çocuk Hastanesi Eğitim Merkezi'nde döşemeler lağım pislikleriyle dolu. İçme suyu çamur gibi. Doktorlara göre, hastaların yüzde 80'i, hastaneye geldikten sonra enfeksiyon kapıyor. Iraklı doktorlar, savaşın onlara daha fazla felaket getirdiğini söylüyorlar. Ülkedeki 185 devlet hastanesini denetlemekle görevli Sağlık Bakanlığı yetkilisi Eman Asım, 'şimdiki durum, savaştan önceye göre kesinlikle daha kötü, yaptırımların en ağır olduğu dönemde bile durum bu kadar kötü değildi,' diyor.”<sup>256</sup>

#### *“İşgalin Gerçekliği”:*

Los Angeles Times'ın haberine göre, Kongrenin Irak'ta 'yeniden yapılanma' için kullanılmasına yetki verdiği 18,4 milyar doların ancak yarısından azı gerçek projelere harcanmış, 100 milyon dolar kadar para da hiçbir resmi işleme girmeden kaybolmuştur.<sup>257</sup>

“Toplam 50 milyar doları geçen (ki bu rakam Irak'ın Gayri Safi Milli Hasılası'nın iki katından fazlaydı) sözleşmelerle, 150'yi aşkın ABD Şirketi ödüllendirildi. 11 milyar dolarlık payıyla bunların en büyüğü, Halliburton; diğer 13 ABD şirketinin her biri de 1.5 milyar dolardan fazla kazanıyorlar,” diye yazıyor araştırmacı yazar Antonia Juhasz.<sup>258</sup>

---

<sup>255</sup> Rick Jevis, “Iraqis Rebuilding Shows as U.S. Money for Projects Dries Up”, USA Today, 10 Ekim 2005, s.1A.

<sup>256</sup> Jeffrey Gettleman, “Chaos and War Leave Iraq's Hospital in Ruins”, New York Times, 14 Şubat 2004, s.A1.

<sup>257</sup> T. Christian Miller, “Some Iraq Projets Running Out of Money, U.S. Says”, Los Angeles Times, 8 Eylül 2005, s.A6.

<sup>258</sup> Antonia Juhasz, “Bush's Economic Invasion of Iraq”, Los Angeles Times, 14 Ağustos 2005, s.M5.

## SONUÇ

Siyasal, ekonomik ve toplumsal alanlarda derin etkiler yaratan küreselleşme süreciyle birlikte, iletişim alanında yapılan uluslararası yatırımlar ve medyanın mülkiyet yapısının değişmesiyle birlikte, medya ABD ve Batılı ülkelerin etki ve denetimi altına girmiştir.

Kapitalizmin eşitsiz gelişme kanununa uygun olarak işleyen küreselleşme olgusu, tezimizde de incelediğimiz gibi, modernizmi ve refahı dünyaya yayacak bir süreçten çok; zengini daha zengin, yoksulu daha yoksul yapan bir sarmal olarak işleyişini sürdürmektedir.

Emperyalizm kavramının, yerini küreselleşme kavramına bıraktığı günümüzde, uluslararası sermaye, dünya ölçeğinde kendine tehdit olarak gördüğü tüm unsurları zayıflatmaya, küçültmeye veya yok etmeye çalışmaktadır.

Kapitalizmin iktidar biçimleri gerek ulusal anlamda gerekse de uluslararası boyutta toplumlar üzerinde baskı şeklinde gerçekleşmektedir. Buradan hareketle, toplumların belirli çıkar gruplarınca denetim ve baskı altında tutulması, düşünme ve hareket etme biçimlerinin belirlenmesi için iktidar araçlarına sahip olan gücün, hegemonyasını toplumsal alan üzerinden gerçekleştirmesi gerekir. İktidar tüm olanaklarını kullanarak toplumu biçimlendirmeye, baskı ve denetim altında tutmaya çalışır.

Toplumsal rızanın oluşturulma sürecinde, toplum bilincinin belirlenmesi ve iktidarın bilinç yapıları üzerine yaptığı etki ile toplumun iktidarı içselleştirmesi sağlanmaya çalışılır.

Tezimizde ayrıntısıyla işlediğimiz küreselleşme kavramının, günümüzde başta ekonomik yaşam olmak üzere toplumsal yaşamın her alanında varlık ve etkinlik alanını arttırdığını ve arkasında telafisi çok zor olumsuz etkiler bırakan haksız bir süreç olduğu gerçeğine ulaştık.

Öte yandan Sovyetler Birliği'nin fiilen yıkılması, geniş çaplı ve tek yanlı bir istikrarsızlık ortamının doğuşuna neden olmuş; böylece işgücü ve emek piyasaları ulus devlet

özelinde tamamen rekabet koşulları altına girmiş ve bu süreç birçok kişinin işsiz kalması ile sonuçlanmıştır. Söz konusu sürecin sadece ekonomik etkilerinin olduğunu belirtmek burada yetersiz kalmaktadır; süreç aynı zamanda toplumsal ölçekte sorunların da oluşmasına neden olmuştur. Tezimiz boyunca istatistikî olarak da örneklerini verdiğimiz gibi dünya genelinde yoksulluk oranları artış göstermiş, insani yaşam koşulları gittikçe kötüleşmiş, aynı toplum içinde ve toplumlar arasında oluşan dengesiz ekonomik durum, ülkeler arasında da eşitsizliklere yol açmıştır.

Kapitalist ekonomi biçimi, küreselleşme süreciyle ulus-devletin özellikle ekonomik alandaki hâkimiyetini daraltmıştır. Artık ulus aşırı ya da çokuluslu şirketler yine tezimizde hem nicelik hem de niteliksel olarak örneklendirdiğimiz gibi, dünya piyasalarında ve toplumsal yaşamın her alanında ulus-devletlerin birçoğundan daha fazla söz sahibi olmaya başlamıştır. Sonuçta büyük ölçüde çok uluslu şirketlerin yönlendirdiği küresel bir ekonomik düzen, dünyanın her yanında etkinliğini başarıyla sürdürmektedir. Küreselleşmenin ekonomik boyutu sadece bahsedilen çok uluslu şirketlerce değil, aynı zamanda uluslararası ekonomik örgütler ve oluşumlar ve anlaşmalarla (IMF-Dünya Bankası-GATS) şekillendirilmektedir.

Bize göre de küreselleşme süreci ulus-devleti zayıflattığı gibi uygulanan neo-liberal politikalar sonucu işsizliğin artması ve toplumsal açıdan da uzun süreçte yoksulluk gibi olumsuzluklar yaratacağına benzemektedir. Sermayenin belli grupların elinde toplanması, yoksulla zengin arasındaki uçurumun gittikçe derinleşmesi durumunu yaratmaktadır. Hem ulusal hem de uluslararası alanda gelir dağılımlarındaki eşitsizlikler toplumsal olarak da olumsuz sonuçlar doğurmaktadır. Özellikle 2000'li yıllarla beraber sosyal devlet anlayışının ulus devlet özelinde tasfiye sürecine girdiğini belirtmekte fayda olacağını düşünmekteyiz. Tezimiz sonucunda ulaştığımız sonuçlardan biri de toplumda zenginliğin ve sermayenin tekelleşmesidir.

Bu bağlamda, egemen kapitalist devletlerin hegemonyaları yanında, çokuluslu şirketlerin, ulusal ekonomilerde etkinlik alanlarını arttırmaları ve dünya ekonomisinin, Uluslararası Para Fonu, Dünya Bankası ve Dünya Ticaret Örgütü gibi uluslararası örgütler aracılığıyla yeniden şekillendirilmesi söz konusudur.

Uluslararası sermaye akışı, uluslararası medya tekellerini biçimlendirmiş, medya tekelleri de uluslararası koşullarda örgütlenmişlerdir. Bu durum, dünya ölçeğinde bir yoğunlaşma getirmiştir. Bu durumun başlıca hukuki dayanakları ise; hizmet ticaretini



serbestleştiren; fikri mülkiyet haklarını sağlama alan ve yabancı sermayeyi teşvik eden GATT, MAI, MIA gibi küresel anlaşmalardır.

Tezimiz sonucunda ulaşmaya çalıştığımız sonuçlardan en önemlisi de medyanın önemli bir toplumsallaştırma aracı olarak ‘rızanın üretilmesi’nde kullanıldığı idi. Küreselleşme döneminde iktidarlar, ekonomiyi ve tüm baskı araçları ile birlikte kitle iletişim araçlarını da elinde tutmaktadırlar. İktidarlar, kendi varlıklarını sürdürmek, aynı zaman da çoğunluğu baskı altında tutarken, toplumun bundan rahatsız olmamasını sağlamak için, çeşitli enstrümanların yanında medyayı da bu amaç için kullanmaktadırlar. Kısacası insanı çevreleyen tüm alanlarda eğitim, kültür ve iletişim alanlarında toplumsal yaşama dair tüm girdi ve çıktılar tamamıyla denetlenmekte ve düzenin kendisine tehdit olarak gördüğü tüm unsurlar ayıklanmaktadır.

Medya bir yandan mülkiyet yapısı itibariyle ideolojik işlevlerini yerine getirirken, gündem oluşturarak toplumun “eşik bekçiliği” rolünü üstlenmektedir. Medyanın içerikleri üzerindeki temel belirleyici ve en tepedeki süzgecin ideoloji olduğu, neo-liberal ideolojinin hegemonik işleyişinde medyanın işlevini açıklar niteliktedir. Ayrıca medyanın gündem belirlerken, suskunluk sarmalı oluşturması da ideolojik işlevinin önemli bir boyutudur. Bu sayede, muhalif görüşlerin dile getirilmesi engellenmekte, adeta sistemi koruyan bir duvar oluşturulmaktadır.

Medya aslında karşılıklı olarak bilgi transferini ifade etmektedir ve bu noktada da bilgi-güç ilişkisi önemli bir etken olarak karşımıza çıkmaktadır. Ancak Neo-liberal politikaların uygulandığı ve küresel sermayenin tüm alanlarda egemenliğini sürdürdüğü ülkelerde medya kapitalist elitin hizmetindedir ve bilgi gerçekleri değil, gerçek olarak görülmesi gerekenleri tanımlayan bir kavram haline getirilmektedir. Bu anlamda ‘bilgi’ gerçekliği değil, yalanları doğru hale getiren bilgi haline gelmekte ve bu bilgi de medya kanalları aracılığı ile topluma dağıtılmaktadır.

Kitle iletişim araçlarını elinde bulunduran uluslararası sermaye gruplarının tarafsızlık ve objektiflik anlamında iyi bir sınav vermediklerini rahatlıkla söyleyebiliriz. Bu sermaye grupları, hem sınıfsal karakterlerine uygun olarak toplumu kendi çıkarları açısından yönlendiriyorlar hem de toplumun önemli bir bölümünün kanaat edinmesinde başrol oynamaktadırlar.

Tezimizde derinlemesine incelemeye çalıştığımız ve tüm dünyada egemen olan uluslararası medya organları, ya kendi ulusal iktidarlarının ya da uluslararası sermayenin çıkarları yönünde hareket etmektedir. ABD'nin Irak'ı işgal sürecinde de- tezimiz sürecinde incelemeye çalıştığımız gibi- sürekli olarak gerçekleri göstermeyi değil, gizlemeyi ya da manipüle etmeyi çok iyi bir şekilde başarmaktadırlar.

Küreselleşmenin ideolojik silahları olan uluslararası şirketlere ait medya grupları, doğru ve gerçek haber dolaşımını, özellikle Irak'ın işgal edilmesi sürecinin öncesinde ve sonrasında olumsuz yönde etkilemiş, genellikle siyasal-ekonomik bir amaca ulaşmak için siyasal iktidarlar tarafından gerçekleştirilen dezenformasyon kampanyalarına haberleriyle katılmış ve ortak olmuş ya da dezenformasyonu bizzat kendi çıkarları için yapmışlardır. Siyasal iktidarın ve egemen güçlerin politikalarını desteklemeyen ya da muhalif duran haber içeriklerine, tekelleşmiş medya gruplarının sansür uyguladıklarını görmekteyiz.

Birey bu tek taraflı haber akışı içerisinde, kendisine kitle iletişim araçları tarafından sunulan bilgiyi almaktadır. Manipüle edilmiş ve dezenformasyona uğramış bu bilgiler, hakkında sahip olduğu tek bilgi (gerçeklik duygusu) oluyor, kanaat ve tutumları bu şekilde yönlendiriliyor. Kitle iletişim araçları böylece toplumun bir kısmını manüpile edilmiş ve dezenformasyona uğramış bilgi bombardımanına tutarak adeta kanaat olmaya hazır toplumların oluşmasında başrol oynuyor.

Ayrıca küreselleşmenin yerel kültürlere olan etkisi kültürel emperyalizm temelinde değerlendirildiğinde, eleştiriler, uluslararası sermayenin batılı ve tek tip homojenleştirici bir etkisinin olduğu konusunda birleşmektedir. Batı merkezli olan küresel kültürün hem diğer kültürleri dönüştürücü özelliği hem de onlar üzerinde hegemonya kurma gücü bulunmaktadır. Bu homojen kültür, aslında sermaye tarafından güçlendirilen ve desteklenen tüketim kültürüdür. Batı merkezli tüketim kültürünün taşınmasında ve kabul edilmesinde medyanın büyük bir etkisi bulunmaktadır.

“Küreselleşme Sürecinde Medyadaki Dezenformasyon ve Irak İşgali Örneği” adlı çalışmayla, medyanın aslında küreselleşmenin ideolojik bir silahı olduğu, Irak'ın işgali öncesi ve ABD'nin saldırılarını izleyen süreçte haber dolaşımını olumsuz yönde etkilediği açığa kavuşturulmuştur. Söz konusu haberlerle, özel olarak politik bir amaç güdülmüş ve siyasal iktidarlar tarafından yapılan dezenformasyon kampanyalarına haberleriyle destek olmuş ve dezenformasyonu bizzat kendi çıkarları için yapmışlardır.

11 Eylül saldırılarından günümüze kadar uzanan süreçte Amerikan medyasının haberlerinde ve yorumları incelendiğinde, ABD'nin Irak'ı işgal etmesinin nedeni teröre karşı mücadele ve elinde kitle imha silahlarının bulunduğunu iddia etkileri Irak'ın Saddam yönetiminden kurtarıp ülkeye demokrasi getirme çabasının vurgulandığını gördük. Ancak gerçek amacın bu olmadığı çok açıktır. İşgalin ana gerekçesi, dünyanın petrol ve doğal gaz rezervlerinin büyük bölümünü barındıran Ortadoğu coğrafyasında hakimiyetini kendisine tabi olan bir karakol ülkeyle sürdürebilme diye açıklayabiliriz. Dünya petrol rezervlerinin yüzde 11'i Irak topraklarında bulunmaktadır. Bu oran Ortadoğu petrolünün yüzde 16'sına, doğalgazlarının rezervlerinin yüzde 7'sine karşılık gelmektedir.

ABD'nin Irak'ı işgal sürecinde görebileceğimiz gibi, dünyanın dört bir yanında süren savaşlarda, sermayenin egemen olduğu medya, olaylara hep tek taraflı bakış açısıyla bakmakta, yani mülkiyet yapısı gereği ezilenlerin değil ezenlerin yanında saf tutmakta ve sürekli olarak savaş kışkırtıcılığı görevini yerine getirirken, bunu da dünyaya 'demokrasiyi getirme' çabası olarak sunmaktadır.

Irak savaşı öncesinde, ABD medyası sürekli olarak savaş kışkırtıcılığı yaparak, savaşın kaçınılmazlığının vurgusunu yaptı. Bush yönetimi tarafından basına verilen her bilgi sorgulanmadan doğru olarak kabul edildi. Gazeteciliğin ve haberciliğin olmazsa olmaz koşulu araştırmacılık kavramı görmezden gelindi ve neden- sonuç ilişkisi tamamen ortadan kaldırıldı. Ayrıca tüm dünya halkları, kendine tekelleşmiş haber ajansları tarafından ne sunulursa doğru kabul eder haline geldi,

Tezimiz boyunca ulaştığımız veriler sonucunda, küreselleşme sürecinin aslında medya sistemlerini de köklü bir değişikliğe uğrattığı görülmüştür. Söz konusu değişiklik liberal-özgürlükçü kuramdan otoriter kurama doğru bir değişimi ifade etmektedir. Irak işgali öncesi ve sonrasında, uluslararası kamuoyunu yönlendirme gücü olan medya organlarının ana hedefinin devlete hizmet etmek, siyasal iktidarların politikalarını desteklemek ve ilerletmek olduğu görülmüştür.

Irak işgali sürecinde medya organlarının otoriter medya kuramlarının gerekliliklerini tam olarak yerine getirdiklerini görüyoruz. Söz konusu işgal süresince medya daima siyasal otoriteye bağlı ve ona yardım edici bir işlev görmüştür. Kanunları ve kurulu düzeni bozucu veya siyasi otoriteyi zayıf düşürücü- özellikle büyük sermaye gruplarına ait medya organlarında- yayınlar yapılmıştır.

Genel olarak Amerikan medyasının Irak savaşı sırasında da sergilediği gazetecilik ve habercilik anlayışı öyle boyutlara vardı ki, asıl görevi gerçekleri halka iletmek olan gazeteciler, araştırma inceleme yapmadan sadece hükümet sözcülerinin açıklamaları doğrultusunda haberlerini yapar hale geldiler. Oysa görevlerini yerine getirmiş olsalardı, yalanlara dayanan bir halk desteği büyük ölçüde sağlanamaz ve durum çok daha farklı olabilirdi. Yani tezimizde de ayrıntılı olarak ele aldığımız gibi iliştilirilmiş gazetecilik sözleşmesiyle beraber, medya organlarının yayın öncesi denetime tabi tutularak sansür uygulamalarının gerçekleştiğini görüyoruz.

İliştilirilmiş gazetecilerin hangi olayları haberleştirecekleri önceden imzalanan bir sözleşmeyle belirlenmiştir. Örneğin iliştilirilmiş gazetecilerin tezimizde ek bölümünde yer alan protokolde yer alan maddelerde de görebileceğimiz gibi, birliklerden ayrılmaları yasaklanmıştır. Söz konusu gazeteciler haber içeriklerini ve sunumunu oluştururken ABD'nin askeri bakış açısına uygun olarak haber yapmak zorunda olmuşlardır.

Ve en önemlisi, işgal süresince, hiçbir şekilde resmi otoriteyi, dolayısıyla çıkar gruplarını hedef alan saldırılar, oluşturulan kamuoyuyla, resmi politikaya ve ahlaki değerlere saldırı olarak kabul edilmeye başlandı. Yani ABD yönetimi toplumsal anlamda rızayı oluşturma sürecinde kitle iletişim araçlarını etkin bir şekilde kullandığı açıkça görülmektedir.

ABD medyasının Irak İşgali sürecindeki sistemsal konumlamasının tam olarak liberal-özgürlükçü medya kuramının karşıtı olduğu açıkça görülmüştür. Irak işgali süresince medyanın daima Bush ve ekibiyle uyumlu çalıştığı hatta çoğu zaman siyasal iktidara yardımcı bir konuda olduğu anlaşılmıştır. İşgal sonrasında Irak'ta kitle imha silahlarının varlığına ilişkin hiçbir delil bulunamamasına karşın, medyanın yayın çizgisinde herhangi bir sapma gerçekleşmemiştir. Bu sefer de, her şeye rağmen işgalin Irak'ta Saddam rejiminin yıkılmasına olanak sağladığı ve Orta Doğu coğrafyasına demokrasi getirme adına çok gerekli olduğu yönünde yayınların devam ettiği görülmüştür. Irak işgaline neden olarak gösterilen kitle imha silahlarının varlığı işgal öncesi günlerce medyada yer alırken, söz konusu silahların bulunamaması ile ilgili olarak bir otosansür uygulaması gerçekleştirilerek konunun üzerine gitmemeyi tercih etmişlerdir. Bu otosansür uygulaması, kamuoyu oluşturmada medyanın nedenli etkin kullanıldığını açıkça ortaya çıkarmaktadır. Dolayısıyla medyanın sahiplik yapısı çerçevesinde, çıkar gruplarının ve egemen güçlerin holdingleşme ve tekelleşme sürecinde,

medya organlarına sahip olmak adına verdikleri mücadelenin büyüklüğünün sebebi ortaya çıkmaktadır.

Bizce küreselleşme sürecinin ve sermaye birikim sürecinin yarattığı tüm olumsuzluklara rağmen savaş haberciliğinin pratiği; gerçeklere ve verilere dayalı bilgilendirmeye dayanmalıdır. Habercilik anlayışı kişisel düşünce, inanç ve yargılardan uzak olmalıdır. Haber içeriklerinin sunum aşamasında betimlemelerde tarafsız olunmalıdır. Ve tezimiz boyunca açıklamaya çalıştığımız gibi, halkın düşüncelerini şekillendirmeye çalışılmamalıdır.

Tezimizde alternatif bir medya okumasıyla ulaştığımız haber örneklerinde gördüğümüz gibi savaş çığırkanlığı yapan ABD basınının mülkiyet yapısını incelediğimizde savaşı nasıl ve neden meşrulaştırdığını anlamak zor olmayacaktır.

Medya holdinglerinin sahiplik yapısıyla, Orta Doğu coğrafyasında petrol işi yapan şirketlerin sahiplik yapısı arasındaki ilişki, bölgede savaşın petrol üzerindeki iktidarla ilintili olduğunu açıklamada yeterli görülmektedir. Sonuç olarak ABD'nin Irak'ı işgal etmesindeki temel amacı, dünyanın petrol ve doğalgaz rezervlerinin büyük bir kısmına sahip olan Irak'ın, kendine bağımlı bir yönetimle kontrolünü sağlamaktır. Medyaya burada büyük bir görev düşüyordu; Savaş öncesi yayınlarıyla, tüm olanaklarını kullanarak askeri bir saldırının kaçınılmaz olduğunu vurgulamak. Çünkü küresel dünyada egemen sınıfların lehine rızayı yeniden üretme işlevi artık medyanın görevidir.

Tüm bu olumsuzluklara karşın küreselleşme döneminde yaşanan dönüşümler ve yine bu dönemde yaşanan yoğun tekelleşmeler sonucunda geleneksel medya kanallarının oluşturduğu teksesli, anti-demokratik medya ortamında doğru ve bağımsız gazetecilik yapabilecek, ötekinin sesi olabilecek, kısaca medyayı sermayenin etkisinden kurtarabilecek alternatif medya kanallarına gün geçtikçe ihtiyaç artmaktadır.

Bu ihtiyaca internete erişim olanaklarının ve maliyetlerinin oldukça aşağı çekilmesiyle beraber internet üzerinden yayın yapan alternatif medya kanalları cevap vermektedir. İnternet üzerinden oluşan alternatif medya kanalları çoksesliliği sağlamaya çabalamakta, ötekinin, yerelin sesini duyurmak için çalışmaktadır. Böylece geleneksel medyanın ötekinin sesini duymayan anti-demokratik uygulamalarına karşı, ötekinin sesi olmaya çalışan alternatif medya kanalları katılımcı demokrasiye de önemli hizmetler sunmaktadır.

Yine siyasal-ekonomik anlamda bağımlı olan medyanın sahiplik yapısı ve çıkarları yüzünden yapamadığı kamu gözcülüğü yapma, kamuoyu oluşturma ve iktidarları eleştirme görevini ticari kaygıları olmayan alternatif medya kanalları devralmış gözükmektedir.

Alternatif medya sermayeden ve devletin tüm ideolojik aygıtlarından kopuk, iktidarı eleştiren ve tek amacı gerçekleri ve gerçekliği anlatmak olan siyasal iktidarları ve sermaye gruplarını karşısına alabilen medyadır. Böyle bir medyanın yaratılması ve devamlılığını sağlanması dünyanın geleceği için çok önemlidir.

## **EKLER**

### **Ek 1.**

#### **“İliştirilme” (Embedded) Sözleşmesi 2003**

#### **Amerikan Savunma Bakanlığı**

Amerikan Ordusu, Irak ile olası bir savaşta medyanın takibi amacıyla Basra Körfezi Bölgesi’ndeki askeri birliklere “iliştirilmek” üzere 600 gazeteciye izin vermiştir. Aşağıda “iliştirilmek” isteyen gazetecilerin imzalaması gereken şartname yer almaktadır:

#### **Anlaşma, Tazminat, Dokunulmaz Kılma Sözleşmesi ve Dava Açmama Sözleşmesi**

ABD Savunma Bakanlığı adına Amerika Birleşik Devletleri (“Hükümet”), savaştan önce, savaş sırasında ve savaş sonrasındaki askeri operasyonların medya tarafından izlenmesini sağlamak amacıyla, “seçilmiş” askeri birliklere “seçilmiş” medya çalışanlarının yerleştirilmesinin Hükümet ve medya kurumu açısından tamamen yararlı olduğuna inanmaktadır. Bu anlaşma, medya çalışanlarının askeri birliklere yerleştirilmesini “iliştirilme” veya “iliştirilme süreci ” olarak ifade etmektedir ve medya çalışanlarının - “iliştirildiği” askeri birliklerle birlikte- yaşamasını, seyahat etmesini, yemek yemesini, uyumasını ve tüm profesyonel ve kişisel aktivitelerine önderlik etmesini gerekli görmektedir.

## **Tanımlar**

a. “Hükümet” terimi, bakanlıklar, alt kuruluşlar, ajanslar, araçlar, yetkili kişiler, çalışanlar (askeri ve sivil personel), hizmetçiler, uzmanlar, gönüllüler ve ajanlarıyla birlikte “Amerika Birleşik Devletleri Hükümeti”ni kastetmektedir.

b. “Medya kurumu” terimi, bir ABD veya yabancı bir ülkenin “medya işvereni”nin çalışanı, temsilcisi, halefini kastetmektedir.

c. “Medya çalışanı” terimi bir medya kurumunun çalışanı veya yetkilisidir.

Medya kurumu ve medya çalışanları şunu bilmeli ve kabul etmelidir ki; askeri yaşamın ortak ve ortak olmayan tehlikelerine ek olarak “iliştirilme” metodunda, medya çalışanları, birlikteki askerlerin savaşta, muharebe operasyonlarında ve muharebe destek operasyonlarında karşılaştıkları en ileri ve önceden tahmin edilemeyen risklerin aynalarıyla karşı karşıya kalacaktır. Medya kurumları ve medya çalışanları aşağıdakileri önceden bilmeli ve tümüyle kabul etmelidir.

a. “İliştirilme” süreci medya çalışanlarını bir askeri ortamın savaş, muharebe operasyonları ve muharebe destek operasyonlarında en ileri ve önceden tahmin edilemeyen

tüm tehlikeleriyle karşı karşıya bırakacaktır. Askeri ortam aslında tehlikeli ve ölümlerle sonuçlanabilir ya da medya çalışanlarını sakat bırakıp onların kişisel malzemelerine zarar verebilir.

b. “İliştirilme” süreci dayanıklılık isteyen askeri yer, hava ve deniz araçlarını ve diğer Hükümet araçlarını kapsayan tehlikeli aktiviteleri içerebilir ve medya çalışanlarının kendinden ya da grup hareketlerinden; ajanlar, uzmanlar, yetkililer, grup üyeleri ve Hükümet çalışanlarının hareketlerinden; Hükümetin durumundan ve doğal çevreden; bilinen veya bilinmeyen Hükümete ait teçhizattan; ve savaş, muharebe operasyonları ve muharebe destek operasyonlarından kaynaklanan ciddi sakatlanmalarına ya da ölümüne yol açabilir.

c. "İliştirilme" süreci medya çalışanlarının fiziksel sağlığının ve durumunun tam olarak iyi olmasını gerektirmektedir. Fiziksel sağlığı tam olarak iyi olmayan kişiler “İliştirilme” sürecine katılamazlar. Medya çalışanları kendi doktorlarına “İliştirilme” için yeterli oldukları konusunda başvurmalıdır. Kalp veya akciğer rahatsızlığı olan veya koroner hastalığı olan ya da diğer kronik veya bulaşıcı hastalığı ya da durumu olan kişiler katılamazlar. Aynı biçimde hamile olan bayanlar da katılamazlar. Herhangi bir kıraktan, durumdan, rahatsızlıktan ve süregelen bir şeyden acı çekmesi “İliştirilme” sürecine engel teşkil eden kişiler katılamazlar.

d. “İliştirilme” sürecinin bir parçası olarak Hükümet, Hükümete herhangi bir ücrete mal olmaması ve medya çalışanlarının pek çok risklere karşı ek bir sözleşme yapması şartıyla, medya çalışanlarına şarbon ve çiçek hastalığına karşı aşı yapacaktır. Bu aşular gönüllü olarak yapılacak ve “İliştirilme” sürecine katılmada bir ön şart olmayacaktır. Medya kurumları ve medya çalışanları, iştirak edecek medya çalışanlarının şarbon ve çiçek aşularının yapılmasını onaylamakla; Anlaşma, Tazminat, Dokunulmaz Kılma Sözleşmesi ve Dava Açmama Sözleşmesi'nin özellikle çiçek aşısı ve şarbon aşularına bağlı olarak medya çalışanlarının hastalanmasını, sakatlanmasını ve ölmesini de kapsayan herhangi bir yan etki ve olumsuz reaksiyonun tüm risk ve tehlikelerini kapsadığını da kabul ederler.

Medya çalışanı,

a. “İliştirilme” sürecine katılmakla Hükümetin yönetim ve direktiflerine uymayı, ayrıca hükümetin yönetmeliklerine uymayı kabul eder. Medya çalışanı; yönetim, direktifler, yönetmelik ve bölge kurallarına uymayı ihlalin medya çalışanının “İliştirilme” sürecinin sona ermesiyle sonuçlanacağını;



b. Gönüllü ve istekli olarak ve bilerek, “iliştirilme” sürecine, savaş, muharebe operasyonları ve muharebe destek operasyonlarına bağlı olarak bilinen ve bilinmeyen HERHANGİ VE TÜM RİSKLERİ ÜZERİNE ALMAYI.

c. “İliştirilme” sürecine katılımında olumlu veya olumsuz, herhangi istekler, talepler, eylemler (dava açma), alacaklar, haklar, alacaklı duruma geçme veya mükellefiyet talebi, borçlar, yükümlülükler, hükümler, maliyetler, avukat ücretleri, ayrıca medya çalışanının “iliştirilme” sürecine katılımı sonucu meydana gelecek malın kaybı veya zararında, veya kişisel yaralanmada veya herhangi bir kişinin ölümünde - bu kayba, zarara, kişisel yaralanmaya veya kişinin ölümüne her ne şekilde olursa olsun Hükümet sebep olduysa veya katkıda bulduysa bile- ortaya çıkarır veya hak iddia eder ve her ne şekilde olursa olsun talepte bulunursa hükümetle ANLAŞMAYI, TAZMİNAT ÖDEMEYİ, VE HÜKÜMETİ DOKUNULMAZ KILMAYI kabul eder.

Medya kurumu, medya çalışanının “iliştirilme” sürecine katılmasına izin verilmesini kabul eder. “İliştirilme” sürecine katılmaya izin verilmesine bağlı olarak medya kurumu, “iliştirilme” sürecine katılımında olumlu veya olumsuz, herhangi istekler, talepler, eylemler (dava açma), alacaklar, haklar, alacaklı duruma geçme veya mükellefiyet talebi, borçlar, yükümlülükler, hükümler, maliyetler, avukat ücretleri, ayrıca medya çalışanının “iliştirilme” sürecine katılımı sonucu meydana gelecek malın kaybı veya zararında, veya kişisel yaralanmada veya herhangi bir kişinin ölümünde - bu kayba, zarara, kişisel yaralanmaya veya kişinin ölümüne her ne şekilde olursa olsun Hükümet sebep olduysa veya katkıda bulun duysa bile- ortaya çıkarır veya hak iddia eder ve her ne şekilde olursa olsun talepte bulunursa hükümetle ANLAŞMAYI, TAZMİNAT ÖDEMEYİ, VE HÜKÜMETİ DOKUNULMAZ KILMAYI kabul eder.

Medya kurumu ve medya çalışanı bu vesileyle “iliştirilme” sürecine katılımı sonucu meydana gelecek medya kurumunun malının veya medya çalışanının malının tahribinden, kaybindan ya da zarar gelmesinden veya kişisel yaralanmadan veya medya çalışanının ölümünden dolayı Hükümeti dava etmeyeceğini, Hükümetten hak talep etmeyeceğini, istekte bulunmayacağını sözleşme altına almış ve kabul etmiştir.

Medya kurumu ve medya çalışanı, “iliştirilme” sürecinde önemli olabilecek tüm acil medikal ve dental muamelelerin -bir Hükümetin medikal veya dental yetkilisinin dahilinde de yapılabilen- uygulanmasının gönüllü olarak ve rızası dahilinde yapıldığını onaylar. Bir

Hükümete veya ticari bakım ünitesine taşıma işi yetkili acil medikal veya dental bakım ünitesine ek olarak talep edilebilir. Hükümetin medikal veya dental bakımını alan, ancak böyle bir yardımı alması uygun olmayan kişiler hükümete masrafın iadesini hukuki yolla ödemek zorunda bırakılacak.

Medya kurumu ve medya çalışanı, Hükümetin karar vermede tek yetkili olarak “iliştirilme” sürecini herhangi bir zaman ve herhangi bir sebepten dolayı sona erdirebileceğini bilir ve kabul eder.

Bu Anlaşma, Tazminat, Dokunulmaz Kılma Sözleşmesi ve Dava Açmama Sözleşmesi federal kanunlara göre tercüme edilebilir. Konu ile ilgili federal kanunların izin verdiği şekilde kabaca ve kapsayacak şekilde yorumlanabilir. Eğer bu dökümanın herhangi bir kısmı geçersiz tutulursa, kalan kısım tüm gücüyle geçerliliğini devam ettirir.

Medya Çalışanının Belgeyi İmzaladığı Gün, İmza: \_\_\_\_\_

Medya Kurumunun İmzaladığı Gün, İmza: \_\_\_\_\_

İsim: \_\_\_\_\_

## **Ek.2**

### **Medya İle Pentagon Arasında İmzalanan Havuz Protokolü (11 Mart 1992)**

1) Askeri operasyonları izleyen gazetecilere bağımsız ve sansürsüz habercilik imkanı tanınacak.

2) Başlayan bir askeri hareketin gazetecilerce izlenmesi ve haber merkezlerine iletilmesi, “haber havuzu” sistemiyle sağlanacak, yapılacak operasyonlar hakkında bilgiler 24-36 saat önceden cephede bulunan gazeteciler duyurulacak.

3) Bu sistem ile sınırlı sayıda gazeteciye aynı anda haber alma imkanı tanınacak, sistem içinde bulunan bir gazeteciye verilen bilginin diğer gazeteciler tarafından da kullanılması sağlanacak.

4) Haber kuruluşları kadrolarındaki savaş tecrübesi olan gazetecileri bu görev için seçecek, seçilenler askeri yetkililerce güvenlik soruşturmaları yapıldıktan sonra belirlenecek ve bu gazetecilerin savaş anında fiziki dayanıklılığa sahip olma şartı aranacak. Kurallara uymaya gazeteci savaş alanından uzaklaştırılacak ve bölgeden haber geçmesi yasaklanacak.

5) Habercilerin askeri yetkililere ulaşması ve bilgi alması sağlanacak. Hassas operasyonlarla ilgili bilgi verme inisiyatifi askeri yetkililerle belirlenecek ve gerekli hallerde gazetecilere yapılacak operasyonlarla ilgili bilgi verilmeyecek.

6) Gazetecilerin sorumluluğunu üstlenen askeri yetkililer, ulusal güvenliği ilgilendiren bilgilerin sızdırılmaması amacıyla medyaya müdahale edebilecek.

7) Gazetecilerin askeri araçlarla seyahat için gerekli imkân tanınacak, bu konuda habercilerin eğitimi üstlenilecek, can güvenliklerinden askeri yetkililer sorumlu olacak.

8) Gazetecilerin haber merkezleriyle iletişimleri askeri kodları içermeyecek şekilde olacak ve bu iletişim savaş boyunca sağlanacak.

9) Bu kuralların uygulanması Savunma Bakanlığı’na bağlı bir birim tarafından kontrol edilecek.

#### **Protokole eklenen tavsiye kararları:**

**Medyanın tavsiye kararı:** Savaş muhabirleri Amerikan halkının güvenliğini yakından ilgilendiren bilgiler konusunda son derece duyarlı ve dikkatli bir davranış içindedirler. Amerikan medyasının bu konuda belirlenen kurallara uyacağı tartışılmaz bir konudur. Vietnam ve Körfez Savaşı’nda görev alan habercilerin çalışmaları buna örnektir. Pentagon’un bu konuyu ön plana çıkararak, savaş bölgesinden yapılacak yayınları kontrol yetkisi

gereksizdir. Pentagon'un gelecekte olası bir savaş durumunda uygulamayı düşündüğü bu kuralın değiştirilmesinden yanayız.

**Pentagon'un açıklaması:** Operasyonların başarısı ve askerlerin can güvenliği göz önüne alındığında, cepheden yapılacak haberlerin denetimi Pentagon'un vazgeçmeyeceği bir kuraldır. Amaç, medyanın göndereceği haberleri kontrol değil, askerlerin üstlendiği görevlerin başarıyla tamamlanmasıdır. Haberler için uygulanacak bu güvenlik denetimi. operasyonlara katılan üst düzey askeri yetkililerce yapılacak ve kurallara uymayan gazetecilerin bölgeyi tek etmesi sağlanacak.

**Ekler İçin Kaynak:** Remzi Gökdağ, Amerikan Medyasında 11 Eylül, E Yayınları, İstanbul 2001. ve İncilay Cangöz, Uygun Adım Medya ,Ayraç Yayınları, Ankara 2008.

## KAYNAKÇA

### *Kitaplar*

Alemdar, Korkmaz. İrfan Erdoğan, Popüler Kültür, Ümit Yayınevi, Ankara, 1994.

Althusser, Louise. İdeoloji ve Devletin İdeolojik Aygıtları, İletişim Yayınları, İstanbul, 1989.

Althusser, Louise. Lenin ve Felsefe, İletişim Yayınları, İstanbul 2004.

Adaklı, Gülseren. Türkiye'de Medya Endüstrisi, Ankara: Ütopya Yayınları Nisan 2006.

Barrett, Michéle, Marx'tan Foucault'a İdeoloji, Sarmal Yayınları, İstanbul 2000.

Arnove, Anthony. Irak'tan Çekilmenin Mantığı, Agora yayınları, İstanbul 2006.

Bektaş, Arsev. Kamuoyu İletişim ve Demokrasi, İstanbul Bağlam Yayınları, 1996.

Bilgili, Can. Nesrin Tan Akbulut, Küreselleşme Makinesi: Medya, İstanbul: Beta Yayınları, Şubat 2008.

Boratav, Korkut. ‘‘Ekonomi ve Küreselleşme’’ bkz. Emperyalizmin Yeni Masalı Küreselleşme, Der: IŞık Kansu İmge Kitabevi, 1997

Bozkurt, Veysel. Enformasyon Toplumu ve Türkiye, Sistem Yayıncılık, İstanbul, 1996.

Bülbül, Rıdvan. Uluslararası İletişim, Nobel Yayınevi, Ankara 2002.

Can, Faruk. Bilgi ağının Güdümlü Silahı Medya, Alfa Yayınları, İstanbul 2005.

Cangöz, İncilay. Uygun Adım Medya, Ayraç Yayınları, Ankara 2008.

Chomsky, Noam. Edward S. Herman, Medyanın Kamuoyu İmalatı, Nemesis Kitaplığı, İstanbul 2004.

Chomsky, Noam. Edward S. Herman, Medya Halka Nasıl Evet Dedirtir, Minevra Yayınları, İstanbul 1998.

Chomsky, Noam. Medya Gerçeği, İmge Tüm Zamanlar Yayıncılık, İstanbul, Nisan 1999.

ubuku, Mete. Ateş Altına Gazetecilik, Metis Yayınları, İstanbul Nisan 2005.

Duran, Rağıp. Burası Dünya Polis Radyosu/Global Medya Eleştirileri, İstanbul, Yapı Kredi Yayınları, Mayıs 2001.

Dursun, iler. TV Haberlerinde İdeoloji, İmge Yayınları, Ankara, 2001.

Erdoğan, İrfan, Uluslararası İletişim, Dünyanın arpık Düzeni, Kaynak Yayınları, İstanbul, 1995.

Erdoğan, İrfan ve Korkmaz Alemdar; İletişim ve Toplum. Bilgi Yayınevi, Ankara 2000.

Fishman, M., (1980), Haber Nasıl retilir, Texas: University Of Texas Press.

Lenora Foerstel, ‘‘Gerçekler Nasıl Karartılıyor, Medya ve Savaş Yalanları’’, Yordam Kitap, İstanbul 2007.

Galbraith, Peter. Irak’ın Sonu Ulus Devletlerin kŐ m?, eviren: Mehmet Murat İnceayan, İstanbul, Doğan Kitap, 2007.

Gerger, Haluk. ABD Ortadoğu Türkiye, Ceylan Yayınları, İstanbul 2006.

- Girgin, Atiila. Uluslararası Haber Ajansları ve AA, Der Yayınları, İstanbul, 2002.
- Gökdağ,Remzi. Amerikan Medyasında 11 Eylül, E Yayınları,İstanbul 2001.
- Hamelink, Cees. ‘‘Merkez ve Çevre Ülkeler Arasındaki Enformasyon Dengesizliği’’, Yusuf Kaplan, Enformasyon Devrimi Efsanesi.
- İlal, Ersan. İletişim, Yıgınsal İletim Araçları ve Toplum, Der Yayınları, İstanbul 1997.
- İnceoğlu, Yasemin. Çeşitli Ülkelerde Medya, Der yayınları İstanbul 1994.
- İnceoğlu Yasemin. Nebahat A. Çomak, Metin Çözümlemeleri, Haber Yorumdan Seyir ve Gösteriye, Doç.Dr.Nilgün Tural Cheviron, ,Ayrıntı Yayınları, Nisan 2009.
- İnceoğlu, Yasemin. Uluslararası Medya, Beta Yayınları,İstanbul 2000.
- İnceoğlu, Yasemin Giritli ve Nurdan Akıner, ‘‘Savaş Kurbanları, Çocuklar’’, Medya ve Çocuk Rehberi, Yasemin İnceoğlu ve Nurdan Akıner (ed.), Konya, eğitim Kitabevi Yayınları, 2008.
- İzmir, M.Ali. Yeni Dünya Dizaynı Amerikan İmparatorluğunun Yayılmacılığı, Gündem yayınları İstanbul 2003.
- Kalkandelen, Zülal. 30 Saniyede Bush, Remzi Kitabevi, İstanbul 2004.
- Kaya, Raşit. İktidar Yumağı, İmge Kitabevi, Ankara, 2009.
- Kejanlıoğlu, D. Beybin. Türkiye’de Medyanın Dönüşümü, İmge Yayınları, Ankara, 2004.
- Köse, Hüseyin. ‘‘**Küresel Akıntıya Karşı Sivil Arayışlar- Alternatif Medya**’’, Yirmi Dört Yayınları, İstanbul, 2007.
- Marx, Karl – Friedrich Engels, Alman İdeolojisi [Feuerbach], Sol Yayınları, Temmuz 1992.
- Marx, Karl. Friedrich Engels, Komünist Manifesto, Sol Yayınları, Ankara, 1998.
- Moore, Micheal. Aptal Beyaz Adamlar, Çev. Ayşe Göktürk Tunceroğlu, İstanbul, Babıali Kültür Yayıncılığı, 2002.
- Morresi, Enrico. Haber Etiği, Ahlaki Gazeteciliğin Kuruluşu ve Eleştirisi, Ankara 2006.

Morley, David ve Kevin Robins, Kimlik Mekanları: Küresel Medya, Elektronik Ortamlar ve Kültürel Sınırlar, Ayrıntı Yayınları, İstanbul, 1997.

Onay, Yaşar. Küresel Egemenlik Savaşı ve Irak Neden Irak?, Babil Yayıncılık Ankara 2003.

Özbudun, Ergun. Türk Anayasa Hukuku, Yetkin Yayınları, Ankara 2009.

Özer, Ömer. “Medya Alanında Tekellesme: Ankara’daki Muhabirlerin Tekellesmenin Sonuçlarına Yönelik Değerlendirmeleri”, Medya Okuryazarlığı,” Kalemus Yayınları, İstanbul, 2007.

Özkan, Abdullah. Küreselleşme Sürecinin Medya ve Kültür Üzerindeki Etkileri, Tasam Yayınları, Mayıs 2006.

Özkan, Abdullah. Siyasal İletişim: Partiler, Seçimler, Stratejiler, Nesil Yayınları, İstanbul 2004.

Pazarbaşı, Betül ve Gülay Akgül Yılmaz, Küreselleşme Sürecinin Medya Endüstrisine Yansımaları, Vedat Demir-Pınar Eraslan Yayınoğlu (Editör), İletişim Yansımaları Gerçekler ve Uygulamalar,

Rigel, Nurdoğan. İletişim Tasarımında Haber, Der Yayınları, İstanbul: 2000.

Rigel, Nurdoğan Medya Ninnileri, Sistem Yayınları, İstanbul 1993.

Ritter, Scott. War on Iraq, Profile Boks, 2002, s.26.

Sazak, Derya. 11 Eylül Gölgesinde Saddam, Doğan Kitapçılık, İstanbul 2002.

Schiller, Herbert. “Zihin Yönlendirenler”, Pınar Yayınları, İstanbul, 2005.

Schneider, Wolf. ve Paul-Josef Raue, Gazetecinin El Kitabı, Konrad Adenauer Vakfı Yayını, Ankara: 2000.

Şahin, Mehmet. Mesut Taştekin, II. Körfez Savaşı, Platin Yayınları, Ankara, 2006.

Şeker, Mustafa Televizyon Haberciliği, Konya. 1999, Selçuk Üniversitesi Vakfı Yayınları.

Şaylan, Gencay. Değişim, Küreselleşme ve Devletin Yeni İşlevi, İmge Kitabevi, İstanbul, 2003.

Timur, Taner. Küreselleşme ve Demokrasi Krizi, İmge Kitabevi, Ankara, 1996.

Tokgöz, Oya. Temel Gazatecilik, İmge Kitabevi, Ankara, 2000.

Trend, David. Medyada Şiddet Efsanesi, YKY Yayınları, İstanbul 2008.

Uluç, Güliz. Küreselleşen Medya: İktidar ve Mücadele alanı, Anahtar Yayınları, 2003.

William H. Meyer. Transnational Media and Third World Development, Greenwood Press, N.Y., 1988.

Yıldırım, Rahmi. Dördüncü Kuvvet Medya, Karınca Yayınları, İstanbul Mayıs 2010.

Yüksel, Erkan. Medya ve Habercilik, Çizgi yayınları, İstanbul 2010.

### ***Sürekli Yayınlar***

Anayasa Mahkemesi Kararlar Dergisi: Sayı 6, s.23.

Anayasa Mahkemesi Kararlar Dergisi: Sayı 24, s.451-452.

Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayını, Oya Tokgöz, Siyasi Haberleşme ve Kadın, No:429, Ankara, 1979

Bilim ve Toplum Dergisi, Taylan Doğan., Rızanın İmalatı: Bir Propaganda Aracı Olarak Medya, <http://www.bgst.org/keab/ManufacturingConsent.asp> ET: 02.09.2010

Birikim Dergisi, Nadir Sungur, “Küreselleşme Üzerine Sosyolojik bir İnceleme”, Mayıs-1995, sayı:73, s.56.

Evrensel Gazetesi, Claus Hecking, Savaşın İlk Kurbanı Gerçekler,4 Nisan 2003, <http://www.evrensel.net/03/04/04/toplum.html#1> ET:19.09.2010

Gazi Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Tefik Erdem, Noam Chomsky ve Amerikan Tarzı Demokrasi, 7.2.2006 s.206.

Hürriyet Gazetesi, Anka Ajansı, Et Balık Kurumu geri dönüyor, 22 Ağustos 2006,

<http://hurarsiv.hurriyet.com.tr/goster/haber.aspx?id=4959810&p=2> ET:12.09.2010



- Human Development Report 1998 s.2. <http://hdr.undp.org/en/reports/global/hdr1998>  
ET:13.07.2010
- Human Development Report 2000 s.9 <http://hdr.undp.org/en/reports/global/hdr2000>  
ET:13.07.2010
- Human Development Report 2004 s.131 <http://hdr.undp.org/en/reports/global/hdr2004>  
ET:13.07.2010
- Human Development Report 2006 s.131 <http://hdr.undp.org/en/reports/global/hdr2006>  
ET:13.07.2010
- Human Development Report 2003 s.56 <http://hdr.undp.org/en/reports/global/hdr2003>  
ET:13.07.2010
- Hürriyet Gazetesi, ABD'den bağımsız medya ağına darbe, 11 Ekim 2004,  
<http://webarsiv.hurriyet.com.tr/2004/10/11/535149.asp> ET:02.09.2010
- Hürriyet Gazetesi, Bakın görün Tekel'i babalar gibi satarım, 13 Nisan 2003,  
<http://hurarsiv.hurriyet.com.tr/goster/haber.aspx?viewid=254711>
- Hürriyet Gazetesi, Bush: İstihbarat hatası yaptık, , 15 Aralık 2005,  
<http://hurarsiv.hurriyet.com.tr/goster/haber.aspx?id=3652772&tarih=2005-12-15>,  
ET:15 Aralık 2005
- Hürriyet Gazetesi, Doğan Uluç, “İlk Körfez Savaşı'nı Nayirah başlattı”23 Mart 2003  
<http://webarsiv.hurriyet.com.tr/2003/03/23/265537.asp> ET:21.09.2010
- Hürriyet Gazetesi, Nilgün TEKFİDAN, İliştirilmiş muhabirle 28 Mart 2003,  
<http://arama.hurriyet.com.tr/arsivnews.aspx?id=136676> ET:24.09.2010 ve
- Hürriyet Gazetesi, Türk embedded'leri Irak cephesinde,10.Nisan 2003,  
<http://webarsiv.hurriyet.com.tr/2003/04/10/273312.asp> ET:24.09.2010
- İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, Ceyda Ilgaz Büyükbaykal, Küresel Medya Yapılarının Yoğunlaşması,- 2008 - Sayı:31 s.46
- İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, Douglas Kellner, “Küreselleşme ve Postmodern Dönem”, Çeviren: Gül Batuş, 2003 Sayı 33, s.35
- İ. Ü. İletişim Fakültesi Dergisi, Ceyda Ilgaz, "Uluslararası Haberleşme Sistemi ve Az Gelişmiş Ülkeler", , sayı 9, İstanbul: 1999, ss. 103-106.
- İşçi Köylü Kurtuluşu Dergisi, İzzettin Önder, “Küreselleşme, Kapitalizmin Sondan Bir Önceki Aşaması”, Yıl:1, No: 2002-3, 15-28 Şubat 2002, s.10

- Karizma Dergisi, Doğan Tılıç, “Medya, Savaş ve Demokrasi”, Sayı:9, 2002, s.29-38
- Karizma Dergisi, Ragıp Duran, “Irak İşgalinden Çıkarılan 6 Ders”, Sayı:15 2003, s.38
- Karizma Dergisi, Yasemin İnceoğlu, Nurdan Akıner, Dezenformasyonda Süreklilik: Irak Üzerine Savaşın Örneklerle, , 2004, Sayı:18, s.161
- Los Angeles Times, Antonia Juhasz, “Bush’s Economic Invasion of Iraq”, 14 Ağustos 2005, s.M5.
- Los Angeles Times, T. Christian Miller, “Some Iraq Projets Running Out of Money, U.S. Says”, 8 Eylül 2005, s.A6.
- Milliyet Gazetesi, CIA bu kez doğru koordinat verdi” 3 Nisan 2003,  
<http://www.milliyet.com.tr/2003/04/03/guncel/agun.html> ET:21.09.2010
- Milliyet Gazetesi, Medya Bush’un askeri oldu, 21 Nisan 2007,  
<http://www.milliyet.com.tr/medya-bushun-askeri-oldu/dunya/haberdetayarsiv/02.09.2010/18478/default.htm>
- Milliyet Gazetesi, Medyada hareketli günler,5 Ağustos 2007,  
<http://www.milliyet.com.tr/2007/08/05/ekonomi/axeko03.html>
- Milliyet Gazetesi, Derya Sazak, Terörizm ve medyanın 'önleyici' rolü, 25 Temmuz 2005,
- Milliyet Gazetesi - World Media, Bruce Sterling, “Medya Çağı Diktatörlüklerin Sonu mu?”, 21.2.1997. s.13
- Mürekkep Dergisi , John Micklethwait “Jeopolitik Emperyalizm, Kapitalizmin Güncel Aşaması”, , No:17, 2001, s.57-64
- Mürekkep Dergisi, Peter Marcuse, “Küreselleşmenin Dili”, , No:17, 2001, s.98-101
- NTV, ABD’de medyada tekelleşmeye izin, 3 Haziran 2003  
<http://www.savaskarsitlari.org/arsiv.asp?ArsivTipID=5&ArsivAnaID=14213>  
ET:12.10.2010
- NTVMSNBC, Zafer Arapkirli, “Savaşın İlk Kurbanı Gerçeklerdir” 2 Ekim 2003,  
<http://arsiv.ntvmsnbc.com/news/110341.asp?0m=-305> ET:20.09.2010
- Radikal Gazetesi, ABD para verip haber bastırıyor, 1 Aralık 2005,  
<http://www.radikal.com.tr/haber.php?haberno=171609>
- Radikal Gazetesi, Beyaz Saray haber ajansı, 15 Mart 2005,  
<http://www.radikal.com.tr/haber.php?haberno=146550> ET: 02.09.2010

- Radikal Gazetesi, Esra Arsan,” II. CNN-EI Cezire Muharebesi “ 30 Mart 2003,  
[http://www.radikal.com.tr/ek\\_haber.php?ek=r2&haberno=2110](http://www.radikal.com.tr/ek_haber.php?ek=r2&haberno=2110) ET:21.09.2010
- Radikal Gazetesi, “Haber medyasının suç ortaklığında ilk itiraf”, 31 Mayıs 2008,  
<http://www.radikal.com.tr/Radikal.aspx?aType=RadikalHaberDetay&ArticleID=880701&Date=22.09.2010&CategoryID=100> ET:22.09.2010
- Radikal Gazetesi, “Irak’ta Kitle İmha Silahı Yok”, 4 Ekim 2003,  
<http://www.radikal.com.tr/haber.php?haberno=90861>, ET:20.12.2010
- Radikal Gazetesi, Nejat Eslen, Küreselleşen yoksulluk, 21 Aralık 2004  
<http://www.radikal.com.tr/haber.php?haberno=137946> ET:13.07.2010
- Radikal Gazetesi, Nuray Mert, Kimin Malını Kime Satıyorsunuz, 8 Nisan 2003,  
<http://www.radikal.com.tr/haber.php?haberno=71400> ET:12.09.2010
- Referans Gazetesi, Anadolu Ajansı,Sümer Holding Son Mağazasını da Kapatıyor, 4 Ekim 2006,  
[http://www.referansgazetesi.com/haber.aspx?HBR\\_KOD=50885&KTG\\_KOD=147&ForArsiv=1](http://www.referansgazetesi.com/haber.aspx?HBR_KOD=50885&KTG_KOD=147&ForArsiv=1) ET:12.09.2010
- Sabah Gazetesi, Bilgi Çağı ve Teknolojik Gelişmeler Işığında Toplum, Yönetim, Yönetici ve Lider Yaklaşımları' Sempozyumu, 13 Mayıs 2005, ,  
<http://arsiv.sabah.com.tr/2005/05/13/gnd104.html> ET:19.09.2010
- Sabah Gazetesi, “Bush’un Irak Sancısı”, 18 Eylül 2003,  
<http://arsiv.sabah.com.tr/2003/09/18/d02.html> ET:20.12.2010
- Sol Haber Portalı, Başkent Doğalgaz müdürü istifa etti, 3 Ocak 2009,  
<http://haber.sol.org.tr/kent-gundemleri/baskent-dogalgaz-muduru-istifa-etti-haberi-9343>
- Sol Haber Portalı, Kemal okuyan, Adanmış Bir Özelleştirme Bürokrati, ,14 Nisan 2010,  
<http://haber.sol.org.tr/yazarlar/askin-suzuk/adanmis-bir-ozellestirme-burokrati-26849>
- Star Gazetesi, Kar edeni de satacağız, 28 Temmuz 2005  
<http://www.stargazete.com/ekonomi/kar-edeni-de-satacagiz-37918.htm>  
ET:14.09.2010
- The Guardian Gazetesi, Patrick Wintour The other round the clock war, 10 Kasım 2001,  
<http://www.guardian.co.uk/uk/2001/nov/10/politics.september11> ET:12.12.2010
- The Guardian Gazetesi, Richard Norton Taylor, “We got it wrong on Iraq WMD, intelligence chiefs admit,” 8 Nisan 2005, [www.guardian.co.uk/Iraq/story](http://www.guardian.co.uk/Iraq/story) ET:24.09.2010

The New York Times, Condoleezza Rice, Why We Know Iraq Is Lying, 23 Ocak 2003,  
[http://www.nytimes.com/2003/01/23/opinion/23RICE.html?scp=2&sq=23%20januar  
y%202003&st=cse%20](http://www.nytimes.com/2003/01/23/opinion/23RICE.html?scp=2&sq=23%20january%202003&st=cse%20) ET:21.09.2010

The New York Times, Disarming Iraq, 15 Şubat 2003,  
<http://www.nytimes.com/2003/02/15/opinion/disarming-iraq.html> ET: 22.09.2010

The New York Times, Jeffrey Gettleman, “Chaos and War Leave Iraq’s Hospital in Ruins”,  
14 Şubat 2004, s.A1.

The New York Times, Maurenn Dowd, Desert Spring, Sprung, 9 Mart 2003, bölüm 4, s.15.

The New York Times, Thomas L. Friedman, The Meaning of a Skull, 27Nisan 2003,  
<http://www.nytimes.com/2003/04/27/opinion/27FRIE.html> ET:22.09.2010

The New York Times, Editörler, “The Times and Iraq”, , 26 Mayıs 2004, s.10.

The Washington Post, “eMediaMillWorks”, 'A Policy of Evasion and Deception', 5 Şubat  
2003 [http://www.washingtonpost.com/wp-  
srv/nation/transcripts/powelltext\\_020503.html](http://www.washingtonpost.com/wp-srv/nation/transcripts/powelltext_020503.html) ET.21.09.2010

The Washington Post, Mary McGrory, I'm Persuaded, 6 Şubat 2003,  
<http://www.washingtonpost.com/wp-dyn/articles/A32573-2003Feb5.html>  
ET.21.09.2010

The Washington Post, Richard Cohen, A Winning Hand for Powell, 6 Şubat 2003,  
<http://www.washingtonpost.com/ac2/wp-dyn/A32571-2003Feb5?language=printer>  
ET.21.09.2010

The Washington Post, Howard Kurtz, “Prewar Articles Questioning Threat Often Didn’t  
MAke Front Page”, 12 Ağustos 2004, s.A1

Türk Yolu Dergisi, Yusuf Devran“Küreselleşme ve Medya”, , sayı 9. s. 26-33.

Türkiye ve Siyaset Dergisi Cihaneri Erciyes, Medya Siyaset İlişkilerinde Etik Sorunlar ve  
Türk Basını, - Eylül-Ekim 2001, s.24-29

Unesco Milli Komisyon Yayını, Sean MacBride, Bir çok Ses, Bir Tek Dünya, Unesco  
Uluslararası Komisyon raporu, Ankara,1993, s.15

USA Today, Rick Jevis, “Iraqis Rebuilding Shows as U.S. Money for Projects Dries Up”, , 10  
Ekim 2005, s.1A.

Ürün Dergisi, Kamu Reformunda Son Söz İşçi Sınıfının,  
<http://www.urundergisi.com/makaleler.php?ID=275> ET:8 Temmuz 2010

Yeni Türkiye, Mehmet Ali Bulut, “Çağımızın Güç Kaynağı Olarak Haber Ajansları”, 96/12, ss. 1125-1134.

Yeni Şafak Gazetesi, Powell'ın utanç günü, 10 Eylül 2005,  
<http://yenisafak.com.tr/arsiv/2005/eylul/10/d01.html> ET: 22.09.2010

Yeni Türkiye, Nurettin Güz, “Türk Basınında Gündem Oluşturma” 1996. Sayı:12, s.982-996

### ***Diğer Yayınlar***

ABD'nin Yasa Tanımaz Devlet Olduğunun Kanıtı, 19 Mart 2003,  
<http://eski.bianet.org/2002/03/19/haber8643.htm> ET: 20.08.10

Akınır ,Nurden 11 Eylül Saldırıları Ardından Amerikan Medyasında Milliyetçilik, Marmara Üniversitesi, İstanbul 2004, Doktora Tezi, s.78.

BC chief attacks US media war coverage,  
<http://www.abc.net.au/news/newsitems/200304/s839894.htm> ET:12.12.2010

Barrett & Braham (1995), Media, Knowledge and Power, London: Routledge.Aktaran: Ali Arslan, Medyanın Toplumsal Gücü, Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi  
<http://ilef.ankara.edu.tr/id/yazi.php?yad=2356> ET:12.09.2010

Chomsky,Noam, An Interview With Noam Chomsky, <http://www.twinside.org>  
ET:13.07.2010

Chomsky, Noam. Ana-akım Medyayı Ana-akım Medya Yapan Nedir? Haziran 1997, Z Medya Enstitüsü'nde Yapılan Konuşma, <http://www.znet-turkiye.org/nc071997.htm>  
ET:20.09.2010

Çekiç, Orhan. “Türkiye’de Basın İşletmelerinde Oligopolleşme Süreci ve Promosyon, Tiraj, Reklam İlan ve Dağıtım Etkenlerinin Analizi”, Marmara Üniversitesi, Doktora Tezi, İstanbul, 2003.

Devlet Planlama Teşkilatı, Küreselleşme, 8.Beş Yıllık Kalkınma planı Özel İhtisas Komisyonu Raporu, Ankara, 2000.

Duran,Ragıp. Embedded: İliştirilmiş Değil Askeri Yatılı,  
<http://bianet.org/bianet/medya/18038-embedded-ilistirilmis-degil-askeri-yatili>  
ET:23.09.2010

Exploiting Suffering, The White House Archives, <http://georgewbush-whitehouse.archives.gov/ogc/apparatus/suffering.html#2> ET: 21.09.2010

Fetzer,James, Disinformation, <http://www.assassinationscience.com/disinformation.html>

Girgin, Atilla “Küreselleşen İletişimde Haber Ajansçılığı”, “Dünya Haber Ajansları Doruğu Sempozyumu”,15.04.2003.  
[http://www.atillagirgin.net/sunumlar/sunu\\_dunhabajn.htm](http://www.atillagirgin.net/sunumlar/sunu_dunhabajn.htm) ET:19.09.2010

Iraq War Facts, Results & Statistics,  
<http://usliberals.about.com/od/homelandsecurit1/a/IraqNumbers.htm>

Kamu Yönetimi Temel Kanunu Tasarısı, Genel Gerekçe 29 Aralık.2003,  
<http://www.belgenet.com/yasa/kamu-02.html> ET:8 Temmuz 2010

MAI ve Küreseleşme Karşıtı Çalışma Grubu, “MAI Nedir?”,  
<http://www.antimai.org/bn/bnmainedir.htm> ve ET: 12.07.2010

McFaul,Michael. “Democracy Promotion as a World Value,” The Washington Quarterly, Vol.28, No.1, Winter 2004-2005, ss.147-163. Aktaran Yıldırım Şahiner, Irak Savaşı'nın Gerçek Nedenleri, <http://www.stratejikboyut.com/haber/irak-savasinin-gercek-nedenleri--28047.html> ET:24.09.2010

McPhall, Thomas L. “Yeni Uluslararası Enformasyon ve İletişim Düzeni “, derleyen Yusuf Kaplan, Enformasyon Devrimi Efsanesi,Rey Yayıncılık, Kayseri, 1991, s.154. Aktaran: H.Yüksel, Uluslararası Haber Alanındaki Dengesizlikler ,s.2

Medya ve Tekelleşme, <http://www.msxlabs.org/forum/iletisim-bilimleri/190985-medya-ve-tekellesme.html> ET:22.09.2010

Özelleştirme Karşıtı Platform, [www.ozellestirmekarsitiplatform.org/?p=252](http://www.ozellestirmekarsitiplatform.org/?p=252) ET:14.10.2010

President Bush's address to the United Nations, CNN International, 12 Eylül 2002  
[http://articles.cnn.com/2002-09-12/us/bush.transcript\\_1\\_generations-of-deceitful-dictators-commitment-peace-and-security/3?\\_s=PM:US](http://articles.cnn.com/2002-09-12/us/bush.transcript_1_generations-of-deceitful-dictators-commitment-peace-and-security/3?_s=PM:US) ET:22.09.2010

Reuters, 17 Milyar Dolara Satıldı,15 Mayıs 2005,

<http://www.medyatava.com/haber.asp?id=36869> , ET 16 Ağustos 2010<sup>1</sup> Uluç, s.245

Speech by President Bush, 7 Ekim 2002, Al-Bab, <http://www.al-bab.com/arab/docs/iraq/bush2002b.htm> ET:22.09.2010

T.C. Başbakanlık Özelleştirme İdaresi Başkanlığı, Türkiye'de Özelleştirme, [http://www.oib.gov.tr/program/turkiyede\\_ozellestirme.htm](http://www.oib.gov.tr/program/turkiyede_ozellestirme.htm) ET.12.09.2010

T.C. Başbakanlık Özelleştirme İdaresi Başkanlığı, Türkiye'de Özelleştirme [http://www.oib.gov.tr/program/uygulamalar/1985-2003\\_1.htm](http://www.oib.gov.tr/program/uygulamalar/1985-2003_1.htm)

Türkiye Büyük Millet Meclisi Genel Kurul Tutanağı 22. Dönem 2. Yasama Yılı 116. Birleşim, 15 Temmuz 2004, [http://www.tbmm.gov.tr/develop/owa/tutanak\\_g\\_sd.birlesim\\_baslangic?P4=12405&P5=H&page1=63&page2=63](http://www.tbmm.gov.tr/develop/owa/tutanak_g_sd.birlesim_baslangic?P4=12405&P5=H&page1=63&page2=63), ET:8 Temmuz 2010

Türkiye'de Özelleştirme Gerçeği, Liman İş Sendikası, Ocak 2009, [www.sendika.org/banner.php?banner\\_no=143](http://www.sendika.org/banner.php?banner_no=143) ve [www.emo.org.tr/ekler/71391232b1fb563\\_ek.pdf](http://www.emo.org.tr/ekler/71391232b1fb563_ek.pdf) ET:12.09.2001

Tuzla Tersanesi ölümleri gizliyor,14 Eylül 2004, [www.sendika.org/yazi.php?yazi\\_no=849](http://www.sendika.org/yazi.php?yazi_no=849) ET:12.08.2010

U.S.: Ted Turner Calls Rival Media Mogul Murdoch 'Warmonger' <http://www.worldrevolution.org/article/875> ET:12.12.2010

Webber, Philip. and Vanessa Spedding, Why the War on Iraq is a Warning For The Planet, 27Mart 2003, [www.sgr.org.uk/ArmsControl/IPW\\_USmotives.htm](http://www.sgr.org.uk/ArmsControl/IPW_USmotives.htm) ET:24.09.2010

Yasemin İnceoğlu,Kitle İletişim Araştırmalarında Medya-İktidar İlişkilerinin Tarihsel Gelişimi, Mehmet Ali Aybar'ı Anma Sempozyumu, 18 Ekim 2006, <http://www.yasemininceoglu.com/guncel26.php> ET: 15.08.2010

---