

T.C.

İSTANBUL TİCARET ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

MEDYA VE İLETİŞİM SİSTEMLERİ ANABİLİM DALI

**MEDYA VE İLETİŞİM SİSTEMLERİ YÜKSEK LİSANS
PROGRAMI**

HABERCİLİKTE PROPAGANDA BAĞLAMINDA:

KÖRFEZ SAVAŞLARI

YÜKSEK LİSANS TEZİ

METE BAĞCI

0312.2304845

İSTANBUL, Haziran 2013

T.C.

İSTANBUL TİCARET ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

MEDYA VE İLETİŞİM SİSTEMLERİ ANABİLİM DALI

**MEDYA VE İLETİŞİM SİSTEMLERİ YÜKSEK LİSANS
PROGRAMI**

HABERCİLİKTE PROPAGANDA BAĞLAMINDA:

KÖRFEZ SAVAŞLARI

YÜKSEK LİSANS TEZİ

METE BAĞCI

0312.2304845

Danışman: Yrd. Doç. Dr. Oya Şakı Aydın

İSTANBUL, Haziran 2013

T.C.
İSTANBUL TİCARET ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

ONAY SAYFASI

Yüksek Lisans öğrencisi Mete Bağcı'nın "Habercilikte Propaganda Bağlamında: Körfez Savaşları" konulu tez çalışması jürimiz tarafından Yüksek Lisans Tezi olarak (oybirliği _ / oyçokluğu _) ile başarılı bulunmuştur.

	Adı – Soyadı	İmza
Tez Danışmanı :
Jüri Üyesi :
Jüri Üyesi :

Hazırlamış olduğum tez özgün bir çalışma olup YÖK ve İTİCÜ Lisansüstü Yönetmeliklerine uygun olarak hazırlanmıştır. Ayrıca, bu çalışmayı yaparken bilimsel etik kurallarına tamamiyle uyduğumu; yararlandığım tüm kaynakları gösterdiğime ve hiç bir kaynaktan yaptığım ayıntılı alıntı olmadığını beyan ederim. Nu tezin ihtiva ettiği tüm unsurlar şahsi görüşüm olup İstanbul Ticaret Üniversitesinin resmi görüşünü yansıtmaktadır.

ÖZET

HABERCİLİKTE PROPAGANDA BAĞLAMINDA:

KÖRFEZ SAVAŞLARI

Propaganda kavramının tarihi aslında neredeyse insanlık tarihi kadar eskidir. Bir kavram olarak “propaganda”nın kullanıma girmesi kayıtlara göre 17. yüzyıla dek uzansa da, aslında insanların toplu halde yaşamaya başlamasından itibaren “liderliğin” seçilmesi ve iktidarın elde tutulması ihtiyacı ilk çağlardan itibaren insanların propagandayla tanışmasına sebep vermiştir. Kitle iletişim araçlarının var olmadığı çağlarda bile geniş kitleleri etkilemeye yönelik propaganda faaliyetleri mevcuttur. Romalıların güçlü, kuvvetli, heybetli Romalı erkeği simgeleyen heykelleri, aslında Roma’nın gücünü zihinlere nakşetmeyi amaçlayan propagandaya yönelik sanat eserleriydi. Modern toplumlardaysa, aynı işlevi artık heykeltıraşlar değil, kitle iletişim araçları görmektedir.

Gazete, dergi ve radyonun etkin propaganda faaliyetlerinde, yeni teknikler geliştirilerek kullanımının en “başarılı” örnekleri ilk olarak 2. Dünya Savaşı sırasında olmuştur. Nazilerin iktidara yürüyüşlerinden, savaşın sürdüğü yıllara ve sonrasındaki 1989’a dek süren Soğuk Savaş günlerinde gelişen teknoloji sayesinde propaganda faaliyetleri yeni yönelim yöntem ve içeriklerle değişim göstererek günümüze dek uzanmıştır. Uydu teknolojisinin yaygınlaştığı 1990’lı yıllar savaş alanlarından anında canlı görüntü geçmeyi olanaklı kılınca savaş gazeteciliğinin tanımı ve çalışma yöntemleri de kökünden değişmiştir.

1. Körfez Savaşı, bir savaşın dünya üzerinde canlı yayınlanabileceğini gösterirken, 2. Körfez Savaşı yeni tür bir gazeteciliğin dünya literatürüne girmesine yol açtı. ABD ordusuyla birlikte hareket eden ve askeri olanakları haber geçmek için kullanma hakkına sahip ama buna karşılık resmi sözleşmelerle gazeteciliğin evrensel ilkelerinden ödün vermeyi kabul ettiğini alenen beyan eden yeni savaş muhabirleriyle tanışmış durumdayız. Peki “embedded” (iliştirilmiş) sözcüğüyle tanımlanan tarafsız, doğru,

savaşın her iki tarafına da eşit mesafede durarak işini yaptığı iddasında bulunan bu yeni savaş muhabirleri, gazeteciliğin kurallarına ne kadar uymaktadır? Günümüz dünyası, hızlı ve anında iletişimi sağlayan kitle iletişim araçlarıyla; doğru ve gerçek bilgiye kolayca mı ulaşmaktadır, yoksa insanlık tarihinde yakın dönemlere dek hayal bile edilemeyecek yepyeni propaganda yöntemleriyle mi karşı karşıyayız? Gazeteciler neden artık savaşın ordular tarafından askeri hedef olarak görülmekte ve hedef konumuna getirilmektedir? Bu soruların cevabı aslında 1990'larla birlikte girdiğimiz yeni gazetecilik anlayışının doğal sonucu olabilir mi? Bu çalışma ile amaçlanan yukarıdaki sorulara cevap bulabilmektir.

Anahtar Kelimeler: Körfez Savaşı, propaganda, habercilik, iliştilmiş gazetecilik

ABSTRACT

The history of propaganda is actually as old as human history. Although records of using propaganda as a notion goes back to 17th century, primarily after the moment that humans started to live together, the need for keeping potency and choosing the leader caused propaganda techniques to develop. Even in the eras without any mass media, there are still propaganda activities for effecting the masses. The Romanian statues which symbolize the powerful, potent, majestic, Romanian man were actually piece of art which aims to show Romanian power. In modern times, same function manifests by not sculptures but media. Newspaper, magazine and radio have been the most successful in 2nd world war era, with their active and new methods of propaganda. With the improved technology, after 2nd World War and Cold War periods, propagandacame to our days. With the satellite technology, seeing the enemy in war zone has become possible and with that description of war correspondent drastically changed. In the First Gulf War, people saw that watching a war on a live broadcasting is possible. In the 2nd Gulf War created a new way for a new kind of reporting. We met with new kind of reporters who move with the U.S. army, who has right to use military recourses to collect news but also who concede some universal principles of reporting. So, are these new reporters who are called “embedded” capable of staying neutral and objective? In our time, can we reach every information easily and quickly via media or are we facing with a brand new type of propaganda? Why reporters are seen as an enemy by army and started to become a target? This thesis aims to answer these questions.

İÇİNDEKİLER

Sayfa No

Özet.....ii

Abstract.....iv

Kısaltmalar.....v

GİRİŞ.....1

1. PROPAGANDA

1.1. İktidar Kavramı.....3

1.2. Propaganda.....7

1.2.1. Propagandanın Tanımı.....7

1.2.2. Propagandanın Tarihçesi.....10

1.2.3. Propagandanın Amacı.....16

1.2.4. Propagandanın Yöntemleri.....19

1.2.4.1. Beyaz (Açık) Propaganda.....19

1.2.4.2. Gri (Bulanık) Propaganda.....20

1.2.4.3. Kara (Sinsi) Propaganda.....21

1.2.5. Propagandanın Araçları.....23

1.2.5.1. İnsan (Birey, Kişi...)24

1.2.5.1.1. Açık Propaganda Araçları.....24

1.2.5.1.2. Gizli Propaganda Araçları.....24

1.2.5.1.2.1. Gazete.....24

1.2.5.1.2.2. Radyo.....	26
1.2.5.2.2.3. Televizyon.....	29
1.2.5.2.2.4. Sinema.....	30
1.2.5.2.2.5. Afiş.....	31
1.2.5.2.2.6. İnternet.....	32
1.2.6. Propagandanın Savaşta Kullanılması.....	33
1.2.6.1. Askeri Ve Silahlı Propaganda.....	33
1.2.6.2. Propaganda Kuramları.....	35
1.2.6.2.1. Yanlılık Ve Tek Düşman Kuramı.....	35
1.2.6.2.2. Büyütme Ve Bozma Kuramı.....	35
1.2.6.2.3. Birlik Ve Bulaşma Kuramı.....	36
1.2.6.2.4. Düzenleme Kuramı.....	37
1.2.6.2.5. Aşılama Kuramı.....	38
2. HABER.....	41
2.1. Haberin Tanımı.....	41
2.2. Haberin Değeri.....	43
2.2.1. Zamanlılık.....	44
2.2.2. Önemlilik.....	45
2.2.3. Yanlılık.....	46
2.2.4. İlgi Çekme.....	47
2.3. Haberin Nitelikleri.....	47
2.3.1. Haberde Doğruluk.....	48

2.3.2. Haberde Gerçeklik.....	49
2.3.3. Haberde Nesnellik.....	49
2.3.4. Haberde Çarpıtma.....	52
2.4. Savaş Gazeteciliği Ve Etik.....	52
3. KÖRFEZ SAVAŞLARI VE PROPAGANDA ÖRNEKLERİ.....	56
3.1. I. Körfez savaşı.....	56
3.2. II. Körfez Savaşı.....	60
3.3. II. Körfez Savaşının Nedenleri.....	62
3.4. II. Körfez Savaşının Kronolojisi.....	64
3.5. II. Körfez Savaşında Uygulanan Propaganda.....	65
3.5.1. İliştirilmiş Gazetecilik (Embedded Journalism)	65
3.5.2. II. Körfez Savaşındaki Propaganda Örnekleri.....	68
3.5.2.1. Kitle İmha Silahlarıyla İlgili Haberler.....	69
3.5.2.2. Şarbon Saldırısıyla İlgili Haberler.....	73
3.5.2.3. El Sahaf'la İlgili Haberler.....	74
3.5.2.4. Taha Yasin Ramazan'la İlgili Haberler.....	76
3.5.2.5. Er Jessica'la İlgili Haberler.....	78
SONUÇ.....	82
EKLER.....	86
EK1 – MURAT SEZER RÖPORTAJI.....	87
EK2 – ERHAN SEVENLER RÖPORTAJI.....	95
KAYNAKÇA.....	100

KISALTMALAR

a.g.e. : Adı Geçen Eser

ev. : Çeviren

s. : Sayfa

S. : Sayı

ABD : Amerika Birleşik Devletleri

Tv : Televizyon

İnt: International

GİRİŞ

17 Ocak 1991 günü dünya tarihinde; savaş, televizyon yayıncılığı, savaş gazeteciliği ve propaganda tanım ve kavramlarının yeni baştan tanımlanmasını zorunlu kılan, bir milattır. Birleşmiş Milletler'in Kuveyt'i işgal eden Irak güçlerine geri çekilmeleri için tanıdığı süre sona ermiş ve 1. Körfez Savaşı olarak adlandırılan 42 günlük savaş o gün başlamıştır.

Dünya gazetecilik tarihinde bu savaşın yepyeni bir dönemin başlangıcı olarak kabul edilmesinin sebebi bugün herkesçe malumdur. Dünya üzerindeki milyarlarca televizyon izleyicisi ilk defa bir savaşı, evlerindeki koltuklarında oturarak, Dünya Kupası finalini izler gibi canlı olarak izlemişlerdi. Ancak bir sorun vardı: Bir bilgisayar oyunu izler gibi karanlıkta uçuşan mermileri, bombaları görmüşlerdi. Fakat, ortada tek bir ceset yoktu. Dünya üzerindeki milyarlarca televizyon izleyicisi için izledikleri savaş, öleni ve öldüreni olmayan bir oyun gibiydi.

CNN televizyonun canlı yayında savaşı ekranı getirmesi, tüm dünyada tematik haber kanallarının varlığını kabul ettirmesine ve benzerlerinin kurulmasına da önayak olmuştur. Teknoloji sayesinde savaş muhabirleri Dünya üzerinde yaşanan bir savaşı milyarlarca insanın evine anında taşıma başarısı mı göstermişti?

Dönemim ABD Adalet Bakanı Ramsey Clark'ın 1992 yılı şubat ayında "Körfez Savaşı Soruşturma Komisyonu'nda verdiği resmi ifadeye bakılırsa; savaşın sürdüğü o 42 gün içinde savaş uçakları 11 binin üzerinde sorti yapmış, 88 bin tonun üzerinde bomba Irak topraklarına atılmış, 125 bin Irak askerine karşılık 130 binin üzerinde Iraklı sivil hayatını kaybetmişti. Canlı yayında bunların hiçbiri gösterilmemiştir.

Bugün 1. Körfez Savaşı'ndan hafızalarda kalan en canlı görüntü, Irak hükümetinin bilinçli olarak ateşe verdiği söylenen bir rafineriden denize yayılan petrolün içinde debelenen bir deniz kuşudur. Dünya "kötü adamların zavallı küçük bir kuşa ve doğaya verdiği zarara" ağlamıştır. Bu esnada fonda çalan Peter Gabriel'in "Passion" adlı parçası da Türkiye dahil tüm dünyada liste başı olmakla kalmamış, aynı zamanda

uzun yıllar müzik piyasasını etkileyecek “world music” akımının da ateşleyicisi olmuştur.

Ortada, bir süre sonra gizlenemeyerek açığa çıkan şöyle bir hakikat vardır: O kuş, başka bir yerdeki, başka bir tarihte yaşanmış petrol sızıntısının kurbanıdır. Sonraki yıllarda, savaş alanındaki bu “yeni gazetecilik”; birçok akademik çalışmanın yanı sıra sinema gibi popüler kültür ürünlerinin de konusu olmuştur. Yaşanan bir savaşın, tüm etkileyici yayıncılık “numaraları”yla olduğundan farklı gösterilebileceğini öğrendiğimiz gibi, aslında hiç yaşanmamış bir savaşın yaşandığını sanabileceğimizi de düşündürmüştür. Peki bu durumda “habercilik” ne manaya gelecektir? Ana malzemesinin “somut gerçeklik” olduğu iddiasındaki gazeteciliğin akıbeti ne olacaktır?

2. Körfez Savaşı ise dünyayı “embedded” adı verilen yeni bir gazetecilikle tanıştırmıştır. Dünya, savaşa giren bir ordunun, üyesi gibi içinde yer alan, o orduyla ve o ordunun komuta zincirinin izniyle, onun çizdiği sınırlar çerçevesinde savaş alanından haber geçen gazetecilerle tanışmıştır. Çok uzak geçmişte değil, 1980’lere dek, üzerindeki sarı renkli yeleği ve beyaz bayrağıyla iki cephe arasında gidip gelebilen muhabirler, bugün artık hayali bile kurulamayacak başka bir gazeteciliğin son temsilcisi olarak hatırlanmaktadır. Savaşan ordu mensupları tarafından gazeteciler; bugün saygı duyulan, tarafsız kişiler olarak değil; askeri hedef olarak görülmektedir.

Bu çalışma; aslında tarihin en eski dönemlerinden itibaren, kitle psikolojinin yaratılması ve yönlendirilmesinde kullanılan propaganda ve dezenformasyon kavramlarının geçirdiği değişimi, gazeteciliğin bu tarih içinde evrildiği noktayı ve bugünün dünyasında savaş alanından haber geçenlerin nasıl gönüllü ya da zorunlu olarak savaş aygıtının birer parçası durumuna geldiklerine odaklanmaktadır. Ve elbette, 17 Ocak 1991 gazetecilik tarihi açısından bir milat olsa da, merkezine 2. Körfez Savaşı ile hayatımıza giren “embedded” (iliştirilmiş) gazetecilik kavramını ve onun sonuçlarını almaktadır.

1. PROPOGANDA

1.1. İktidar Kavramı

İnsanlarla hayvanlar arasında bazı düşünsel ve duygusal ayrılıklar vardır. Duygusal ayrılıkların en önemlilerinden biri, insanoğlunun istek ve arzularının sınırsız olması ve kendi istek ve arzularını tamamen tatmin etmede başarılı olamamasıdır. Hayvanların birçoğu karınlarını doyuracak bir kaynak bulduklarında ihtiyaçları kadar olanı tüketirler. İnsanlar için durum farklıdır. Temel gereksinimlerini gidermeyi garanti altına almış insanlar dışında, insan soyunun büyük bir bölümü ihtiyaçlarını karşılamak için çok yoğun çalışmak zorundadırlar, bu nedenle bunun dışındaki ihtiyaçlarını karşılamak için harcayacak enerjiyi kendilerinde bulamazlar.

“İnsanoğlunun sınır tanımayan isteklerinin en belli başlıları, iktidar ve şan kazanma istekleridir” (Russell, 2004, s. 4). Bu kelimeler birbirlerine yakın anlamlar taşımalarına rağmen, aynı şey değildir: “Başbakanın şanından çok iktidarı, kralın ise iktidarından çok şanı vardır. Bununla birlikte, bir kural olarak, şan kazanmanın en kolay yolu iktidar kazanmaktır; bu özellikle, toplumu ilgilendiren olaylarda eylemsel rol oynayan kişiler için böyledir” (Russell, 2004, s. 4). Bu açıdan bakıldığında şan kazanma isteği, iktidar olma isteğiyle aynı güdüleri taşımakta ve benzer refleksler göstermektedir. Bu sebepten dolayı şan kazanma ve iktidar olma güdülerine pratikte hemen hemen aynı gözle bakılır.

“İktidar, yönetme gücünü elinde bulunduran kişi ya da kişilerdir. Örneğin, krallıkla yönetilen bir ülkede iktidar kraldayken demokrasiyle yönetilen bir ülkede iktidar, seçimle iş başına gelen seçilmişlerdir. Yöneten ve yönetilenlerin olduğu bir toplumda var olan kısıtlı kaynakları yönetilenlere tek başına dağıtma şansını elinde bulunduran kişidir” (wikipedia.org, 11.09.2012).

İktidarın sözlük anlamına bakılacak olursa:

1. “Genel olarak, eylemde bulunma, bir şeyler yapabilme doğal gücü ya da yeteneği.
2. Etkide ya da eylemde bulunma imkânı veren hukuki, siyasi ya da ahlaki güç. Formel olarak, A’ nın B’ yi, B’ nin yapmayı tercih etmediği bir şeyi yapmaya zorlama gücü ya da kudreti.
3. Devlet yönetimini elinde bulunduranların, bir toplumu yönetenlerin siyasi, hukuki ve fiili gücü.
4. Yönetenlerin, yönetme yetisini elinde bulunduranların kendileri, hükümet” (Cevizci, 2000, s. 176). Gibi farklı tartışmalar karşımıza çıkmaktadır.

İnsan varoluşundan itibaren doğaya karşı savaşarak, doğal ve doğayı kendi lehine çevirme çabası içindedir. Bu çabanın kökünde kendi üstünlüğünü yani iktidarını oluşturma eylemi yattığına göre, iktidar olgusunun toplumsal yaşamın ilk dönemlerinden beri var olduğu söylenebilir. Bu dönemlerin en önemli iktidar biçimi ve toplumsal paylaşımın temsili anaerkilliğin, yerini ataerkil sisteme bırakmasıyla egemenlik büyük bir dönüşüme uğramış; böylece ilkel toplumlardan çağımıza kadar olan tüm toplumsal yapılardaki iktidarın özünü biçimlendirmiştir.

İlk çağların bir başka önemli olgusu olarak özel mülkiyetin ortaya çıkışı ve nüfus artışı yüzünden oluşan bölünmeler neticesinde, tüm kabilelerde stratejik bir gelişme olarak; hem kabile üyeleri içinde hem de kabileler arasında yoğunlaşan egemenlik ve güç gösterileri yaşanmıştır. “Gücün iktidara dönüşebilmesi için yeni araç- gereçlerin, ekonomik yapılanmaların, sosyal birlik –dayanışmaların ortaya çıkması da bu dönemlerin ürünleridir” (Şimşek, 2000, s. 40).

Günümüze baktığımızda ise iktidarın duygusunun günlük yaşantımızın en basit anlarında bile var olduğu Canetti’nin bu örneğinde görebiliriz: “Yolda birini durdurur, belirli bir binanın ne binası olduğunu sorarız ve sorunun cevabı bize söylenir ve yolumuza tatmin olmuş bir şekilde devam ederiz. Bir an için yabancıya hızla sahip olmuş ve onun dikkatini zorlamışızdır. Cevabı ne kadar net ve ikna ediciyse, gitmesine o kadar çabuk izin veririz. Ancak bazen soran bununla yetinmez ve fazla soru sorar. Bu soruların ardı kesilmezse, soruların muhatabı olan kimse kısa sürede usanır; yalnızca fiziksel olarak alıkonmuş olmakla kalmaz, aynı zamanda verdiği her cevapla, kendisine ait daha çok şeyi açığa vurmaya zorlanır. Böylelikle cevaplayanın usanması kısa sürede kuşkuya dönüşür. Soranın üzerindeki etki ise artan bir iktidar

duygusudur. Bundan hoşlanır ve sonuç olarak daha çok, daha çok soru sorar; aldığı her cevap bir boyun eğme edimidir. Kişisel özgürlük, büyük oranda, sorulara karşı bir savunmaya sahip olmayı içerir” (Canetti, 1998, s. 284). Örnekte de belirtildiği üzere iktidar güdüsü davranışlar üzerinde incelendiğinde günlük yaşantımızın sıradan bir karesinde dahi görülmektedir.

İktidar kavramını, mikro ve makro olarak ikiye ayırmak mümkündür. Mikro iktidar, kurala bağlı olmayan, ilişkisel/iletişimsel bir iktidar sürecidir. Yani mikro iktidar bireyler arasındaki iktidardır. Makro iktidar ise, devletle birlikte ortaya çıkmıştır ve normativizmin kişiselleşme sürecidir. Normativizmin kişiselleşmesi, toplumsal ilişkileri yönlendiren ve belirleyen normların bir kişi ya da grup çıkarına dikte edilmesi ve bu kurallara her koşulda uyulması kuralının sabitleştirilmesi anlamına gelmektedir. Makro iktidar, toplumsal kaynaklı ilişkilerde yani kamusal ve özel alanlarda kendini yukarıdan dikey ve somut olarak gösterirken, mikro iktidar bireysel yani kamusallaşmamış ilişkilerde aşağıdan yatay olarak kendini hissettirir.

Bu noktada iktidar tek bir tanım içinde açıklanamayacağından, toplumsal iktidar kavramının analizini yapmak gerekmektedir. Toplumsal iktidarın özelliklerini şöyle sıralanmaktadır:

Toplumsal iktidar gruplar, sınıflar ya da öbür toplumsal oluşumlar arasındaki ya da toplumsal üyeler olarak kişiler arasındaki ilişkinin bir özelliğidir.

Analizin basit ama temel bir düzeyinde, toplumsal iktidar ilişkileri karakteristik olarak etkileşimde tezahür eder. Böylece A tarafından gerçekleştirilen iktidar uygulaması, B'nin toplumsal eylem özgürlüğünün sınırlandırılmasıyla sonuçlanır

Toplumsal iktidar genellikle dolaylı müdahalelerde bulunur. İktidar, kendi eylemlerini insanlara uygulatabilmek amacıyla, insanların ihtiyaç duydukları zorunlu bilgi akışını idare eder. Bu yöntem insanların zihinleri yoluyla işler. Toplumsal iktidar biçimlerinin çoğu bu türden zihinsel denetimler uygulamaktadır. Bu yöntem insanlara tamamıyla ikna yoluyla ya da diğer söylemsel iletişim yollarıyla uygulanır.

İktidar toplumsal olarak demokratik yöntemlerle yani, toplum tarafından belirleniyorsa bu bir toplumsal yönetim biçimidir. Aksi takdirde iktidarı elinde bulunduran kişi veya gruplar, iktidarın gücünü kendi çıkarları doğrultusunda yönlendirirler.

Toplumsal iktidarın oluşması ve korunması ideolojik bir uyumu gerektirir. Toplumsal olarak müşterek bir gurubun, oluşturulan ideolojideki çıkarla ilişkileri iletişim ve söylem yoluyla kazanılır, kabul edilir ya da değiştirilir (Küçük, 2005, s. 316).

Toplumsal iktidarın belirtilen maddeleri doğrultusunda, iktidar yönetme gücünü sağlama ve sürekli kılma adına insanlar üzerinde bir denetim mekanizması kurmuştur. Uğur Esgün “İktidar, her şeyden önce, özgürlüğün iptali ve bunun yanında özgürlüğün iptalinin süreğen kılınması olarak tanımlanmalıdır (Esgün, 1999, s. 29)”. Görüşünü taşımaktadır. Bu yönüyle iktidarın insanların en temel ihtiyaçları olan üreme, beslenme, barınma gibi fiziksel ve eğlenme, boş zamanların değerlendirilmesi gibi kültürel alanlarda yönlendirici ve sınırlandırıcı bir yanı vardır. İktidar bu süreçte kendini ben veya biz olarak nitelediği takdirde geriye kalan herkesi ötekileştirmiş olur. Ötekileştirme iktidar sahibinin geriye kalan herkesi hükmü altına aldığına göstergesidir. İktidar sürecinde insan ögesi aktif ve pasif olmak üzere ikiye ayrılır. Aktif olan taraf iktidara sahi olan insan veya gruptur. Pasif olan taraf ise insanlardır; iktidarın denetimi ve istekleri doğrultusunda hayatına devam edenler.

İktidarın, bireylerin etki altına alınışları ve o etki altında hayatlarına devam ediş tarzlarına göre, ne tarz bir yapı içinde olduğu ortaya çıkar. Bireyler şu yollarla etki altına sokulabilir:

Bireyin direkt bendeni üzerinde yani fiziki bir güç uygulayarak (örneğin, hapsederek, öldürerek)

Kandırma ve belli bir yöne yöneltme aracı olarak ödül ya da ceza vererek (örneğin, iş vermek veya işsiz bırakmak)

Düşüncelerini etkileyerek (örneğin, en geniş anlamıyla propaganda)

Belinden bağlı bir iple ciyak ciyak bağırılarak geminin ambarına indirilen bir domuzun bedenine doğrudan doğruya bir fiziksel güç uygulanıyor demektir. Bu örnek askeri ve polis gücünü simgeler. Öte yandan, atasözündeki gibi, burnunun ucuna sallandırılan havucun ardı sıra giden eşeği böyle yapmakta kendi çıkarı bulunduğu aklını yatırmak suretiyle, bizim istediğimiz gibi hareket etmeye yöneltmiş oluruz. Bu örnek ise dolaylı yoldan, hissettirmeden istenilen şeyi yaptırmayı hedeflediğinden tipik bir propaganda örneğidir. Bu iki örnek arasında ise, ödüller ve cezalar yoluyla bir takım alışkanlıklar kazandırılmış olup, bu yoldan istenileni yerine getiren

hayvanlar bulunmaktadır. Bu durum eğitim gücünün göstergesidir. (Russel, 2004, s. 30)

1.2. Propaganda

1.2.1. Propagandanın Tanımı

Propaganda eski Yunan tarihine kadar uzanır ve terim olarak “yayılması gereken” anlamını taşımaktadır. Roma imparatorluğu döneminde yazılan Livy (Titus Livius, tarihçi, yazar, MÖ 59 - MS 17) propagandanın baş eserleri olarak gösterilmektedir. Latince “propagere” sözcüğünden gelen propaganda, 1622 yılındaki otuz yıl savaşlarında Papa tarafından Katolik inancın yayılması için kurulan inancı yayma meclisi ile birlikte ilk kez sistemli olarak kullanılmıştır (tr.wikipedia.org, 13/09/2012).

Propaganda bir iletişim sürecidir ve ikna etmeyi amaçlar. Fraser, propagandayı insanları yokluğunda davranmayacakları şekilde davranmaya sevk etme çabası ya da sanatı olarak tanımlamaktadır (www.turkmmo.com, 30/10/2012). Lasswell ise, manipüle edilmiş birçok sembolün, kolektif bir tutum oluşturmak için yönetilmesi şeklinde tanımlamaktadır (Lasswell, 1927, s. 627-631). Türk Dil Kurumu sözlüğüne göre propaganda “Bir öğretiyi, düşünce veya inancı başkalarına tanıtmak, benimsetmek ve yaymak amacıyla söz, yazı vb. yollarla gerçekleştirilen çalışma, yaymaca” (www.tdk.gov.tr, 30/10/2012) olarak tarif edilirken, Oxford Sözlüğü, propaganda kelimesini, “bir fikre veya harekete taraftar kazandırmak amacı ile düzenlenen programların bütünü” (www.oxforddictionaries.com, 30/10/2012) olarak tarif etmektedir. Terence H. Qualter’ in tanımıyla propaganda; bir bireyin veya grubun başka bireylerin veya grupların tutumlarını biçimlendirmek, kontrol altına almak veya değiştirmek için haberleşme araçlarından yararlanarak ve bu bireylerin veya grupların belirli bir durum veya konumdaki tepkilerinin kendi amaçlarına uygun tepkiler şeklinde olacağını umarak giriştikleri bilinçli bir faaliyettir (Akarcalı, 2003, s. 12). Propagandaya başka şekilde bir tanımlama getiren Özsoy ise; “Propaganda; bireyler ve gruplar aracılığıyla diğer grupların kanılarını, görüşlerini ve davranışlarını iletişim araçlarını kullanarak propagandacının istekleri doğrultusunda etkileme, değiştirme veya kontrol altında tutmaya yönelik bilinçli bir davranıştır.” şeklinde tanımlar (Özsoy, 1998, s. 6).

“Propaganda tarihsel bir kavram olduğu için tarih, toplumsal bir kavram olduğu için sosyoloji, siyasal boyutu olduğu için siyaset bilimi, hedef kitleleri olduğu için sosyal psikoloji, bireyi etkilediği için psikoloji ve nihayet kitle iletişim araçları aracılığıyla gerçekleştirildiği için iletişim biliminin bir alt dalıdır” (Bektaş, 2002, s. 59). “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 tümü olarak nitelendirilmiştir” (Bektaş, 2002, s. 63). Propaganda da tek tek bireylerden çok, gruplara yönelmek amacı güdüdür. Bu nedenle onları etkileyebilecek sevgi, öfke, korku, umut, uçluluk ve amaca uygun diğer unsurların içinde barındırılmasına dikkat edilmelidir (Brown, 1992, s. 29). Propagandaya ait pek çok tanım vardır, fakat hepsinin birleştiği ortak nokta, bir grubun çıkarlarını destekleyen, bilerek saptırılmış veya çarpıtılmış bilgi anlamına gelmektedir.

Yukarıdaki tanımlardan ve söylenenlerden yola çıkarak propagandanın şu ortak özellikleri üzerinde durabiliriz;

1. Propaganda bireyleri tek tek etkilemek yerine, gurupları hedef seçmiştir.
2. Propaganda uygulamasında gerektiğinde yalan ve saptırma bilgi akışına yer verilmektedir.
3. Telkine yönelik faaliyetlerin kullanıldığı propaganda insan psikolojisini etkilemeyi hedefler.
4. Propaganda bilinçli olarak uygulanır. Buradan yola çıkarak herhangi bir eylem ya da girişimin propaganda sayılabilmesi için, topluluğun düşünce, tutum ve davranışlarını etkileyecek hareketin bilinçli olarak hazırlanmış bir kampanya içinde yer alması gerekmektedir
5. Propagandanın önemli olan bir diğer özelliği de verilmek istenen mesajın sürekli tekrarlanması ve adeta slogan haline getirilerek insanların aklında ve söylemlerinde yer almasını sağlamaktır. Belirli bir grubun bir fikri anlayabilmesi ve o fikri benimseyebilmesi için belli bir vakte ihtiyacı vardır. Farklı kanallar aracılığıyla içeriği aynı olan mesajı sıkça tekrar ederek toplumu etkilemeye çalışmak propaganda da ana kurallardan biridir.

6. Propagandanın etkili olabilmesi için, propagandayı yapan kişinin inanılır ve güvenilir biri olması gereklidir. Çünkü yüksek saygınlığı olan kaynaktan gelen iletişim, daha kolaylıkla kabul edilir. Yalanlarıyla sabıkalı bir propagandacının veya kitle yönlendiricisinin etkisi sınırlıdır (Kağıçbaşı, 1988, s. 168-169). Propaganda yapacak kişinin, propaganda yapacağı kitle üzerinde saygınlığının ve inandırıcılığının olması gerekmektedir. Bunun sebebi propaganda uygulamasında gerektiğinde yalan ve saptırma bilgi akışına yer verilmesidir. Ancak kitle üzerinde saygınlığı ve inandırıcılığı olan kişi kitleye hiçbir şey sezdirmeden propaganda faaliyetini gerçekleştirebilir. Aksi takdirde yalan söylediği her halinden belli olan bir kişiye kimse güvenmez.

Daha geniş bir yaklaşımla propaganda kavramı; belli çıkarları olan propagandacının, başkalarının düşünce ve kanaatlerini etkilemek amacıyla planlı bir şekilde ve önceden tasarlayarak ikna amaçlı faaliyetlerini kapsamaktadır (Bektaş, 2002, s. 20). Bu doğrultuda Propaganda kavramı içerisinde ikna yöntemleri ve aktif olarak kullanılan araçların özellikleri dahil olmaktadır. Özellikle propaganda çalışmaları içerisinde, kitle iletişim araçları yoğun bir şekilde kullanılmaktadır.

Kitle iletişim araçlarının kullanılması bağlamında propaganda kavramının içerisinde barındırdığı bir takım özelliklerin ortaya çıkması kaçınılmazdır, özellikle bir takım semboller, söz, hareket, jest, müzik ve diğer bir takım araçlar propagandanın kitle iletişim araçlarındaki kullanımını ve etkisini artırmaktadır (Bıçakçı, 2003, s. 110)

Propaganda kavramının kitlelere ulaşma hedefi taşıması kitle iletişim araçlarıyla olan ilişkisinin önemini artırmaktadır. Yapısı gereği geniş kitlelere çok hızlı bir şekilde ulaşabilen kitle iletişim araçları da günümüzde en etkin propaganda araçları haline gelmişlerdir (Chomsky, 2002, s. 18). Teknolojinin gelişmesiyle hayatımızın her alanında yer almaya başlayan kitle iletişim araçları sayesinde, günümüzde propaganda kitlelere çok rahat bir şekilde ulaşmakta ve etkili olmaktadır.

Siyaset bilimi açısından ele alındığında ise propaganda kendine çok daha geniş kullanım alanları bulabilmektedir. Özellikle belli bir siyasi düşüncenin halk bazında yayılabilmesi için vazgeçilmez bir öneme sahip olan kavram, günümüz siyasetinde belirleyici rol oynamaktadır. Propaganda yaparken kullanılan yöntemler siyasal iletişimde seçim zamanlarında kullanılan seçim kampanyalarının yöntem ve tekniği ile propaganda olgu ve süreci karşılaştırılabilir. Her ikisinde de amaçları ve

kullandıkları söylem açısından, arada bazı farkların olmasına karşılık, benzerlikler vardır (Aziz, 2003, s. 15). Günümüz siyasetinde kitleleri etkileyip iktidara ulaşmanın temel yolu propaganda olarak görülmektedir.

Bu bağlamda siyasal propaganda siyasi bir kurum tarafından, hedeflenen kitlenin kendine karşı olan tutumunu etkilemek ve değiştirmek için uygulanan bir teknik içermektedir. Temel hedef, iktidarı ele geçirmek ve ele geçirilen iktidarı mümkün olduğunca kendinde tutmaktır. Bu noktada siyasal sistemlere göre farklı propaganda teknikleri geliştirilmektedir (Bektaş, 2002, s. 221). Siyasal sistemin ne olduğunu; propagandanın tekniklerini, yoğunluğunu, aktarım biçimini ve kullandığı araçları belirlemektedir. Biçim, uygulama ve içerik bakımından çeşitli haller alabilen propagandanın en önemli özelliği siyasal nitelik taşımasıdır.

Her türlü siyasal yapı, kurum, normlar, roller etkileşimi ve yine her türlü siyasal kaynak ve değerlerin bir bileşeni olan siyasal sistemler, kendi iletişim örüntüsü içinde saptadıkları siyasaları planlı olarak gerçekleştirirken, buna ek olarak da, meşruiyet, düzen ve devamı sağlayabilmek için propaganda kaynaklarına başvurumaktadırlar (Armağan, 1999, s. 421).

Tarihsel süreç içerisinde birçok farklı propaganda teknikleri kullanılmış ve hepsi de halk üzerinde belli etkinliğe sahip olmuştur. Her ne kadar kullanılan teknikler özellikle teknolojik gelişmeler sonrasında çeşitlilik göstermiş olsa da temel amaç her zaman aynı kalmıştır. Propaganda, şartları değiştiremez, sadece bu şartlar altındaki inançları değiştirebilir; insanları inançlarını değiştirmeye zorlayamaz; fakat sadece, onları böyle yapmaya ikna edebilir (Lerner, 2000, s. 270).

1.2.2. Propagandanın Tarihçesi

Propagandanın tarihte bir kavram olarak kullanılmaya başlanması 17. Yüzyıla dayanmaktadır. Buna rağmen propaganda insanoğlunun var oluşuyla beraber, adı henüz konulmasa dahi pek çok devlet veya liderler tarafından kullanılmıştır. Sebebi ne olursa olsun konuşmanın gelişmesiyle beraber insanlar arasındaki çıkar çatışmaları ve menfaatler doğrultusunda taraf elde etme arzuları bir takım araç ve tekniklerden yararlanmalarını zorunlu kılmıştır.

“Özellikle iktidar mücadelesi verilen dönemlerde bu durum bir ihtiyaç halini almış, bu mücadele içerisinde bulunan birey ya da gruplar propagandayı etkin bir biçimde

kullanmaya çalışmıştır. Grup halinde yaşamaya başlayan insanlar arasında kendiliğinden ortaya çıkan liderlik olgusu bireyler arası mücadeleleri beraberinde getirmiş ve bu yolda propagandanın ilk örnekleri ortaya çıkmıştır. Topluluk halinde yaşamaya başlanmasıyla birlikte insanlar, kendi aralarında iş bölümü yapmışlardır. Liderlik sorunu da iş bölümünün bir sonucu olarak kendini göstermeye başlamış ve grubu kimin idare edeceği bir sorun olarak belirlemiştir. Etrafında en fazla yandaşı olan grup liderliğini de eline geçirmeye başlamış ve yandaş bulmak için de ilk propaganda örnekleri sergilenmeye başlanmıştır” (Özsoy, 1998, s. 23).

“Roma Cumhuriyeti ve İmparatorluğu döneminde propagandanın heykel örneklerini bulmak mümkündür. Romalı olmayanların barbar, vahşi, yaratıklar olarak tanımlanmasının Roma’nın gücünü gösteren plana, spor müsabakaları özellikle gladyatör dövüşleri Roma’nın birer propaganda araçlarıdır. Roma İmparatorluğu insanlar üzerine bıraktığı etkiden yüzyıllar boyunca faydalanmıştır. Büyük bir coğrafyada çağın verdiği sınırlı imkânlarla rağmen yüzyıllarca hüküm sürmenin belki tek değil ama önemli nedeninin başarılı bir Roma propagandası olduğunu söylemek gerekir. Tarih boyunca propaganda orduların önünde ilerlemiş savaş meydanlarının galiplerini mağluplarını belirlemiştir. Moğol ordusunun çok güçlü olduğu inancı Moğollara yaklaşık 44 milyon km2 alana hâkim olmalarını sağlamıştır. Osmanlı İmparatorluğu fetih edeceği yerlere gitmeden önce o yerlere dervişler, âlimler, alp erenler göndererek “kaleyi içeriden fethetmesi” propagandanın tarih boyunca uygulanan bir yöntem olduğunu gösterir” (Demir, 2006, s. 174).

Propaganda kelimesi 17. ve 18. yüzyılda Hıristiyan dininin öğretilerini yayma ve Hıristiyan birliğini güçlendirmek amacıyla ortaya çıkmıştır. Bu durumun değişip propagandanın siyasi amaçlarla kullanılmaya başladığı yıllar ise: 1776 – 1789’ dur. Bu dönemde propaganda kelimesi Hıristiyanlığı yayma amaçlı değil ama yinede bir “yayma” anlamı ile bağımsızlık, milliyetçilik ve devrim fikirlerinin yayılması anlamında kullanılmıştır (Bektaş, 2002, s. 80-92). Amerikan ve Fransız devrimleri sırasında propaganda yapımcıları ve söz ustaları başarılı bir şekilde çalışmışlardır.

Amerikan bağımsızlığının elde edilmesinde propagandanın önemi büyük olmuştur. Bu dönemde gazete önemli bir propaganda aracı olarak kullanılmıştır (Bektaş, 2002, s.82). Bugün bile düşünüldüğünde o yıllara ait bazı bilgiler aklımızda kalmıştır. Bunun en güzel örneği Fransız Kraliçesine halk ekmek bulamıyor denildiğinde onun

cevabının; “ekmek bulamıyorlarsa pasta yesinler” sözüdür. Bu örnek O dönemde yapılan propagandaların güzel bir örneğidir.

18. ve 19. yy bize bir çok propaganda örnekleri sunsa da propagandanın kurumsallaştığı dönem 20. yüzyıldır. Özellikle iki dünya savaşı arası dönem propaganda aktivitelerinin yoğun olduğu ve sistemleştiği dönemdir. Propaganda da önemli olan kitleleri yönlendirme, istenilen faaliyetleri yaptırma anlayışıdır. Bu nedenle özellikle Almanya’da gençlik dernekleri yani “izcilik” teşkilatları kurulmuştur. Pfadfinder’in “iz bulucu” örgütü, genç yaştaki Almanları asker olarak hazırlamak için yapılan bir çalışma olarak karşımıza çıkmaktadır. I. Dünya Savaşı’nda Osmanlı İmparatorluğu’nun müttefiki olan Almanya bu örgütlenme yapısını (Kaisrllich Deutse Jugeniuebr) Osmanlı’da da uygulamak için Von Der Golc paşayı görevlendirmiştir (Balçioğlu, 2004, s. 198-208). I. Dünya Savaşı modern savaş anlayışının ilk örneklerinden biridir. Alman hükümeti, savaşa girmeden evvel ve savaş esnasında kurdukları gençlik kolları ve halkın üzerinde uyguladıkları sistematik propagandayla halkın desteğini yanına çekmeye çalışmış ve bunda başarılı olmuştur. Savaşa katılacak askerleri bulma konusunda “Büyük Almanya” idealinin topluma empoze edilmesi, savaşa katılmak isteyen askerler bulma konusunda Almanyanın elinin rahatlatmıştır. I. Dünya savaşı Almanyanın savaş kazanma açısından önemli bir araç olarak sistemleştiği yerdir.

Bu dönemde, savaş tarihinin binlerce yıllık geleneği olan kara ve deniz savaşlarının yanı sıra hava ve propaganda savaşlarının savaş literatürüne eklendiği görülür. Özellikle sistemli propaganda ile Almanya’nın başarılı olduğunu gören İngiltere yüzyıl boyunca yaptığı propaganda çalışmalarını merkezi bir elde toplayıp, sistemli bir şekilde propaganda üretilmesinin gerekliliği anlaşılmıştır. Alfred Harmsforth ve Lord Northcliffe, başbakan Lloyd George’un emriyle Crewhouse’ da 1917 tarihinde propaganda bürosunu kurmuşlardır (Akarcılı, 2003, s. 217). Büronun görevi Almanya’ya karşı propaganda yapmaktır. İngiltere I. Dünya Savaşı’nda yaptığı sistemli propagandayla savaşın sonucunu etkilemede etkin rol oynamış, Almanya’nın müttefiki olan Osmanlı devletini olumsuz anlamda etkilemeyi aşarmıştır. Ayrıca İngiltere ABD’nin I. Dünya savaşına girmesinde yaptığı propagandayla etkin rol oynamıştır.

Woodrow Wilson Amerika'ya kadar uzanan Alman ve İngiliz propagandasından rahatsız olmuş ve bu alanda geri kaldıkları düşüncesi ile yakın arkadaşı olan George Creel'in başkanlığında Kamu Enformasyon Komitesi'ni (KEK) kurdu muştur (Akarcalı, 2003, s. 217). Başkan Wilson 1917 yılında Avrupa'ya Paris Konferansına hazırlamış olduğu 14 maddelik Wilson ilkeleri ile geldiğinde, tüm dünya ABD adaletine sığınmak istemiş, mağlup devletler ve galip devlet sömürgelerinde bu 14 maddelik ilke konuşulmuş ve uygulamasını istemişlerdir (Mcmillan, 2005, s. 20-23). Ancak Wilson bu 14 maddenin ilkelerinin müttefik ülke sömürgelerinde, Latin Amerika da duyulması korkusu ile tereddüt etmiş George Creel'in kendisine tuzak kurduğunu düşünmüştür (Mcmillan, 2005, s. 23). Bu 14 maddelik ilke tüm dünyada Amerikan sempaticanlığını artırırken ve Amerikanın global bir politika izlemeye iterken Wilson'u da koltuğundan edebilirdi. Bu nedenle Wilson ABD'ye döndüğünde Kamu Enformasyon Komitesi'nin ödeneklerini keserek faaliyetlerini durdurmuştur (Akarcalı, 2003, s. 238).

Propagandanın etkin uygulandığı ve propaganda sanatının ustası olarak gösterilebilecek olan Lenin 1917 Bolşevik devrimi ile büyük bir başarı göstermiştir. Lenin "Ne Yapmalı" adlı kitabında nasıl bir propaganda yapılması gerektiğini söylemiştir (Akarcalı, 2003, s. 201). Lenin'in önderliğinde propagandanın kurumsallaştığı 1917 yılında kurulan Ajitasyon ve Propaganda Departmanı SSCB'nin 1990'a kadar istihbarat ve propaganda üretim merkezi olmuş ve bir çok kurum ve kuruluşuda yönetmiştir (Akarcalı, 2003, s. 203).

Propagandanın kurumsallaşması sürecini anlatırken önemli noktanın Nazi Almanya'sı olduğunu belirtilmelidir. Propagandanın en üst noktaya çıktığı dönem bu dönemdir. Hitler 1933'de iktidara geldiğinde kurmaylarından olan Joseph Goebbels'in başkanlığında 13 Mart 1934 tarihinde propaganda Bakanlığı'nı (Public Enlightenment and Propaganda) kurmuştur (Kinder & Hilgemann, 1995, s. 194). Goebbels propaganda tarihinde bir dönüm noktasını temsil etmektedir. Sistemi, simgeleri, araçları ve propagandaya getirdiği yenilikle Yirminci yüzyılda propagandanın devletler arası ilişkilerde ve devletin iç işlerinde kullanılan bir sistem olmasını sağlamıştır.

Yukarıda sayılan ve daha eklenebilecek pek çok toplumsal duruma, propaganda yöntem olarak nüfuz etmiş; çoğu kez siyasal iktidarın bir egemenlik inşası

hüviyetinde sürekli bir kullanım pozisyonunda olmuştur. Modern dönem görüldüğü üzere kendisini mutlak bir üretim felsefesinden hareketle tanımlamaktaydı. Böylece modern toplum kendisini sürekli üretmeye ve ürettiğini yine çok seri bir şekilde tüketmeye kurgulanmış bir toplumsal hali öngörmekteydi. Bu açıdan hız kavramı, yeni dönemin sembol kavramlarından birisiydi. Modern insan hem üretirken hem de tüketirken hız'lı olmalı, böylece bu koşuşturma halinin sürekliliği içerisinde eriyip modern dönemin amade bir işçisi halinde yaşamalıydı. Hız, benzeri bir şekilde siyasal iktidarların da yöntem olarak işine gelmekte, düşünmeyen lakin sürekli üreten memur bir toplum sınaî gelişmenin devamlılığını sağlayacak, böylece siyasal erkin yönetim kabiliyeti ve kolaylığı sağlanmış olacaktı. Yeni toplumsal düzenin sürekli üretime dayalı bu sosyal yönü sebebiyle, sanayi ve imalatçılarda artık bir yöntem olarak propagandayı kullanmaya zorunlu kalmışlardır. Sürekli üretim, kaçınılmaz olarak istikrarlı bir tüketimi mümkün kılmalıydı. Lakin yüzyıllardır, kısıtlı imkânları dolayısıyla dünya halklarının eşyaya olan 'tutucu' bakışını bir anda değiştirmek pek de kolay olmayacaktır. Bu açıdan propagandanın, tekrar ve terk etmeye zorlama yöntemlerini başarıyla kullanan üreticiler, insanların kullanmış oldukları herhangi bir mamul için illaki o malın eskimesinin beklenmemesi gerektiği inancını kabul ettirebilmek adına yoğun uğraş vermişlerdir. Büyük bir reklâm ajansı yöneticisi olan David Ogiluy, bu konuyla ilgili olarak şöyle demektedir: 'Piyasada değişik markalar altında satılan viski, bira ve sigara çeşitleri arasında önemli hiçbir fark mevcut değildir. Hepsi de aşağı yukarı aynıdır. Bu genellemeye bisküvi çeşitleri, deterjanlar ve otomobiller de dâhildir' (Brown, 2000, s. 150).

Neticede böylesi bir üretim-tüketim çarkı içerisinde hapsolmuş bulunan modern insan, yeni kurulan/kurgulanan dünyada var kalabilmek için günün üçte ikisini yoğun bir çalışmaya ayıracaktır. Toplumun her bir ferdi en gencinden en yaşlısına bu sarmalın içerisinde çekilecek, insanların sosyal hayatı dâhil pek çok beklentileri ve birlikte olma imkânları ellerinden alınmış olacaktır. Aslında bu tam da önce tek tek atomize edilen, parçalanmış bir toplumsal yapının daha sonra tek bir hedef uğruna topyekûn bir seferber edilmesinin tarihidir. Bu Fransız ihtilaliyle kısmen yakalanmaya çalışılan kamu toplumunun yeniden kitle toplumuna doğru evrilmesinin tarihidir. Bilindiği üzere kamu toplumuna akıl yön verirken kitle toplumuna coşkulu duygular ve yoğun hisler yön vermektedir. Kamu toplumu, kendi sorunları için yine kendisi bir çözüm üretmeye çalışan ve her türlü düşünce farklılığına rağmen ortak bir toplumsal

çözümün mümkün olduğunun adı iken, kitle toplumunda alabildiğine bir atomizasyon, bir başıboşluk ve gevşek bir sosyal yapı söz konusudur. Kitle toplumu hedef olarak iradesi çözülmüş yahut ipotek altına alınmış bir insan tahayyülünden hareketle bir sosyal yapı oluşturma gayretindedir. Dolayısıyla alabildiğine etkiye açıktır. Eğer güçlü bir iktidar ve iktidarın meşruluğunu pekiştirip-yaygınlaştıracak kuvvetli bir propaganda kurumu mevcut ise kitleler kolayca istenilen yöne doğru sürüklenebilecektir. Modern dönemde bu güçlü kurumun işlevini büyük oranda yazılı ve görsel medya organları üstlenmektedir ki, kamuoyu bu yolla çok kolay bir şekilde dönüştürülebilir. Öyle ki hız'a dayalı bir hayattan geri kalmama pahasına kendisiyle ve toplumla ilgili haberlerin tümüne dikkat kesilen modern insan elbette propagandanın her türünü gayet açık ve alıcı bir pozisyonda karşılamaktadır. Örneğin haberler bu manipülasyona açık alanın en tehlikeli boyutunu teşkil etmektedir. İnsanlar yayın organları tarafından tüm topluma servis edilen çoğu haberi yeterli seviyede değerlendirememekte, değerlendirmeye çalışsa dahi kendisine iletilen bilgilerin doğruluğundan hiçbir zaman tam manasıyla emin olamamaktadır. Bu sayede propagandanın en işlevsel aracı haline dönüşmektedir medya (Yılmaz, 2004, s. 33-34).

Medya vasıtasıyla yürütülen bu propagandayı, amerikan sosyologları, 'narcotization' (uyuşturma, afyonlama) olarak tarif ediyorlar. 'Narcotization' sonucu fert, haberlerin yoğunluğu karşısında bunalacak ve günlük olayların acı gerçeklerinden kaçarak kendi küçük dünyasına çekilecektir (Brown, 2000, s. 124).

Günümüzde haberlere baktığımızda, haberin içeriği, veriliş şekli(vurgulanan yerleri) ve sürekliliği yani yoğunluğu bakımından toplumsal hafıza olumsuz yönde etkilenmektedir. Bilgi kirliliği diye adlandırılabilir yoğun bir akış içine girmek zorunda kalan kişi, olayları yorumlama ve takip etmekte gerekli titizliği gösterememeye başlayacaktır. Bu durum kişinin tepkisizleşmesini sağlamaktadır.

Günümüz toplumunda kişilerin tepkisizleşmiş olması, propagandaya açık oldukları anlamına gelmektedir. Böylece tepkisizleşmiş ve yalnız birey herhangi bir olumsuzluk hissetmeden propaganda tarafından yönlendirilebilir.

Siyasal iktidarlar ise bu durumu kendi lehlerinde kullanabilme gayretiyle esaslı propaganda organizasyonlarına girişmektedirler. Bu amaçla düzenlenen dev kitle gösterileri, yüz binlerce kişilik geçit merasimleri küçük aciz insanlarda öyle bir

mağrur inanç ateşi yakmaktadır ki, bu adamlar her ne kadar değersiz birer ‘solucan’ iseler de yine büyük bir ejderin bir parçası olduklarını, bu ejderin ateş saçan neferi altında bir gün geçici burjuva dünyasının yanıp kül olacağını ve proleter diktatörlüğünün son yüce zaferinin kutlanacağını düşünürler (Downs, 2000, s. 174).

Özellikle günümüzde kitle iletişim araçlarının hızla gelişmesi, toplum üzerinde sistemli propaganda uygulanmasını kolaylaştırmıştır. Kitle iletişim araçları kullanılarak yapılan propaganda da tek bir merkez üzerinden uygulanan tek bir yöntemle toplumun yönlendirilmesi daha kolay bir zemine oturturulmuştur.

Öyle ki, çoğu zaman kitlenin çok fazla söz sahibi olmasına fırsat tanımayacak bir şekilde, kitle iletişim araçları eliyle çok kısa zamanda, çok fazla insana tek bir fikri lanse etmek mümkün hale gelmiştir. Toplum, kendisine sunulan fikirleri asla tartışma imkânına sahip olamamakta, televizyon ya da radyoda ulaştığı bir bilgiyle alakalı olarak kendi fikrini yahut eleştirisini ortaya koyamamaktadır. Dolayısıyla modern dönemde fikirlerin kitle hareketleri haline dönüşmesi imkânı da gitgide azalmaktadır. Toplumun her bir ferdi, tek bir merkezden ve tek bir hedefe doğru yöneltilen bir propagandaya karşı yalnız başına kalmakta, bir zaman sonra ise iktidarın propagandayı böylesine bir yöntemle kullanması sebebiyle siyasi iktidarın mutlak himayesine boyun eğmek sonucuyla karşı karşıya kalmaktadır. Siyasal iktidarlar çoğu kez süreci daha da ileri götürmekte ve totaliter rejimlerde hayat bulan ‘toplum ajanlığı’ yani toplum içerisinde pek çok farklı statü ve makama yerleşmiş işbirlikçi ajanların eliyle iktidarlarını pekiştirmeye çalışmaktadırlar (Brown, 2000, s. 30).

1.2.3. Propagandanın Amacı

Propagandanın amacı en kısa yoldan şöyle ifade edilmektedir; “Fertleri kabule zorunlu olmadıkları bir düşünceyi bir hareketi istekleriyle yapmaya yönelmektir.” Görüldüğü gibi propagandanın sınırı nihayetsiz gibi görünmektedir. Bu amaçla her şeyi propaganda amacıyla kullanmak mümkün olduğu gibi her konuda propaganda amacıyla ele alınabilir. Harold D. Lasswell propagandanın amacını açıklarken, “düşünce ve doktrinlerin kasıtlı olarak aşılması girişi” olarak tarif eder (Onaran, 1984, s. 67). Propagandanın ereği, propagandanın kapsamına alınan, birer propaganda konusu olan noktalarda, kitlelerin tutumunu etkilemektir (Domenach, 2003, s. 18).

Tarih boyunca propagandayı en sistemli kullanan devlet adamlarının başına gelen Hitler propagandanın amacını bir yerde; “Propagandanın görevi, örgüt için taraftar toplamaktır. İkinci görevi yeni doktrini anlatmak ve benimsemektir. Propagandanın amacı, tek tek ve bilimsel olarak kişileri bilgilendirmek değildir. Onun görevi kitlelerin dikkatini belirli olaylar, ihtiyaçlar ve gerekler üzerine çekmektir” demektedir (Hitler, 2002, s. 161).

Ayrıca Hitler: “Propaganda duygulara ve birazda akla hitap etmelidir. Halkın anlayacağı alanda yapılmalıdır. Manevi seviyesini, hitap ettiği topluluğunun içindeki en dar kafalılardan bile anlayacağı düzeyde tutulmalıdır. Bu şartlar içinde, taraftar olması istenen kimseler ne kadar çoksa propagandanın seviyesi o kadar aşağı olmalıdır. Propaganda karşısındaki topluluğun düzeyinde tutulmalı ve bu durum elde edilen sonuçlarla değerlendirilmelidir. Propaganda da her şeyi karşı tarafa göre ayarlamak gerekir. Propaganda bir araçtır. Hakkında amacını gerçekleştirdiği oranda not verilmelidir. Bundan dolayı hizmet ettiği amaca yardımcı olması için, uygun bir biçimde şekli belirlenmelidir. Genel çıkarları açısından önemleri çeşitli olan birçok amacı bulunabilir. Propagandanın bilimsel açıdan içeriği ne kadar yalın ise ve toplumun duygularına ne kadar çok başvurursa başarısı da o kadar kesin olur. Başarı bir propagandanın değeri hakkındaki yegâne ölçüsüdür” der (Hitler, 2002, s. 161).

Propaganda kelimesi özellikle II. Dünya Savaşı’ndan sonra anlam olarak insanlar kandırılmayı ve yok etmeyi anımsatmaktadır. Bu nedenle günümüzde propaganda yalın şekilde yazılımı ile bir kurum, bir kuruluş adı olarak karşımıza pek çıkmamaktadır. Ancak propagandanın nedenleri, sonuçları kavranlaştırılarak oluşturulmaktadır. Haber alma (istihbarat), reklam, ülkü (hedef) propagandanın kaynağıdır (Domenach, 2003, s. 24-26). Yukarıda bahsi geçen kavramlar günümüzde “kamuoyu” oluşturmak amacıyla sistemleştirilmiştir. Propaganda kelimesinin yalın bir şekilde karşımıza çıkmamasının sebebi, bahsi geçen kavramlar aracılığıyla “kamuoyu oluşturma kurumları ve araştırma grupları” adı altında propagandanın kurumsallaşmış olmasıdır.

Modern propagandanın amacı; “sadece bireylerin bir öğretisi veya düşünceleri benimsemelerini sağlamak değil, onları aktif olarak bu sürece katılmaya yöneltmektir.” Bir anlamda propaganda bireyin aklına ve düşüncelerine hitap etmeye çalışmaz. Bireye oluşturduğu ortamla beraber kendi seçimini yapıyormuş hissiyatı

verir ve bu şekilde, bireyin, propagandayla ulaşılmak istenen amaca uygun bir seçim yapmasını sağlamış olur. Propaganda taraf olma özelliğine sahiptir (Domenach, 2003, s. 50).

Propaganda da düşman olarak belirlenen hedefin, haklı ya da iyi olması imkânsızdır. Bunun sebebi düşman olarak belirlenen hedefin kitle tarafından haklı veya iyi olarak algılanmasının yaratacağı karmaşadır. Bu nedenle düşman kötü olan her şeydir. Propaganda hedef kitleyi inandırmak ve harekete geçirmek için günlük haber ve olayları kullandığı gibi tarihi olayları da kullanır. Seçilmiş travmalar ve zaferler yaratılarak kitlenin aktif hale gelmesi sağlanır (Vamık, 1993, s. 1-37). Seçilmiş travmaların sürekli gündemde tutulması, seçilmiş zaferlerin gündemde tutulması gibi “unutmama” düzlemi içindedir (Taşkıran, 2005). Özellikle savaş dönemlerinde milli birlik ve beraberliği sağlamak amacıyla devletler tarafından sistemli propaganda uygulandığı sıkça görülmektedir. Düşman güçlerin halkına uyguladığı zulüm ya da dünya barışına ve demokrasisine aykırı tavırları ön plana çıkartılarak, propagandayı yapan devletlerin kitle gözünde mazlum ve haklı olduğu düşüncesinin oluşturulmaya çalışıldığı görülmektedir. Bu yöntem hem kitleyi kendi tarafına çekmeyi sağlar hemde düşman güçlerin kitle gözünde mahçup duruma düşmesine neden olur. Bu durumun en güzel örneklerinden biri; 2. Körfez savaşının başlamasında büyük rol oynayan 15 yaşında Kuveytli bir kızın ABD’de insan hakları ihlaliyle ilgili görgü tanıklarının dinlendiği bir toplantıda yaptığı konuşmadır. Adı “Neyire” olan kız, Kuveyt’te hemşire olarak çalışırken Iraklı askerlerin Kuveytteki çalıştığı hastaneye girerek 312 bebeği öldürdüğünü detaylı bir şekilde anlatır. 3 ay sonra savaş başlar. Bu süreç içerisinde ABD’deki gazete, televizyon ve radyo kuruluşları bu olayı defalarca gündeme getirir ve “zalim Irak” görüşünü topluma empoze ederek, toplumun gözünde ABD’nin savaşa girmesinin haklı bir yaklaşım olduğu izlenimini oluşturur. Amerikan kamuoyu Neyire’nin aslında hemşire olmadığını, Kuveyt Kraliyet ailesinin bir ferdi olduğunu ve anlattığı olayın gerçeği yansıtmadığını savaş başladıktan çok sonra öğrenmiştir (Can, 2005, s. 122).

Görüldüğü gibi bu süreç üç etkenden oluşmaktadır: propagandacı ve ilettiği mesaj; kullanılan iletişim araçları ve teknikleri; etkilenmeye çalışılan özne (kişiler ya da gruplar). Propagandacı bir mesajı olan, kişilerin kanılarını ve tutumlarını etkilemekle kendi çıkarlarını sağlayacak olan herhangi bir kişi, örgüt, dernek ya da kurum olabilir. Teknik, belirlenmiş hedeflerin elde edilmesi için seçilen uygun yöntemler ve araçlar

(özellikle kitle iletişim araçları) demektir. Özne ise belirli bir durumda tutumları ve kanıları etkilenecek olan herhangi olan herhangi bir kişi ya da topluluk olabilir (Bektaş, 2000, s. 160).

1.2.4. Propagandanın Yöntemleri

Propaganda yapılış biçimi açısından 3 madde de ele alınmıştır. Bu maddeler propagandanın uygulanış yoğunluğu ve kullandığı araçlar sebebiyle birbirlerinden farklı başlıklara ayrılmıştır. Maddeler şu şekilde sıralanmaktadır: Beyaz (Açık) propaganda, Gri (Bulanık) propaganda, Siyah (Sinsi) propaganda

1.2.4.1. Beyaz (Açık) propaganda

Tamamıyla açık bir biçimde yapılan propaganda türüdür. Kaynağı bellidir ve kendisini tanıtmak ister. Şeffaftır ayrıca doğruluğa değer verir. Yapılan propaganda da yalan beyanlara ve yayınlara yer yoktur. Yalan beyanlar kullanılırsa halkın güveni sarsılır ve propagandanın etkisiz hale gelmesine neden olur. Beyaz propaganda yapılırken çok dikkatli olunmalıdır. Çünkü muhatapların tereddütsüz kabul etmeye alıştıkları bir propaganda çeşididir. Bu nedenle gerçeklerden en ufak bir ayrılmanın ortaya çıkması büyük bir güvensizlik doğurur ve bunun sonucunda dinleyiciler yeni kaynaklar aramaya başlarlar. Beyaz propaganda meşru bir hakkın müdafaasını yapar. Propaganda konuları çoğunlukla hükümetin kontrolünden geçtiği için haberler yarı resmi sayılır. Gelişmiş demokratik ülkelerde bu tür propaganda yöntemine sıkça başvurulur (Ziyaoğlu, 1963, s. 41).

Yakın tarihte, özellikle Hitler örneğinde, beyaz propagandanın uygulanışına çokça tanık olmaktayız. Hitler iktidara gelmeden önce, neredeyse bütün Alman halkının muzdarip olduğu pek çok toplumsal meseleyi propagandasının malzemesi haline getirmeyi ustalıkla başarmıştır. Nitekim I. Dünya Savaşı sonrasında taraflar arasında imzalanan Versailles Anlaşması, Almanya açısından çok ciddi bir siyasi, ekonomik ve toplumsal yıkımı beraberinde getirmekteydi. Hitler bu ekonomik buhranı propagandasının güçlü bir malzemesi haline getirme konusunda muvaffak olmuştur. Aynı şekilde Hitler; I. Dünya Savaşı'ndan mağlup ayrılan Alman ordusunun yenilen onurunun yeniden tesisi için Alman ırkının diğer tüm ırklardan nasıl üstün olduğunu anlatmış, adeta Darwin'in biyolojide gerçekleştirdiği yöntemi toplumsal psikolojide

uygulamak suretiyle, Alman halkının yitirmiş olduğu güvenini yeniden kazandırmayı bilmiştir (Tarhan, 2006, s. 32).

1.2.4.2. Gri(Bulanık) propaganda

Gri propaganda, yöntem açısından tam bir kaosu ifade etmektedir. Bu propagandanın kaynağı alabildiğine belirsizdir. Dolayısıyla yürütülen propagandanın doğruluğu kanıtlanamaz bir hal almaktadır. Bununla birlikte, yaygınlaşan haberin yalan mı yoksa gerçek mi olduğu da propagandaya muhatap kitle açısından bir bilinmezi ifade etmektedir. Gri propagandanın ana malzemesi rivayetlerdir. Kitle düşünmekten çok dinlemekten; araştırmaktan çok olduğu gibi kabul etmekten hoşlandığı için, gri propaganda rivayetleri sinsice kullanmaya gayret sarf edecektir. Böylece birer hikâyeymiş gibi her türlü haber kitle tarafından dinlenir ve kolayca kabul edilir hale gelecektir. Gri propaganda insan üzerinde propaganda hissi doğurmaz. Propagandayı çıkaranlar belirsiz olduğu için, gri propaganda da en heyecanlı konular bile rahatça kullanılabilir (Tarhan, 2006, s. 38).

Gri propaganda, beyaz propaganda ile siyah propaganda arasında bir yerdedir. Haberlerin “sisli” olarak aktarılması hedef kitlenin kafasını bulandırdığı için doğru olanı seçmesini engellemeyi amaçlar (Ziyaoğlu, 1963, s. 41). Gri propaganda psikolojik savaşın önemli unsurlarındandır. Siyah ve bayaz propagandanın arasında, ortada yer alır. Konu saptırarak toplumun ilgisini başka yöne çekmek, olumlu gözükken bir olayı veya dürüst gözükken bir kişiyi gölgelendirerek gözden düşürmeye çalışmak gri propagandanın kapsamına girmektedir. Doğru üzerinde oluşturulan yeni bir yalanın gündeme aktarılması ve kitlenin, doğru olan olayın sonuçlarına karşı düşüncelerinin değişmesi gri propagandanın amacıdır.

Gri propaganda özellikle siyasi iktidarlar tarafından günümüzde çok yaygın bir şekilde kullanılmaktadır. Türkiye'nin yakın tarihinde de böylesi kullanımlara çokça tanık olunmuştur. Örneğin 2 Mayıs 1960 askeri darbesi öncesinde pek çok gri propaganda yöntemine tanık olmuştuk. Bu sayede gri propagandayı yürütenler tarafından pek çok kaynağı mesnetsiz haber toplum içerisinde kolaylıkla yaygınlaştırılıyordu. Bunlardan birisi, ihtilalin sebeplerinden birisi sayılan öğrenci hareketleriyle ilgili olarak söylenen İstanbul Üniversitesi olayıydı. Rivayete göre İstanbul Üniversitesi'nde protesto eylemlerine katılan pek çok öğrenci güvenlik güçleri ve hükümet görevlileri tarafından yakalanıp öldürülmüş, daha sonra ise etleri

parçalanıp kıyma olarak çekilmiş ve sokak köpeklerine yedirilmiştir. Bu gri propaganda toplumda çok üst düzeyde bir infiale yol açmıştır. Bu haberin yaygınlık kazanmasından menfaat uman güçler ise hükümet aleyhine olumsuz bir kanaatin kabul görmesinin yollarını bu rivayetten hareketle hayata geçirmeye çalışacaklardır (Kumkale, 2006, s. 121). Bu durum İhtilal sonrası mahkemelerde yapılan incelemeler sonucu, böyle bir olayın hiçbir zaman gerçekleşmediği ortaya çıkana kadar halkta büyük tepki toplamıştır.

Dünya kamuoyunda ise, benzeri pek çok gri propaganda örneğine şahit olmaktadır. Özellikle 1945 ile 1990 yılları arasında Sovyet Rusya ve Amerika Birleşik Devletleri arasında yaşanan ve soğuk savaş olarak adlandırılan dönem boyunca her iki tarafta gri propagandayı çok yoğun bir şekilde kullanmışlardır. Amerika'nın 1961'de gerçekleştirdiği Domuzlar Körfezi çıkarması sırasında, Amerika'nın Sesi Radyosu, yürütülen gri propagandanın kalelerinden birisi olmuştur. Yine benzeri bir örneğe Sovyet Rusya'nın Afganistan işgali sırasında rastlamaktayız. İşgal döneminde Sovyet televizyonlarında; 'Afganistan: Bir Devrim Öldürülemez' konulu belgesel, yürütülen gri propagandanın en güzel örneklerinden birisiydi. Programda; ortaya çıkan çatışmanın, dış güçlerin kışkırtması sonucu meydana geldiği, CIA'nın Afganistan'da nasıl haince faaliyetler içerisinde olduğu ve buna karşın Sovyet askerinin aslında birer kurtarıcı olarak Afganistan'da bulunduğuna yönelik pek çok asılsız haberden oluşan bir seyir takip edilmişti (Bektaş, 2002, s. 37–38).

1.2.4.3. Kara (Sinsi) Propaganda

Kaynağı gizlemek ve herhangi bir kaynağın olabileceği inancını yaymak için her türlü yola başvurulur. Burada kaynak ne kadar gizli olursa o kadar başarı sağlanmış demektir. Yalan, iftira, sahte delillere başvurulur. Gerçeği çürütmek, ortalığı karıştırmak, inançları sarsmak suretiyle faaliyette bulunulur. Her türlü gayri meşru vasıtaya başvurulur. Çok defa bu yanlış bilgiler düşmana kendi gizli radyo, televizyon veya bir başka haber kaynağı tarafından verilir. Halk bilgiyi kendi kaynağından aldığı zanneder (Ziyaoğlu, 1963, s. 43).

Kara propaganda yönteminde yalan, iftira, sahte deliller ve söylentiler gerçekmiş, doğruymuş gibi topluma yansıtılır. Bilginin kaynağının nereden geldiğinin bilinmemesiyle beraber, amaç; kamuoyunun güvenini sarsmak ve inançları

değiştirmektedir. Aşağıda verilen dört örnek kara propagandanın pratikte nasıl uygulandığını açık bir şekilde anlatmaktadır:

Birinci örneğimiz I. Körfez Savaşı sırasında Kuzey Irak üzerinde gerçekleştirilen kara propaganda uygulamasıdır. ABD'nin harekâta girişmesinin hemen sonrasında, Saddam Hüseyin'in Irak'ta yaşayan tüm Kürt halkını keseceği yönünde yürütülen ısrarlı kara propaganda çok geçmeden neticesini verecektir. Bu propaganda neticesinde kar- kış- kıyamet demeden tam altı yüz bin insan, adeta yangından kaçıyormuşçasına topraklarını terk edip Türkiye sınırlarına dayanmıştı (Kumkale, 2006, s. 121).

İkinci örneğimiz; II. Dünya Savaşı'nda Almanya'nın İngilizlere yönelik yürütmüş olduğu radyo propagandasıdır. II. Dünya Savaşı sırasında Hitler'in "Deniz Aslanı Harekâtı" adı verilen Britanya'yı istila planı öncesinde kurmuş olduğu "Yeni İngiliz Yayın İstasyonu" ismiyle yayın yapan ve sözde İngiliz muhalifleri tarafından idare olunan bir radyo istasyonuydu. Her gün her biri 'Loch Lemond' ile başlayan ve 'Tanrı Kral'ı Korusun" marşı ile sona eren yarımşar saatlik programlar yapmaktaydı. Bu radyo istasyonunun yayınları savaş haberlerinden ibaretti ve gerçekte "Britanya Savaşı" adı verilen bir radyo propagandası ile, savaş süresince Britanya ahalisinin moralini bozma amacına yönelik bir Alman gizli operasyonundan başka bir şey değildi (Bektaş, 2002, s. 36).

Üçüncü örneğimiz, II. Körfez Savaşı öncesinde gerçekleştirilen kara propaganda örnekleridir. Amerika Birleşik Devletleri'nin başını çekmiş olduğu müttefik kuvvetler, Irak işgaline haklı bir gerekçe oluşturabilmek için çok uzun bir zaman boyunca 'Irak'ta bulunan kitle imha silahlarının varlığına son verilmesi' talebini merkeze alan bir propaganda faaliyetine girişmişlerdir. Benzeri bir şekilde, Irak hükümetinin elinde mevcut olduğu ileri sürülen ve ismine 'cehennem topu' denilen bir askeri silah ise iddialara göre binlerce metre uzaklıktaki bir hedefi çok rahat vurabilecek bir güce sahip idi ve bu dünya barışına ciddi bir tehdit oluşturmaktaydı. Kitle imha silahları üzerinden yürütülen propaganda ile bütün dünya kamuoyu aynı tehdit altında Irak aleyhine birleştirilmeye çalışılırken, cehennem topu ile de başta Türkiye olmak üzere Irak'a komşu pek çok ülke halkının da Irak'tan ve hükümetinden rahatsız bir hale gelmesi dahası yapılacak işgalinde en azından desteklenmese bile karşı çıkılmasının önü alınmış olacaktı (Kumkale, 2006, s. 122).

Bu konuda verebileceğimiz diğere bir örnek ise, Hür Macaristan Radyosu örneğidir. 1956 yılında Ruslar, Komünist idareyi devirmeyi amaçlayan halk ayaklanmasını ezmek için Budapeşte'ye tanklarını gönderdiklerinde, bu radyo istasyonu tüm dünyanın dikkatini çekmiş ve sempatisini kazanmıştı. Hür Macaristan Radyosu'nun ABD'ye yönelttiği ateşli yardım çağrıları ise tüm dünyada acıma hisleri uyandırmıştı. Bu radyo istasyonunun yayınlarında Rus mezalimi en iğrenç detaylarıyla anlatılıyor ve her yayında Ruslara sayılıp sövülüyordu. Gerçekte ise radyo istasyonu Sovyet istihbarat teşkilatı KGB'nin şeytanca bir hilesiydi ve amacı ABD'yi utandırmaktı. Amerikalıların propagandasını yapan "Hür Avrupa Radyosu" (Radio Free Europe)'un isyandan önce bir halk ayaklanmasını ABD'nin destekleyeceği yolunda yapmış olduğu yayınlara karşın ABD'nin Macaristan'a asker gönderme ihtimali nerede ise sıfırdı ve Sovyetler Birliği, Hür Macaristan Radyosu'nu ABD'nin ihtilal sırasında dayanılacak bir güç olmadığını göstermek için kullanmıştı. Radyo o denli etkili idi ki, Amerikan Merkezi Haber alma Teşkilatı (CIA) söz konusu istasyon yayını kestikten sonra bile bunun bir Sovyet propaganda aracı olduğunu anlayamamıştı (Bektaş, 2002, s. 36–37).

1.2.5. Propaganda Araçları

Propaganda uygulanırken, propagandayı yapmak için kullanılan araçlar çok önemlidir. Hangi aracın ne yoğunlukta kullanıldığı propagandanın yöntemini ve başarısını belirler.

Günümüzde teknolojinin hızla gelişmesi kitle iletişim araçlarının herkes tarafından takip edilmesini kolaylaştırmıştır. Radyo, televizyon, gazete ve internet gibi tek bir kişiye seslenmek yerine çoğunluğa, kitlelere seslenebilme özelliğine sahip kitle iletişim araçları, propaganda uygulamalarında en çok kullanılan araçlardır. Kitle iletişim araçları bireyi bilgi bombardımanı altında tutarken, bu kadar bilgi karmaşası içerisinde olan birey anlatılanların derinliğini araştırmadan inanır. Kitle iletişim araçları araştırmadan bilgi edinebilmenin en kolay yoludur. Propaganda bu noktada devreye girer.

Büyük kitlelere ulaşabilmek adına bu araçların kullanımı hem etkinliğin artması hem de hitap edilen kitle üzerindeki sonuçları açısından devrim niteliği taşımaktadır. Tüm bunların yanı sıra kitle üzerinde devamlı bir şekilde yapılacak olan bombardıman yine bu kitle iletişim araçlarının ortaya çıkmasıyla sağlanabilmiştir. Propagandayı geniş

boyutlu bir toplumsal denetim olgusu içinde ele alırsak kitle iletişim araçlarının bu denetlemedeki yerini de belirlemeliyiz (Akarcılı, 2003, s. 40-43).

1.2.5.1. İnsan (Birey, Kişi...)

Propaganda vasıtaları ne kadar gelişirse gelişsin, yine ön planda bizzat insanın kendisi rol oynamaktadır. Çeşitli imkânları kullanarak kamuoyu oluşturma yöntemleri ne kadar gelişmiş olursa olsun, insan unsuru hiçbir zaman önemini kaybetmeyecektir. Çünkü propogandanın en etkilisi, doğrudan ağızdan yani sözlü yapılanıdır. Bu eski çağlardan beri önemini kaybetmemiştir (Berkes, 1942, s. 28). Propaganda da insan faktörünün nasıl kullanıldığını şu başlıklarla inceleyebiliriz: Açık propaganda araçları, Gizli propaganda araçları

1.2.5.1.1. Açık Propaganda Araçları

“Açık olarak propaganda yapma vazifesini üzerine almış kişilerdir. Bir fikrin savunmasını yaparlar her müsait zaman ve zeminde konuşmaya başlarlar ve savundukları düşüncenin propogandasını yaparlar. Bilhassa iç politikada bu tip propogandaya rastlamak mümkündür. Demokrasi idarelerinde iktidar ve muhalefet arasında durmadan devam eden bu yarışma tek partili rejimlerde sadece iktidarın aracıdır. Çok partili rejimlerde ise her parti bunu gerçekleştirme hakkına sahiptir” (Karataş, 2008).

1.2.5.1.2. Gizli Propaganda Araçları

Özel amaçla yetiştirilen bu ajanlar, insan toplulukları arasında gerçek kimliklerini ve amaçlarını gizleyerek faaliyet gösterirler. Genellikle kalabalık yerlerde birbirleriyle konuşarak kaynağı belli olmayan dedikodular yayar ve insan psikolojisi üzerine tesir ederek zihinlerde karışıklığa neden olurlar (Karataş, 2008).

1.2.5.1.2.1. Gazete

Gazete, Batı Avrupa’da ticari kapitalizmin ürünü olan bir kitle iletişim aracı olarak ortaya çıkmıştır. Kökeninde ise Avrupa’da ortaçağ sonrasının haber mektupları vardır. Çağdaş anlamda gazete, kapitalist üretim biçimi ve piyasa ekonomisi içinde toplumsal bir kurum ve ticari işletme olarak var olabilmiştir (Tokgöz, 1994, s. 33). Matbaanın 14. Yüzyılda bulunmasına kadarki süreçte, teker teker elle yazılıp çoğaltılan gazete,

matbaanın bulunmasından sonra hızlı bir şekilde çoğaltılabilmeye ve daha çok insana ulaştırılabilmeye başlamıştır.

Günümüzdeki en eski kitle iletişim araçlarından biri gazetedir. Köklü bir kültürü ve çok eskiye dayanan tarihi bir geçmişi bulunmaktadır. Bu sebepten dolayı gazete propaganda aracı olarak kullanılan en eski kitle iletişim aracıdır.

18. yüzyıla gelindiğinde ise gazeteler artık günlük yayınlanmaya başlamıştır. Gazeteler bütün bu gelişmelerle birlikte kamuoyu oluşturma işlevini de daha etkin ve kitlesel olarak yapma yoluna girmiştir. 18. yüzyılın düşünürleri devrimci bir propaganda için eleştiri yazılarına, kitaplara başvurdular, çabaları kesin bir etki yarattı. En uygun propaganda aracı gazeteydi (Domenach, 2003, s. 21). Yüzyılda kitle üzerindeki etkisi yüksek olan gazeteler kitleleri yönlendirme amacı güden çevreler tarafında yönlendirilerek, propagandayı kitlelere yaymışlardır. Gazeteler bu dönemde devletin sistemli propagandalarını kitlelere ulaştıran bir araç olarak faaliyet göstermişlerdir.

I.Dünya Savaşı'nda İngilizlerin, Türkiye'deki en büyük sıkıntısı kendilerinin kontrol ettiği popüler, Türkçe bir yayınlarının olmamasıydı. Hâlbuki Almanlar bu hususta daha iyi konumdaydı. Enformasyon bakanlığı Almanlar lehine olan bu durumu değiştirmek için Kahire'de ve Türkiye'de dağıtılmak üzere Cephe adında görsel bir dergi çıkardı. Bu derginin amacı İngilizlerin geçmişinden örnekler vererek şimdiki durumuna ışık tutmaktı. Dergide, İngiliz insanının yaşam tarzını resmetmek savaştan sonra hayat şartlarını şimdikinden daha iyi olacağını ve kültür, eğitim, sağlık ve gıda politikaları üzerindeki savaşın olumsuz etkilerin kalkacağı mesajını verilmekteydi (Seydi, 2006, s. 241).

Her ne kadar gazeteler 20. yüzyılda tiraj kaybına uğramışlarsa da toplumumuzda bir propaganda kaynağı olma özelliklerini sürdürmüşlerdir. İkinci Dünya Savaşı sırasında da gazeteler kamunun temel bilgilenme kaynakları olmuşlar ve bu özelliklerinden dolayı da propaganda için yaygın biçimde kullanılmışlardır (Bektaş, 2002, s. 101).

Bu duruma bir örnek olarak faşist İtalya yönetiminin lideri Mussolini'nin gazetecilikle ilgili düşünceleri gösterilebilir. Mussolini 1 Ekim 1928 tarihli "Bir Vazife Olarak Gazetecilik" adlı nutkunda şöyle demektedir: "Totaliter bir rejimde basın, bu rejimin bir unsurudur ve bu rejimin hizmetinde bir kuvvettir. Bu sebeple

bütün İtalyan basını da faşisttir. Bu tartışılmaz gerçek, faşist gazetecilik faaliyeti bakımından bir direktif prensibi ortaya koymaktadır. Rejime zararlı olacak her şeyden kaçınılacaktır; rejime faydalı olan her şey yapılacaktır” (Dönmezer, 1968, s. 47-48).

Hitler de gazeteden propaganda aracı olarak sonuna kadar yararlanmaya çalışmıştır. Hitler’in propaganda Bakanı Dr. Joseph Goebbels tüm Alman Gazetelerine: “Okuyucu sizi yanı başında duran bir realite gibi algılamalıdır” mesajını vermiştir. Bu direktiften sonradır ki, gazeteler, insanların kan ter içinde kaldıkları, vücut vücuda oldukları kitle mitinglerinin atmosferini yansıtmaya başladılar (Akarcalı, 2003, s.118).

İlerleyen zamanla birlikte gazeteler artık siyasi gücü ya da ekonomik geliri paylaşma yarışında olan çevreler tarafından sahiplenilmiş ve sermayenin belli odaklarda toplanmaya başlanmasıyla küresel anlamda bir güç haline dönüşmüştür (Uluç, 2003, s.201). Günümüzde medya kuruluşlarının büyük şirketler tarafından satın alınması gazeteleri de büyük oranda etkilemiştir. Reklam gelirlerinin öncelik kazandığı bu ortamda, büyük şirketlerin elinde tekelleşen gazeteler eleştirme, araştırma ve denetleme özgürlüklerini kaybetmeye başlamışlar; şirket potronları ve onların bağlı olduğu siyasi güçlerin propaganda aracı olmuşlardır. Günümüzde gazetecilik tamamen sermayeye dayalı bir sistemle yönetilerek kitlelere propaganda ulaştırmaktadır.

1.2.5.1.2.2. Radyo

Gazeteden sonra ortaya çıkan önemli bir propaganda aracıdır. Gazeteye nazaran radyonun, olayları daha çobuk bir şekilde kitlelere ulaştırma özelliğine sahip olması, manyatik dalgalarla bölge ve ülke fark etmeksizin dünyanın birçok yerinde takip edilebilir olması radyonun insanlar üzerindeki etkisini arttırmıştır. Televizyonun henüz insanların gündelik hayatını bu kadar işgal etmediği, okuma-yazmanın bu denli yaygın olmadığı ve gazete basıp dağıtmanın da o kadar kolay olmadığı dönemlerde radyo, en etkili kitle iletişim aracıydı (Kuruoğlu, 2006, s.8).

Birinci Dünya Savaşı sırasında radyo henüz laboratuarda araştırma geliştirme safhasındaydı. Bundan dolayı tarihin o ana kadar gördüğü bu en büyük savaşta bu cihaz yoktu. Savaştan üç dört yıl sonra 1923 yılında ilk şirket İngiltere’de kuruldu (Özsoy, 1998, s.347). Böylece radyonun önemi tüm dünyadaki hükümetlerce hızlıca kavrandı. Radyo sınır ötesi propaganda faaliyetlerinin yürütülmesinde de özellikle

kullanılmıştır. Gazetenin bu noktadaki eksikliği radyo tarafından giderilmiş ve gazeteye oranla sınır ötesine çok daha hızlı ve etkin bir biçimde ulaşmıştır. Radyonun gazete karşısındaki bu avantajının yanı sıra ses unsurunu kullanabilmesi bir diğer avantajı olarak gözükmektedir. İnsan sesinin kanıtlamalara yazılı basında erişemediği bir yaşam, bir canlılık kazandırdığı radyoyu son derece güçlendirmiştir (Domenach, 2003, s.52).

Radyo vasıtası ile siyasi propaganda yapılabileceği konusunda ilk girişim radyonun icadına paralel gelişti. Nitekim 1923 yılında yapılan seçimlerde İngiliz İşçi Partisi radyoyu propaganda aracı olarak büyük bir ustalıkla kullandı ve önemli bir başarı da elde etti (Özsoy, 1998, s.348). Böylece kitleler propagandanın kitle iletişim araçları tarafından ne kadar etkin bir şekilde yapıldığını görmüş oldu. 1930'lu yıllarda ise Atlantik'in iki yakasında bulunan geniş dinleyici kitlesine seslenen radyo kullanımına tanık olundu. Amerika Birleşik Devletlerinde Başkan Franklin Roosevelt'in Amerikan halkına doğrudan yaptığı "ocak başı sohbetleri" Orson Welles'in 1938 yılında gerçekleştirdiği "Dünyalar Savaşı" isimli program, o yıllarda radyonun genel halk kitlesi üzerindeki etkisini anlayabilmek açısından en iyi örnekler olarak sayılabilir (Bektaş, 2002, s.107).

Avrupa'da ise radyo, Hitler tarafından çok daha değişik ve tehlikeli bir kullanım aracı haline getirildi. Radyo belli bir partiyi yalnız başına iktidara getiremez, fakat onun iktidarda kalma olanaklarını arttırmak için kamuyu sürekli etkilemeye çalışabilir, bunun en güzel örneği Alman Radyosu'nun, Naziler yönetimindeki propaganda etkinliklerinde görülmüştür (Bektaş, 2002, s.109). Hitler radyoyu sürekli ve geniş kitlelere yönelik kullanmış ve bunun sonucunda çok geniş bir halk desteğiyle iktidarı eline geçirmiştir. Bu dönemde her ne kadar tek başına radyo iktidar değişiminin sebebi olmamışsa da Hitler'in Alman siyasetini ve kitlelerin beklentisini iyi bilmesi ve beraberinde radyoyu kullanması bu süreçte çok etkili olmuştur. Hitler'in savaşın Almanya lehinde olduğu dönemlerde, "...radyo yayınları olmasa bu savaş kazanamazdık.." dediği bilinmektedir (Aziz, 2003, s.44).

İktidara geldikten sonra Hitler propagandanın ne kadar etkin olduğunu anlamış ve bakanlık düzeyinde propaganda çalışmalarını arttırarak devam etmiştir. Özellikle Joseph Gobbels'in Aydınlatma ve Propaganda Bakanlığı'nın başına getirilmesi Almanya'da propaganda faaliyetlerinin son derece hız kazanmasını sağlamıştır. Hitler

kitleler üzerinde radyonun güçlü etkisine inandığı için Avrupa'daki en ucuz radyo alıcısını üreterek piyasaya sürdü. Bu radyo alıcısının satın alınması için hükümet halka yoğun bir para yardımı yaptı. Burada amaç, Almanya'daki her eve bir radyo alıcısı yerleştirmektir (Akarcılı, 2003, s. 114-115). Bu örnek Hitler'in iktidarını devam ettirmek adına radyoyu nasıl bir propaganda aracı olarak kullanmaya çalıştığını göstermektedir.

Nazi partisi Almanya'da radyo ile birlikte mümkün olabildiğince fazla insana ulaşabilme niyetindeydi. Yapılan çalışmalarla olabildiğince fazla radyoyu ülke genelinde yaymaya çalışılmaktaydı. 1935 yılında Almanya'da satılan radyo sayısı 1 milyon 90 bin 314 iken; 1936 yılına gelindiğinde bu rakam 6 milyon 142 bin 921 adede ulaşmıştı (Özsoy, 1998, s. 348). Goebbels'in radyoyu kullanmasındaki ustalık, sadece ülke içiyle sınırlı değildi. İkinci Dünya Savaşı sırasında işgal edilen Avrupa ülkelerindeki radyo vericileri özel ekipler tarafından anında kullanılabilir hale getiriliyor ve bu sayede Avrupa'nın çok geniş bir kesimine Nazi propagandası yapılabiliyordu (Kuruoğlu, 2006, s. 23). Radyonun kullanılmaya başlaması hükümet propagandasının evrenselleşmesini kolaylaştırır. Radyoyu tam anlamıyla evrenselleştiren Almanya'dır. Nazi iktidarı "psikolojik savaş" kavramını yaratmış ve dış politikasında uygulamıştır (Mattelard, 2005, s. 62-63).

Savaş sadece silahlı askerlerle değil bir bakıma radyo vericileri yolu ile de yapılmıyordu. Düşman ülke halklarının moralini bozmak ve kendi halkının moralini yüksek tutabilmek o dönemki en etkin kitle iletişim aracı olan radyoya düşmüştü. İkinci Dünya Savaşı döneminde sözcüklerin kullanılabilirdiği tüm araçlar, propagandanın doğal silahı haline geliyordu. Goebbels Hitler'in "Kavgam" adlı eserinin bir cümlesinde bunu kısaca şu şekilde özetlemiştir: "Savaş zamanı sözcükler birer silahtır" (Kuruoğlu, 2006, s. 22). Hitler dönemi Almanyasın'dan sonra verilebilecek en güzel örnek ABD ile Sovyetler Birliği arasında yaşanan küba krizidir.

Küba Krizi, soğuk savaşın iki süper gücü A.B.D ve Sovyetler Birliği arasında yaşanan ve tüm dünyayı nükleer savaşın eşiğine getirmesi nedeniyle de en önemli krizlerden biridir. İki süper güç arasında yaşanan gerginliğin tırmandığı olaylar sırasında, dünya nefesini tuttu ve iki süper gücün ağzından çıkacak sözcüklere kilitlendi. Kriz böylesi bir ortam yaratmasının yanı sıra, aynı zamanda uluslar arası radyo yayıncılığı tarihinde çok büyük bir önem taşır. Öyle çok önem taşır ki krizden sonra olayın

kahramanları sadece iki süper gücün lideri değil, neredeyse VOA ve Moskova Radyosu da olmuştur (Kuruoğlu, 2006, s.73).

Radyonun gücünü kavrayan yönetimler ABD dışında hemen hemen bir çok ülkede radyonun devlet aracılığı ile kurulması ve işletilmesi yoluna gidilmiştir (Bektaş, 2000, s.141). Televizyonun ortaya çıkmasıyla radyoya olan ilgi azalmıştır.

1.2.5.1.2.3. Televizyon

20. yüzyılda radyonun yanı sıra televizyonun da kitle iletişim araçlarına katılması bilgi akışını derinden etkilemiştir (Tokgöz, 1994, s.297). Radyo ve diğer kitle iletişim araçlarının en büyük eksikliği olan, sesin ve görüntünün aynı anda taşınabilmesi özelliğini bünyesinde bulunduran televizyon, toplumlar için büyük bir icat olmuştur. Televizyon ülkede ve dünyada olup bitenlere ilişkin bilgileri sağlayarak demokrasiyi geliştirir ve radyo ile basının yapamayacağı şekilde gerçeği anında göstererek (canlı yayın) olayın gelişimini de izleyiciye aktarır ilgi uyandırabilir. Bununla birlikte genellikle görülen odur ki, gerçeklerden saptırılmış ve ilgiyi dağıtıcı nitelikte bilgi sağlaması nedeniyle, televizyon kamunun sağlıklı bir şekilde bilgilenmesine gereken biçimde hizmet etmemektedir. Bilgi akışı tek yönlü olduğu için de bilgi yetersiz kalmakta ve bolluk içinde uyuşturuculukla kamunun demokratik katılımı engellenmektedir (Bektaş, 2000, s.138). Bütün iletişim araçları içerisinde en yüksek erişim ve ikna gücüne sahip olması nedeniyle politik söylem için televizyon önemli bir araç olarak görülmektedir. Bu nedenle televizyon özellikle batı ülkelerinde ve son yıllarda Türkiye’de de siyasal kampanyaların temel silahlarından biri haline gelmiştir (Turam, 1994, s.202). Toplum tarafından özellikle eğlence aracı olarak görülen televizyonun propagandacıların işini kolaylaştıran bir diğer özelliği de aslında budur. İnsanların eğlence olarak gördükleri bir ileti alırken propagandacılar büyük bir ustalıkla iletmek istedikleri mesajları televizyon yayınlarında araya sıkıştırarak kitle üzerinde etkili olabilmektedirler (Schiller, 2005, s.125). Her eve hızla ulaşabilmesi açısından televizyon propagandacılar için vazgeçilmez bir araç halini almış ve bu doğrultuda televizyona uygun kampanyalar düzenlenmeye başlamıştır. Televizyonun kamuoyu oluşturmadaki etkileri üzerine yapılan çeşitli incelemeler, onun gelişimini ve kişilerin kanaat, tutum ve düşüncelerini etkilemedeki rolünü toplumsal, siyasal ve kültürel bağlamlarda ele almışlardır (Bektaş, 2002, s.112).

Bu noktada dünya üzerindeki en etkili ülke bugün Amerika olarak gözükmektedir. Dünya siyasetinin günümüzde geldiği nokta göz önüne alındığında bu durum su götürmez bir gerçek olarak karşımızda durmaktadır (Schiller, 2005, s.71).

Televizyonun etki gücü o kadar yüksektir ki bazen şanslı görülen bir adayın, televizyon tartışması sonucu seçimi kaybettiği dahi görülmüştür. Örneğin 1960 Amerikan Başkanlık seçimlerinde Nixon-Kenedy arasındaki televizyon tartışması seçimin gidişatını etkilemiştir. 26 Eylül 1960 tarihinde düzenlenen televizyon tartışması sırasında Nixon'un aksayan ayağı (iki hafta önce dizinden yaralandığı için), dekorla yanı renk kıyafet giymesi, sakal tıraşı olmaması, yorgun ve sinirli görünmesi, buna karşılık Demokrat aday Kennedy'in dekorla tam bir uyum içinde görünmesi, yüzünün tıraşlı olması, gazetecilerin sorularına uygun cevap vermesi, Nixon'a önem vermiyormuşçasına kameranın içine bakarak konuşması ve sıcak tavırları onun kitle tarafından benimsenmesini sağlamıştır. Ekim tarihlerinde üç televizyon programı daha yapılmıştır. Bu tartışmaları yüz yirmi milyon kadar kişi seyretmiş ve sonunda Kennedy, seçimleri sadece 112.000 oy farkıyla kazanabilmiştir (Turam, 1994, s.209).

Ülkemizde yayınlanan bazı Amerikan dizilerinin bilinirliği, bu düşünceyi doğrulamaktadır. 70'li yıllarda Dallas, 80'lerde Komiser Kolombo, 90'lı yıllarda ise Yalan Rüzgârı Amerikan yaşam stilini, değer yargıları ve kültürünü geliştirmekte olan ülkelere ulaştırmayı başarmıştır. Özellikle Amerikan TV dizisi Dallas, 1980'lerde kültürel emperyalizmin basyapıtı haline gelmişti. Türkiye'den Avustralya'ya, Hong Kong'dan Büyük Britanya'ya kadar doksandan fazla ülkede dizi başlarken sokaklar boşalıyor, su tüketiminde büyük bir düşme görülüyordu (Tomlinson, 1999, s.75). Yapılan bir araştırmaya göre ise Türkiye'de dış kaynaklı yapımların bütün yapımlara oranı %84 iken; bu rakamlar batı ülkelerinde tam tersidir. Amerika Birleşik Devletleri'nin kullandığı dış kaynaklı yapımların süresi bütün yapımlarının %2'si kadardır (Özsoy, 1998, s. 376). Televizyon geçmişten verilen bu örneklerin yanı sıra günümüzde de etkili bir propaganda aracı olarak işlevini devam ettirmektedir.

1.2.5.1.2.4. Sinema

19. yüzyılın sonlarına doğru hayatımıza giren sinema 20. yüzyılın başlamasıyla birlikte gelişim göstermiş ve televizyonun olmadığı dönemde görsel olarak insanları etkileyen en önemli araç unsur olarak görev yapmıştır. Özellikle 1930'lu yıllardan sonra sesin sinemada kullanılmaya başlamasıyla birlikte gücüne güç katmıştır (Betton,

1993, s. 34). Görüntü ve sesin birleştiği bir medya olarak sinemanın tüm dünyada yaygınlaşmasıyla birlikte kullanım amaçları da çeşitlenmiştir. Sinema genellikle duygu ve bilinçaltı âlemine seslenmek suretiyle etkisini gösterir. Böylece kişilerin tutumlarını, kanılarını etkilemekle yetinmeyip değerlerin kökleşmesine de yardım eder (Bektaş, 2000, s.141).

Sinemanın propaganda aracı olarak kullanıldığını gösteren en güzel örnek Potemkin Zırhlısı adlı filmidir. 1925 yılında Sovyetler Birliğinde yapılmış sessiz bir film olan Potemkin Zırhlısı filmi çarlık rejimi altında ezilen insanları sempatik gösterirken rejimin katıgına ve caniliğine vurgu yapmıştır. Bu şekilde yönetmen Sergei Eisenstein, filmi izleyen kitlelerin kafasında çarlık rejimi hakkında olumsuz bir bakış açısı geliştirmeyi hedeflemiştir. Potemkin Zırhlısı filmi devrim propagandası filmi olarak çekilmiştir.

Küreselleşme sürecinin etkisiyle birlikte sinema filmleriyle artık kültürel değerler aktarılmaya başlanmış ve özellikle 1990 sonrasında sinema etkin bir şekilde kültürel aktarım aracı olarak kullanılmıştır. Özellikle güncel filmler propagandaya son derece elverişlidirler. Bu filmler, vatanseverlik duygularını ateşleme, ulusal dayanışmayı kuvvetlendirme, gereksiz iyimserliği giderme, herhangi bir reformun yapılmasını veya yapılmamasını sağlama, iktidardaki partinin etkinliklerini övme gibi maksatlarla çevrilirler (Aba'dan akt. Bektaş, 2000, s.141).

1.2.5.1.2.5. Afiş

Afiş özellikle seçim dönemlerinde kullanılan en eski propaganda araçlarından bir tanesidir. Afiş sanatı ilk defa Mezopotamya da ardından da Yunanistan'da kullanılmaya başlamış ve günümüze gelişerek gelmiştir (Topuz, 1991, s. 160).

Afiş, fikir düzeyi düşük olan geniş halk kitlelerinin anlaması için kolay ve anlaşılır sadelikte hazırlanmalıdır. Adayın mesajını vermek, kitle de duygusal bir bağ yaratmak için kullanılan çoğunluklarda kampanyanın özünü anlatan bir araçtır. Çarpıcı dört beş sözcükten ve bir bakışın birleşmesinden oluşur. Duvarlara, direklere, köprülere, ağaçlara, panolara, araçlara aklın alabileceği ve toplumun görebileceği her yere yapıştırılır (Domenach, 2003, s. 86). Afiş sanatçısı Seignac afiş için: “iyi bir afiş duvarı deler, tıpkı bir aktörün ekranı delmesi” demektedir. (Topuz, 1991, s. 159).

Afişlerin propaganda amaçlı olarak ilk kullanımı Birinci Dünya Savaşı dönemine denk gelmektedir. 1914 yılında İngiltere’de Savaş Bakanı Lord Kitchener orduya asker toplayabilmek amacıyla “Ülkenin Sana İhtiyacı Var” sloganıyla afişler bastırarak halk üzerinde propaganda uygulamıştır. Afişteki kompozisyon, Lord Kitchener’in görünmeyen bir yüze doğrudan seslenmesi, kaçılması mümkün olmayan gözleri ve izleyiciye yönelen işaret parmağı birey ve devlet arasında birden bire güçlenen bağa işaret etmektedir (Clark, 1997, s.140-141).

Daha sonra bu afiş formatı 1917 yılında Amerika Birleşik Devletleri Ordusu için “Sam Amca” figürü kullanılarak düzenlendi. Aynı yılda “Zafer İçin Yardım Et! Zafer Harcına Bağış Yap” adlı Alman afişi tasarlandı. İkinci Dünya Savaşı’na gelindiğinde ise Almanya, İtalya ve Sovyetler Birliği afişleri etkin bir biçimde propaganda amaçlı kullanmıştır. Görünüşte basit olan bu reklâm şekli genellikle bilinenden daha etkili bir yere sahiptir. Radyo kapatılabilir, politik mitinglere ve sinemaya gidilmeyebilir fakat herhangi bir kişinin belli bir zamanda sokakta yürürken bir afişten kaçması pek mümkün değildir. Nazi Almanyasında sinemayla uyum içinde olan afişler, görsel bir propaganda aracı olarak ortaya çıkmıştır. Goebbels’in propagandacıları afişlerde görsel etkinin son derece güçlü olduğunu, mesajın anlaşılır olması halinde ve insanların bu mesajları sık sık görmeleri durumunda bir resmi ve sloganı unutmadıklarını fark ettiler. Hitler’in portresinin bulunduğu afişler şehirlerin her noktasına yerleştirilmiş ve insanların bu afişleri görmeme şansı ortadan kaldırılmıştır. Aniden sokakta, karşıdaki duvarda asılı duran ince, uzun çeneli, dimdik, azimli kendisini Almanya’yı “Kızıl Terör” ve “Yahudi Mikrobu”na karşı savunmaya hazırlanan bir Hitler afişiyle karşılaşmak mümkündür (Akarcalı, 2003, s. 109-110).

Sovyetler Birliğinde İkinci Dünya Savaşı döneminde propagandanın amacı halka Rusya’nın mutlaka galip geleceğine inandırmaktı. Bu nedenle afişler sıklıkla Nazi liderlerini ve özellikle de Goebbels’i karikatürize ediyordu. Moskova’da 200 kadar sanatçı yalnızca bu tasarımlar için çalıştı ve ortaya çıkan afişler savaş süresince her fabrikaya, çiftliğe, enstitüye, hastaneye, ordu birimlerine ve gemilere dağıtıldı (Akarcalı, 2003, s. 213).

Genellikle savaş dönemlerinde propaganda amaçlı kullanılan afişlerde ön plana çıkan simge düşmanların aşağılanması ve kötü karakterler olarak gösterilmesidir. Afişlerde düşmanın bu şekilde canavarlaştırılması savaşan ulusların sıkça başvurduğu bir

yöntemdir. Her iki dünya savaşında da sayısız afişte düşman yontulmamış İngiliz Tomi, Barbar Rus kadınlara tecavüz ve tehdit ederken resmedilmiştir (Clark, 1997, s. 153).

1.2.5.1.2.6. İnternet

İnternet, birden fazla haberleşme ağının, birlikte meydana getirdikleri bir iletişim ortamıdır. Bu bilgi iletişim sisteminde, kablo ve uydu kullanılarak, hem yazılar hem de görüntüler karşılıklı olarak iletilmektedir. İnternet ilk olarak Amerika Birleşik Devletleri'nde askeri amaçlı bir proje olarak 1969 yılında geliştirilmiş, 1990 yılında internet adını alarak, en gelişkin sivil ağ tanımlamasıyla kullanıma sunulmuştur (Uluç 2003, s. 21).

1990'ların başından itibaren bütün dünyada internet hızla yayılma gösterdi. Sonraki yıllarda yayılma hızını daha da artıran internet, bütün dünyayı adeta bir ağ şeklinde sarmaya başladı. İnternete ulaşmanın kolaylığı bu kurumu muhtemelen şimdiye kadar yaratılmış en önemli yanlış yönlendirme potansiyeline sahip araç konumuna sokmuştur. Açıkçası internet dünyada webe ulaşabilenlerin oranının ancak toplam nüfusun %5 inden az olmasına karşın, tüm propagandacılar bilgi ulaştırma konusunda eşsiz bir olanak sağlamaktadır. Bu kanalla ulaştırılan bilginin doğruluğu, olası zararı gibi konularda fazla endişe duyulmamakta ve internet algılama sürecini yönlendirme, algıları biçimlendirme ve propagandacının arzulan amacını geliştirecek cevapların alınması alanlarında gerçekleştirilen bilinçli ve sistemli girişimlerde bulunmak için en ideal araç olmaktadır (Bektaş, 2002, s.122).

1.2.6. Propagandanın Savaşta Kullanılması

1.2.6.1. Askeri ve Silahlı Propaganda

Askeri – Silahlı propaganda iki şekilde uygulanır. Birincisi devlet ve orduyu direkt olarak yöneten askeri propagandadır ve tüm askeri uygulamaları içine alır. İkincisi ise terör örgütlerinin, milliyetçi oluşumların ve grupların eliyle yapılan propagandadır.

Askeri (savaş) propaganda haberin kaynağının belirli olmaması, tamamen iftiraya ve yalana dayalı bilgi akışının olması, gizliliğin ön planda tutulması gibi özellikler içerir. Bu özelliklere bakıldığında savaş propagandasında kara propaganda tekniğinin uygulandığı görülmektedir. Bu propaganda devlet tarafından uygulanır. Tamamen

savaş kazanmaya yönelik uygulanan bir propagandadır. Savaş propagandası, böylesi bir hali oluşturmak maksadıyla genel de bir takım yöntemlere kaçınılmaz olarak başvurmak zorundadır: Örneğin kendi saflarında savaş süresince oluşabilecek tüm olumsuz şartları, tahrip edici boyutlara ulaşmadan sürekli bir psikolojik saldırı yöntemini uygulamak suretiyle düşman safına doğru yönlendirmeye çalışacaktır. Yine; her insan savaşın kötü olduğunu ve sonuçları açısından da hiç kimseye bir fayda getirmeyeceğini bilir. Bu kabullenmişlik halini ise propagandacı, kullanacağı rivayetler ve yaygınlaştıracığı korkunç ve dehşet içeren haberlerin kolayca yeşermesini sağlayacak bir zemin olarak kabul edecektir. Özellikle zor durumda kalan bir insanın, kendisine sürekli olarak doğruyu söylediğini telkin eden bir kişiye inanması durumunda olduğu gibi, savaş sırasında da kendisini yalnız ve savunmasız hisseden askerler de komutanların ağzından çıkacak olan her söze yahut etrafta dolayan her türlü dedikoduya teslim olup inanmaktan başka bir yol bulamayacaklardır. Bu sebepten dolayı tarihteki birçok savaşta askeri propaganda uygulamaları mevcuttur. Bu konuyla ilgili en güzel örneklerden biri; 2. Dünya savaşında Almanyayla itilaf devletleri arasında geçen askeri propaganda savaşıdır. Almanya itilaf devletleri için, Afrika ve Asya da bulundurdukları sömürgelerden seçilmiş, vahşi insanlardan oluşan, birlikler oluşturduklarını söylemiş ve bu birliklerin barbarca savaştıklarını dünyaya yaymaya çalışmıştır. İtilaf devletleri ise; Almanları dünyaya, cesetlerden dev kazanlar yardımıyla, sabun üreten, çosukları ve din adamlarını öldüren, esirlere işkence eden bir ülke olarak tanıtmaya çalışmıştır. İki tarafta uyguladıkları bu propaganlarla dünya kamuoyundan destek almayı hedeflemişlerdir. Ayrıca düşman askeri birliklerini etki altında bırakmaya çalışmışlardır (Brown, 2000, s. 75–76).

Askeri propagandanın çarpıcı bir uygulamasını, I. Körfez Savaşı sırasında Amerikan askerlerinin Iraklı askerlere dönük geliştirdiği askeri propaganda örneğinde görmekteyiz: Körfez savaşı boyunca Kuveyt sınırına yakın birçok noktada konuşlanmış olan Amerikan askerleri, dev kolonlar yardımıyla Irak'lı askerlere yoğun bir propagandada bulunmuşlardı. Bir yandan kolonlardan heavy metal parçalar çalınmakta, diğer taraftan sürekli olarak Irak'lı askerlerin teslim olmaları, teslim oldukları takdirde elde edecekleri maddi imkân ve huzur ortamı konusunda garantide oldukları söylenmekteydi. Savaş sonlarına doğru, bu yönde yürütülen askeri propagandanın pek çok noktada başarıya ulaştığına tanık olmaktayız (Özsoy, 1998, s. 104).

İkinci madde olan terör yoluyla uygulanan askeri propaganda, terör örgütlerinin, varlığını ispat etmek ve dikkatleri üzerlerine çekmek amacıyla kullandığı bir propaganda çeşitidir. Günümüzde dünyanın birçok yerinde ve özellikle Orta Doğuda sıkça uygulanmaya başlanmış bir propaganda uygulamasıdır. Bu süreçte terör örgütlerinin uyguladığı propaganda da medya etkin bir rol oynamaktadır. Varlığını bulunduğu bölgede topluma ve iktidara hissettirmek isteyen bu örgütler uyguladıkları eylem ve şiddet girişimleriyle medyanın ilgi odağı haline gelmektedirler ve medya çoğu zaman farkında olmadan, bu propagandanın, topluma yansıtıcı rolünü oynamaktadır (Brown, 1992, s. 37-44).

1.2.6. 2. Propaganda Kuramları

1.2.6.2.1. Yalınlık Ve Tek Düşman Kuramı

Propagandacının elinde bütün formülleri içeren bir kitap vardır. Manifestolar, inanç bildirileri, programlar, öğretici eserler. Bunlar genellikle olumlu bir biçimde bir takım önermeleri kısa ve açık bir metinle dile getirmeye yöneliktir. Propaganda da amaç kamuoyunu belirli bir düşünce etrafında toplamak olduğuna göre dayanılacak ve sunulacak tez kısa ve çekici olmalıdır. Bu nedenle propaganda, tüm alanlarda her şeyden önce sadeliği sağlamaya çalışır (Özsoy, 1998, s. 38).

Toplum net olan kişilerden ve bilgilerden daha çok etkilenir. Toplum yönetiminde yalın bir şekilde ortada, iktidarda olan kişi toplumu yönlendirme gücünü daha kolay bir şekilde elinde bulundurur. Kısa, çekici ve anlaşılır olan kişinin anlattıkları toplum tarafından kolay kabul görür. Bu durum düşman göstermek amacıyla kullanılır. Belirsiz, karanlıkta kalmış bir düşman yerine, ortada olan, yani; bu kişi, bu parti ya da bu ulus denilebilecek düşmanlar yaratmak, toplumun durumu daha çabuk kabul etmesini sağlar. Bu propagandaya tek düşman kuramı denilmektedir ve toplum gözünde düşman oluşturmada uygulanan bir kuramdır (Domenach, 2003, s. 55-60).

1.2.6.2.2. Büyütme Ve Bozma Kuramı

Hitler büyütme ve bozma kuramını Kavgam adlı kitabında “ Her türlü propaganda, düşünce düzeyini seslendiği kişilerin en kalın kafalıının anlama yeteneğine göre ayarlanmalıdır. Düşünce düzeyi ne kadar aşağı olursa ikna edeceği insan kitlesi o kadar geniş olur” şeklinde anlatır. Hitler’in konuşmalarında ağır ifadeler kullanması

ve hakaret içeren konuşmalar yapmasının bundan kaynaklandığı söylenir (Özsoy, 1998, s. 159).

Bu propaganda da iletilecek mesajların anlaşılabilirliği çok önemlidir. Hiç eğitim almamış kişilerin dahi anlayabileceği bir yalınlıkta uygulanması gereken bir kuramdır. Kuramın içeriği iletilmesi gereken mesajların şişirilmesi ve abartılmasıdır. Bozama kuramı ise mesajın içeriğinin değiştirilerek, mesajın aktarılacak istenene uygun bir şekilde sokulmasıdır (Domenach, 2003, s. 60-61).

1601 sonbaharında Kanije'de Avusturya Arşidükü Ferdinand tarafından kuşatılan Tiryaki Hasan Paşa burada psikolojik savaş yöntemlerini en iyi şekilde kullanmasını bilmiş ve az sayıda kuvvet ile Avusturya ordusunu mağlup etmeyi başarmıştır. Hasan Paşa bu kuşatma sırasında askerlerin moralini sürekli zirvede tutmuş ve Veziriazam Yemişçi Hasan Paşa'nın yardıma gelmekte olduğunu büyüterek propaganda etmiş diğer taraftan Avusturyalıların kaledeki gerçek durumu öğrenmelerini çeşitli planlarla önlemiş ve 500 kişi ile baskın yaparak 60 bin kişilik Avusturya ordusunu perişan etmiştir (<http://www.dunyabulteni.net/>, 13/12/2012).

1.2.6.2.3. Birlik ve Bulaşma Kuramı

Propagandanın amacı belirli yöndeki etkileri güçlendirmek ve toplumun önemli kesiminin de o görüşü desteklediği inancını oluşturarak savunduğu görüşü daha etkin hale getirmektedir. Aldatıcı bir birlik görünüşü yaratmak için propagandanın ve propagandacıların elinde çok değişik kaynaklar vardır: Örneğin; bayraklar, sancaklar, amblemler, semboller, yazılar, döviz ve pankartlar. En yaygın buluşma yolu ise şüphesiz kitle gösterileri ve miting ya da yürüyüşlerdir. Simgelerin büyüklüğü hatırlatmaktan ziyade güç seslenişleri ve bunalım hatırlatmalarıdır. Propaganda, bunalımı hatırlatmak için yardımcı öğeler arar. Simgeler, şarkılar ya da sloganlar gibi (Özsoy, 1998, s. 156).

Sağlık, dostluk ve sevinç imgeleri bütün toplumlar için propagandanın ortak paydasıdır. Kültür Endüstrisinin kapsadığı birçok araç, propaganda vasıtası ile toplumu istenilen noktaya yönlendirir. Sanat dalları, okullar, ibadethaneler... Propaganda ile toplumda birlik oluşturmaya uygun oluşumlardır. Bir filmin ya da tiyatronun içeriği, eğitim sistemindeki temel yaklaşımlar ya da sözü dikkate alınan bir din adamının vaazları, toplumu belirlenen noktaya doğru sürükler. Bu kişiler,

birleştirici etki yaratan “kılavuz kişiler” dir. Bu kişiler, halk tarafından sevilen ve görüşlerine, anlatılarına saygı duyulan kişilerdir. Kılavuz kişilere; sanatçılar, yazarlar, din adamları, ünlü sporcular ve bilginler örnek olarak gösterilebilir. Aydınların toplum üzerindeki etkisi, propagandayı güçlendirir ve kolaylaştırır. Böylelikle propaganda kendisine güvence sağlar. Birlik duygusu aynı zamanda bir güçlülük kanıtılamasıdır. Farklı düşüncede olan grubun azınlıkta olduğunu ve kuvvetli olan tarafın yandaşlarının her yerde olduğunu vurgulamak propagandanın temel kurallarından biridir. Daha önce belirtilen birlik kuralının öğeleri propaganda için vazgeçilmez bir güç iklimidir. En güçlü olduğunu göstermek bu öğelerle söz konusudur. Bulaşma kuralı da birlik kuralındaki gibi bir bireyin düşüncesinin toplumun genel düşüncesi olarak yansıtılması bağlamında yine bu düşüncenin diğer insanlara bulaştırılması ve yayılmasını içerir (Domenach, 2003, s. 75-79).

Psikolojik savaş propagandası, kişinin günlük hayatında düşünce ve eylemde tembelliğe yatkınlılığını, kısa zaman da az emekle çok iş elde etmek eğilimini, az düşünce ile kesin hükümlere ulaşmak eğilimini hesaba katarak, basit biçim ve renkli içerikleri seçer. Bir propaganda ne kadar basitse o kadar etkilidir. Bir konuda ayrıntılara inilmesi ve bunların sorgulanması üzerinde düşünülerek samimiyet derecesinin ortaya çıkarılması psikolojik savaş propagandasını tehlikeye sokar. Bu nedenle ayrıntı olmaksızın propaganda yapılmalıdır (Özsoy, 1998, s. 157).

1.2.6.2.4. Düzenleme Kuramı

İyi bir propagandanın ilk koşulu belli başlı olguları bıkip usanmadan tekrarlamaktır. Propagandanın etkinliği, az sayıda düşünceyle sınırlanmasına ve bunların bıkip usanmadan tekrarlanmasına bağlıdır. Ana tema değişik biçimlerde sunulmalıdır. Kitleler en basit fikirleri bile ancak bunlar kendisine yüzlerce kere tekrarlandıktan sonra hatırlar. Yapılan değişiklikler yayılması istenen öğretinin temelinde hiçbir zaman dokunmamalı yalnızca biçimde kalmalıdır. Bu durum doktor hasta ilişkisi gibidir. Doktor bir taraftan hastanın yiyeceği ve içeceği şeylerin listesini yaparken öbür yandan da yabancı ve zararlı şeylerin vücuduna girmesini önlemeye yönelik tavsiyelerde bulunur. Propaganda da durum aynıdır. Halkın inançlarının zayıfladığını hisseden propagandacı, doktor gibi bazı fikirleri ona sürekli dinletir veya tekrarlatır. Münasip görmediği fikirlerin de işitilmesine ve söylenmesine engel olur. Bu tekrarlar

devam ettikçe halkın görüşleri ve inançları bu fikirlerle beslenir. Bu fikirler zamanla halkın bir parçası haline gelir (Oskay, 1992, s. 74).

Yoğunlaştırma propagandada taktiğin en önemli unsurlarından birisidir. Nitekim Almanya'nın II. Dünya Savaşı yıllarındaki propaganda bakanı Gobbels, "Katolik kilisenin durmasına sebep, iki bin yıldan beri aynı şeyi tekrar etmiş olmasıdır" demiştir (Özsoy, 1998, s.161).

Basın bu tekrarlama yöntemini çok uygulamaktadır. Birkaç gazete veya gazeteci birleşerek aralarında iş bölümü yaparlar ve yıpratılacak veya harcanacak bir lider veya herhangi birini sütunlarından indirmezler, benzer iddiaları defalarca tekrarlar ve bunu bir müddet gündemde tutmaya çalışırlar ve çoğu kez bundan netice de elde ederler. Ama burada asıl olan konunun tekrar tekrar gündeme getirilmesidir. Mesela Hitler'in şu sözünü hatırlayalım "Mümkün olduğu kadar büyük bir yalan söyle, bu yalanı sık sık tekrarla, halkın büyük bir kısmının sana inandığını göreceksin." (Hitler, 2002, s.112).

1.2.6.2.5. Aşılama Kuramı

Tıp bilminde, herhangi bir hastalığa ait zayıf mikroplarının, vücuda zerk edilmesi o hastalığa karşı bünyede bağışıklığa sebep olmaktadır. Ayrıca herhangi bir enfeksiyon sonucunda vücudu daha dirençli kılmaktadır. Aşılama, terim olarak "Bir hastalığın daha sonraki bir zamana ertelenmesi ya da hazırlanılması için yapılan küçük dozda enjeksiyon"dur. İnsan vücudundaki antikorlar aşı yoluyla verilen bu zayıf mikroplarla savaşıyorlar gelebilecek diğer bir saldırıya karşı direnç oluşturur (Bir, 2005). McGuire ve Papageorgis tarafından geliştirilen bu kuram, adından da anlaşılacağı gibi tıbbi bir benzeşime dayanmaktadır. McGuire ve Papageorgis'e göre birçok insan, fazlaca bağlı olmadığı birçok inanca sahiptir ve bu inançların yönlendirilmesi, kişiler tarafından tam olarak tanımlanmadıkları için kolay olmaktadır.

1950'lerde Kore'de esir düşen Amerikan askerlerine uygulanan beyin yıkama tekniklerinin etkinliğini gözleyen McGuire, insanları propaganda amaçlı iknaya karşı dirençli kılma yollarını araştırmıştır. McGuire, propaganda amaçlı mesajlara yönelik olarak iki savunma biçiminden söz etmektedir. Bu savunma biçimleri, kişinin önceki görüşlerinin yeni argümanlarla desteklenmesine dayalı destekleyici savunma ve kişiye, karşı görüşün kolayca başa çıkılabilecek ölçü ve nitelikteki argümanlarının

verilmesine dayalı aşılama yoluyla savunmadır. Burada propagandaya hedef bireyleri, aykırı görüşlere karşı aşılamanın mümkün olduğu inancıyla, tıptaki aşı yapma yöntemi, psiko-sosyal alana aktarılmıştır (Bilgin, 2000, s. 35).

McGuire'a göre etkili bir savunmanın iki önemli bileşeni vardır:

1. Tehdit Bileşeni: Bir inancın savunmasız ve korumasız olması konusunda bir farkındalık yaratan ve inancı destekleyen kanıtlar bulma eğilimini besleyen unsurdur. Kişi, gönderilen mesajı bir tehdit olarak atfeder ve kendi inancı için destekleyici kanıt ve argümanlar geliştirir.

2. Bilgi Bileşeni: Güven verici bileşen olarak da bilinmektedir. Mevcut inancı desteklemek için gerek duyulan kanıtları sağlayan bileşendir. Bu durumda birey herhangi bir saldırı olmadan mevcut görüşüne destekleyici argüman ve kanıtlar geliştirir. Sonuç itibarıyla kişinin sahip olduğu inanç daha da kuvvetlenir. McGuire'in Aşılama Kuramı ile ilgili çalışmalarının dört temel sonucu aşağıdaki gibidir (Bir, 2005).

1. İnsanlar, geçersiz olduğu ispatlanmış olan eski iletileri, yeni iletilere oranla daha kolay reddederler.

2. Bazı durumlarda insanlar, sahip oldukları değerler saldırıya uğradığında geçici bir süre için bu karşıt görüşü onaylayabilirler.

3. Bazen, çeşitli şekillerde desteklenmiş materyaller, daha sonra yapılacak propaganda çalışmalarına zemin hazırlayacak ve sonradan gelecek çalışmaların etkisini artırabilmektedir.

4. Bir insanın inançlarına yapılacak saldırı konusunda onu uyarmak onun daha sonra gelecek bir propaganda çalışmasına karşı daha güçlü şekilde direnç göstermesini sağlar.

Özetle aşılama kuramı bir görüşe karşı direnç sağlayıp diğer tarafı güçlendirmeye yönelik bir model önerirken aslında genel olarak yapılan tüm propaganda faaliyetlerine karşı bir direnç oluşturmayı da hedeflemektedir (Eken, 2011).

Bir propagandanın etkinliği, hitap edilen kitlenin eğitim seviyesi ve konuya karşı başlangıç tutumu gibi bireyin mesaj alma özelliklerine de bağlıdır. Bu faktörler aynı

zamanda bireyin görüşünden farklı bir görüşe sahip olan grup içinde ittifakın olup olmadığı gibi durumsal özellikleri de içerir. (Megep, 2007, s.20) Diğer taraftan, propagandanın ikna etme gücünü etkileyen önemli bir etken de hedefin görüşünden ne kadar farklı bir görüş ileri sürdüğüdür. Propagandanın iddiası ile hedefin tutumu arasındaki fark ne kadar büyükse, ortaya çıkan tutarsızlık da o kadar büyük olacaktır. Bu durum ise propagandanın etkisini oldukça azaltacaktır (<http://www.slideshare.net>, 02/01/2013).

Propagandanın duygusal ya da mantısal oluşu propagandanın etkinliği açısından önem taşımaktadır. Aslında tek başına sadece duygusal ya da mantısal propaganda fazla görülen bir durum değildir. Genelde ikisi bir arada görülmektedir. O nedenle burada önemli olan, propagandanın hedefe ne kadar yakın olduğu ve onu ne kadar ilgilendirdiğidir. Kişiler ancak kendilerini ilgilendiren konularda duygusal olabilirler.

Sonuç olarak, önemli olan nokta, propagandacının kendi söylediği şeyin doğruluğuna hedefini ikna etmesidir. Bir anlamda etkin bir propaganda kitleyi, propagandacının kitleden yapmasını istediği şeyi yapmak konusunda istekli hale getirir. (Megep, 2007, s. 20)

2. HABER

2.1. Haberin Tanımı

“Haber nedir ?” sorusuna somut bir cevap vermek olası değildir. Bunun sebebi haberin tanımlamasını yaparken herkesin haberin farklı unsurlarını ele alarak tanımlamayı yapmasıdır. Yani herkes habere farklı açılardan yaklaşmaktadır. Haber kuşkusuz sosyal bir olaydır. Haber, Arapça bir sözcüktür. Mustafa Nihat Özön, Osmanlıca-Türkçe sözlüğünde haberi “bir olayda bulunmayanlara onun hakkında verilen bilgidir” diye tanımlanmaktadır (Bülbül, 2001, s. 75).

Hermann Schlapp, kitabında haberin tanımını şöyle yapmaktadır: “güncel ve ilginç bir olayın olduğunca nesnel ve gerçeğe uygun bir biçimde sunulmasıdır” (Schlapp, 2002, s.17). Schlapp’ın tanımında gerçeklik ve nesnellik ön planda tutulmuştur. Suat Gezgin ise “toplumda çok sayıda kişiyi ilgilendiren, etkileyen, doğruluğundan kuşku duyulmayan herhangi bir olayın, düşünce ya da görüşün halkın anlayabileceği biçimde ve tam zamanında verilebilmesidir” (Gezgin, 1998, s. 34). diyerek zamanlılık unsurunu ön plana çıkarmıştır.

Atilla Girgin haberi “olay” olarak tanımlar ve olayı her açıdan ele almak gerektiğini, olayın içinde eylemin yanı sıra söylemin de bulunabileceğini belirtir (Girgin, 2002, s.3).

Murat Zeytinli haberi “gazeteciliği meslek edinmiş kişilerin, haber konusu olarak seçtikleri konularda topladıkları ve kuralına göre formatladıkları; yine gazeteciliği meslek edinmiş kitle iletişim araçlarının sorumluları tarafından seçilerek yazılı, sesli ya da görüntülü mesajlar şeklinde okuyucu, dinleyici ya da izleyiciye ulaştırılan bilgilerdir” (Zeytinli, 1998, s.18). Şeklinde tanımlamıştır.

“İngilizce’ deki *North* (Kuzey), *East* (Doğu), *West* (Batı) ve *South* (Güney) kelimelerinin baş harflerinden meydana geldiği bilinen haber (news) “her yönde meydana gelen olaylar” olarak da tanımlanmaktadır. Birkaç farklı tanım daha yapacak olursak; acele kaleme alınmış edebiyattır. Bir olayın raporudur. Belirli bir alanda

edinilmiş bilgidir. Bir olgu üzerine edinilen bilgidir. Gazeteciler tarafından üretilendir. İnsanların bilmek istediği her şey haberdır” (Girgin, 2002, s. 4).

Atilla Girgin’ in bu açıklamalarının aksine Postman haberin farklı bir yaklaşım katmaktadır. Postman günümüz haberlerini propaganda aracı olarak nitelendirmekte ve etik değerlerden uzak, medya baronlarının ticari kaygıları doğrultusunda şekillenen bir kavram olarak açıklamaktadır ve günümüzde karşı karşıya kaldığımız haberleri şöyle tanımlamaktadır; “haber, ya öncelikle ve en iyi biçimde bir tarih, ya edebiyat malzemesi, ya toplum koşullarının bir kaydı, ya halkın tutkularının bir ifadesi ya da gazetecilerin önyargıdır. Bütün bunların hepsi de olabilir ama en kötü biçimiyle sadece bir “dolgu”, reklamlar gelene kadar izleyicinin ilgisini ayakta tutan bir “tuzak”tır” (Postman, 1992, s. 28).

“Haber, bir olayın aktarımıdır. Bu tanımda öne çıkan haberi salt olay olarak görmektedir, bu da haberin içeriğinin daraltılması anlamına gelir. Sadece olay temelinde haberi tanımlamak deprem, sel, yangın, cinayet, terör olayları, uçak kazası, tren kazası, trafik kazası, bir konferans sırasında birinin ölümü vb. durumları haber olarak değerlendirmek demektir. Hâlbuki bir basın toplantısı, konferans, panel ya da uluslar arası anlaşma, sanatsal etkinlik vb. haber olabilir. Üstelik bunlarda kamuoyunu ilgilendiren önemli kararlar açıklanabilir. Ya da bir bilimsel araştırma ya da toplumun ilgisini çekecek bir uygulama da haber olabilir. Dolayısıyla bu tanımlama, bahsi geçen unsurları yok saymaktadır” (Aslan, 2002, s. 117).

Haber değerinin ilk teorisyeni Walter Lippman, “Kamuoyu” adlı kitabında, konuya ilişkin çeşitli görüşlerini dile getirmiştir. Lippmann; “ Haberle gerçek aynı şey değildir. Haberin işlevi bir olayı iletme, gerçeğinki ise saklı kalmış olguları gün ışığına çıkarmaktır. Önemli olan iki işlev arasındaki bağlantıyı kurmak suretiyle, insanoğlunun iletişimine imkân tanımak için gerçeğin resmini yapabilmektir” demektedir (Bülbül, 2001, s. 110). Böyle düşünüldüğünde öne çıkan unsurun yeniden olayın gerçeğe en uygun şekilde yeniden kurgulanmasıdır. Yani olay başlı başına bir haber değil, olduktan sonra kurgulanmış bir gerçeklik olduğu sonucuna varılabilmektedir. Pfaff, olayın gerçekliğinin çabuk ve günlük ancak mutlaka bir görüş açısından yola çıkarak hikâye edildiğini belirtmektedir. Atilla Girgin’in tanımlamaları da bu noktayı açıklar niteliktedir. Girgin’e göre haber, “simgesel bir kurgulama metni olan, gerçek sanılan eylem ya da söylemlerin, yakalanabilen,

kavranabilen bazı öğelerinin, neden – sonuç ilişkisi içinde bir araya getirilerek öyküleştirmesidir” (<http://www.atillagirgin.net>, 15/01/2013).

Haberi değerlendiren James Watson, “Haber bir ileti formudur ve toplumla anahtar bağlantılar kurmamızı sağlar. Bugünün gerçeğini açıklayan söylemi ile olanı aktarmaktan çok gerçeği, kendi formu içinde yeniden kurar. Bu arada da kaçınılmaz olarak, olanı yeniden kurarak aktadır” (Rigel, 2000, s. 179). demektir. Gazeteciler olayı haberleştirirken, olayın içerisindeki bazı bölümleri daha ön plana çıkarmaktadır. Ayrıca olayı okuyucunun anlayacağı uygun formata sokmak da gazetecinin görevidir.

Postman ve Powers, haber nedir sorusuna yanıt ararken, şu tanımlamayı da getirmektedirler: “Haber ya öncelikle ve en iyi biçimde bir tarih, ya edebiyat malzemesi ya toplum koşullarının bir kaydı, ya halkın tutkularının bir ifadesi ya da gazetecilerin önyargıdır. Bütün bunların hepsi olabilir ama en kötü biçimiyle bir dolgu, reklâmlar gelene kadar izleyicinin ilgisini ayakta tutan bir tuzaktır” (Postman & Powers, 1996, s. 21).

2.2. Haber Değeri

Görüldüğü gibi haberin birçok tanımı bulunmaktadır. Bunun sebebi haberin içinde bulundurduğu unsurlardır. Haberin tanımlaması bu unsurların önceliğine göre kişiden kişiye değişmektedir. Bu noktada haberin değerini oluşturmak veya belirlemek önemlidir. Atilla Girgin haber değerini “herhangi bir eylem ya da söylemin, hedef kitlelere ulaştırılması için içermesi gereken özellik” olarak niteler (Girgin, 2000, s.78).

Oya Tokgöz ise haber değerinin haberi tanımlama açısından dikkate alınması gereken bir kavram olduğunu vurgular. Haberin içinde yer alan temel öğeler olan haber değerlerini dikkate alan bu yaklaşım, haberi tanımlamaktan çok haber kavramını açıklama çabasıdır. Aslında bütün bu çabalar, genelde yine haberi doğrudan ya da dolaylı olarak tanımlamaya yöneliktir. Amaç ise, haberde neler bulunduğunu, bulunabileceğini ortaya koyabilmektir (Tokgöz, 200, s. 200).

Haber değerini haberin toplanma süreci ve habercinin tutumu da belirler. Enrico Morresi’ ye göre, enformasyon zamanıyla toplumsal sorunları ve bu sorunların olası çözümlerini bilmenin zamanı arasındaki derin uyumsuzluk, yani medyanın hızlı zamanı, bir süre sonra unutulup giden yeni konuların sürekli ortaya çıkışı, toplumsal entegrasyonu destekleyen kültürel ve sembolik referansların parçalanmışlığını

vurgular. “Sonuç olarak karşılaşılan enformasyon sayısındaki çokluk, sorunların değerlendirildiği veya sorunların kavranması için gereken bilişsel unsurların ortaya konduğu kamusal mekânın oluşması ihtimalini, eğlencenin ve anlık tepkilerin parametreleriyle (kamuoyu yoklamaları ve bunları temel alan politikalar) ikame eder” (Morresi, 2003, s. 145).

Bununla beraber Atilla Girgin haber değerinin içeriğinin oluşturulurken etkili olan faktörlere vurgu yapmış ve bu değerlerin oluşan duruma göre değişiklik gösterdiğini vurgulamıştır. Haber değeri olarak adlandırılan şey, kitle iletişim araçları yetkililerinin, eylem ya da söylemlerin üretimi, seçimi, biçimlendirilmesi ve yayımlanması sırasında kullandıkları profesyonel kodlardır. Haber değeri, habercinin kişisel değer yargısının yanına, yine haberciler tarafından getirilen başka değer yargılarıdır. Bu değer yargılarının zamana, zemine ve toplumlara göre değişikliklere uğradıkları ya da yerlerini yenilerine bıraktıkları bilinmektedir (Girgin, 2000, s. 79).

Haberin verilmeye değer olup olmadığına karar verilmesi noktasında medyanın kurumsal örgütlenişinin de etkili olduğu belirtilmişti. Haber üretiminin örgütlenişi içinde “kapı bekçisi” kavramı, mesajların kodlanmasıyla, seçilmesi ve oluşturulmasıyla, yayılmasıyla, programlanmasıyla, tüm bir mesajın veya bileşenlerinin dışarıda bırakılmasıyla ilgili kararlarda belirlenebilen enformasyon kontrol biçimlerinin tümünü anlatır (Morresi, 2003, s. 114).

Yukarıda sayılan değişik haber tanımlarında sıkça tekrarlanan öğeler şunlardır:

2.2.1. Zamanlılık

Haberde zamanlılık olgusu çok önemlidir. Haberi güncel ele almak ve yayınlamak bir adım önde olmak anlamına gelir. Bir olayda bilinmeyenı orataya çıkartan ilk kaynak her zaman ilgiyi üzerine toplar. Bu sebepten dolayı haber her zaman yeni olmalıdır.

“Haber olayın yeni olarak oluşmasını değil, yeni olarak bildirilmesini içerir. Unutulmuş, ihmal edilmiş bir enformasyonu gün ışığına çıkarmak yenilik anlamına gelir” (Tokgöz, 2002, s.34). Daha önceden gerçekleşmiş bir olayın haberini vermek bazen yenilik sayılabilir. Bunun sebebi o olayla alakalı olarak yeni bir bulgunun ortaya çıkartılmış olabilmesidir. Örnek vermek gerekirse 2 ay evvel gerçekleştirilen bir cinayetin, yeni bulgular sonucunda katil zanlısına ulaşılması güncelliğini

kaybetmiş olan haberin tekrar güncel olması anlamına gelmektedir. Bu noktada yapılacak haber yeni bir haberdır.

Haber bugün çok süratli iletildiği için çabuk eskimektedir. Gelişen teknolojiler karşısında haber, zamana karşı değerini çabuk kaybetmektedir. Zamanlılık ilkesi, haberin zamanlı olması değerini yansıtırken, “ne zaman ortaya çıktı” sorusuna da her zaman yanıt vermektedir. Bu nedenle haberler, dün, bugün, gece saatlerinde gibi zaman zarflarını da içermektedirler. Ancak, zamanlılık kavramı radyo, televizyon ve gazete için farklı anlamlar taşımaktadır. Haberin zamanlılığı yönünden radyo yenilik ve anilik öğelerine, televizyon da geçerlilik durumuna göre önem kazanmaktadır. Gazeteler için ise sadece geçerlilik ön plandadır. Gazeteler, zamanları geniş olduğu için yeniliğe ve son gelişmelere değer verirken, haberin zamana ilişkin öğesinin halen geçerliliğini korumasına özen gösterirler (Tokgöz, 2003, s. 201-203).

Haberin yeni ya da güncel olması iki biçimde görülür: Ya eylem, ya da söylem yeni gerçekleşmiştir. Bu tür haberler genelde rutin ya da “spontane” haberlerdir; ya da, bunlar eski olsa bile, yeni fark edilmiş ve yeni ortaya çıkarılmıştır. Daha başka bir deyişle, unutulmuş, ihmal görmüş bir enformasyon gün ışığına çıkarılmış ona yenilik kazandırılmıştır. Bu tür haberler, genelde araştırmacı gazeteciliğin özel ürünleridir (Girgin, 1998, s. 16).

Zamanlılık kavramı bakımından haberleri, genelde üç türe ayırmak mümkündür:

1. Eylem haberleri: Eylem haberlerinin içlerinde daha çok eylem çok az söylem bulunur. Örneğin: trafik kazası haberi, cinayet haberi.
2. Söylem Haberleri: Söylem haberlerinin içlerinde daha çok söylem, çok az da eylem bulunur. Örneğin, basın toplantıları, konferanslar, açık oturumlar, bilimsel toplantılar vs..
3. Eylem-Söylem Haberleri: Eylem söylem haberlerinin içlerinde ise, neredeyse eşit ölçülerde eylem ve söylem bulunur. Örneğin, tören haberleri (Girgin, 1998, s.16).

2.2.2. Önemlilik

Zamanlılık ve yakınlık hiçbir zaman bir haberi önemli yapmaz. Haberin önemli olması sonuçla ilgilidir. Yani “neden” ve “nasıl” sorularını yanıtlamak, haberciliğin en önemli ilkelerinden biri olmaktadır (Kaptan, 1999, s. 36).

Atilla Girgin haberde önemlilik ögesini şu şekilde tanımlar; “Olayın ölçüsü” ve “Olayın sonuçları”. Ölçü bakımından yaptığı sınıflandırmaya afet, büyük kazalar gibi toplumun büyük kesiminde etki bırakan olayları örnek verirken sonuç bakımından yaptığı sınıflandırmaya yeni bir yasanın yurttaşlar üzerindeki etkilerini ve bu yasanın ilgilendirdiği kitlenin sayısal çokluğunu örnek vermiştir (Girgin, 2002, s. 14). İnsanlar tanıdıkları kişiler hakkındaki haberlere daha duyarlıdır. Önemli kişiler hakkındaki haberler daha dikkatli izlenir kamuoyu tarafından. Ne zaman ve nerede sorularının cevabını içeren önemlilik ilkesi sonuç kadar önemlidir (Tokgöz, 2003, s. 141). Haberdeki ilgiyi arttırmanın yolu önemli yani toplum tarafından tanınmış kişilerin haberinin yapılmasıdır. Herkes haber olabilir ama popüler kişiler daha çok ilgi çeker.

Haberin önemli sayılabilmesi için sadece insanın yaşadığı coğrafyada meydana gelmesi de gerekmez. Tüm dünya insanların sahip olduğu evrensel değerler ve evrensel kaygılar vardır. Bu değerler çerçevesinde Afrika’da bir ülkede iç savaşta ölen insanlar Türkiye’de veya İngiltere’de yaşayan bir insan için de büyük önem arz edebilir. Aynı şekilde evrensel kaygılar göz önüne alındığında kutuplarda başlayan buzul erimeleri veya Amazon ormanlarının yok olması uzun vadede ortaya çıkabilecek sonuçlarından dolayı bu bölgelerden çok uzakta yaşayan halk için de önemli sayılır. Kısacası olayların haber olarak değer kazanması için kayda değer olması gerekir (Kızılbay, 2002, s. 189).

Haberde ‘önem’ kavramı, insanların önyargılarına, haberin kahramanlarına ve haberin gerçekleştiği yere bağlı olarak da şekillenir. Haber, gazetecinin önemli bulduğu ya da izleyiciler tarafından önemli bulunacağını düşündüğü konuları seçmesi fikriyle yapılır. Marilyn Monroe’nun intihar ettiği gün birçok kişi intihar etmiştir fakat izleyici sadece Monroe’nun intiharını öğrenmiştir. Gazeteci daha önemli olarak gördüğü Kuzey İrlanda’daki bir cinayeti, Fas’taki bir cinayete tercih edebilir ya da izleyicinin beklentisi de bu yönde şekillenebilir.(Postman & Powers, 1992, s. 21)

2.2.3. Yakınlık

“Ne zaman?” sorusu zamanlılık ilkesini gösterirken, “nerede?” sorusu da yakınlık ilkesine işaret etmektedir. İnsanlar, yakın çevrelerinde olan olaylara daha çok ilgi gösterirler. Ancak, başka yerlerdeki olaylar ise daha çok, kişilere yakınlıklarıyla ilgi çeker. Hangi kitle iletişim aracı olursa olsun insanlar bildikleri yerlerdeki olaylara daha fazla merak duyarlar. Yakın çevreleri ile bildikleri yerlerdeki olayları daha çok

merak ederler (Tokgöz, 2003, s. 203). Dünyanın çeşitli bölgelerinde yaşanan olayların herkesi aynı derecede ilgilendirmesi beklenemez. Kimi olay dünyada yaşayan tüm bireyleri ilgilendirirken, kimi olay da sınırlı sayıda bireyi ilgilendirmektedir. Bir düğünün ya da bir nişanın magazin programlarında yer alması elbette mümkündür. Ama bunların ana haberlerde yer alması için bir önemi ve ayrıcalığı olması gerekir. Bunlara yakın geçmişten en iyi örnek Prens Charles ile Lady Diana'nın düğünüdür. BBC Televizyonu, düğünü naklen yayınlarken, bunun dünya çapında yarattığı ilgiyi düşünmüştür. Buna karşın aynı BBC, örneğin bir devlet bakanının ya da iş adamının oğlunun veya kızının evlenmesinin kimseyi ilgilendirmeyeceğini bilerek hareket eder ve bu tür konulara haber bültenlerinde yer vermez (Uyguç & Genç, 1998, s. 113).

2.2.4. İlgi Çekme

Bazı haberler diğerlerine oranla insanların daha çok ilgisini çeker. İnsan ne kadar bencil, katı yürekli olursa olsun hemcinsinin yaşamı, sağlığı, iyiliği, uğradığı felaketler, mallarının kurtarılması karşısında kesinlikle ilgi duyar. Bu durumda, duyduğu bu ilgi yaşamın ister tatlı ister acı yanını içersin, onu zaman zaman hem ağlatır hem güldür (Tokgöz, 2003, s. 206).

Önemlilik için şu örneği vermek açıklayıcı olacaktır: “Bir ülkede devalüasyon yapılması ilginç değil, önemlidir.” Bu çerçevede, devlet, parlamento ve hükümet işlerine ilişkin haberin çok büyük bölümü önemli sayılır. Bazı haberlerde ilginçlik ve önemlilik öğeleri aynı anda bulunmayabilir. Çok önemli bir olayın, ille de ilginç olması gerektiği koşulu yoktur (Girgin, 1998, s. 18). Bununla beraber haber değerini belirlemede kullanılacak kıstasları, “ilgililik-ilginçlik” eksenine üzerine değil de, “önemlilik-anlamlılık” eksenine üzerine oturtmak, haberciliğin “sansasyonel habercilik”e kaymasını önlemede en büyük güvence olabilecektir (Kaptan, 1999, s. 31).

“Bugünün dünyasında kültürel üretimin de büyük ölçüde medya tarafından belirlendiğini vurgulayan Testler, medyanın her şeyi başlı başına ilginç olarak sunduğunu belirtmektedir” (Tılıç, 1998, s. 172).

2.3. Haberin Nitelikleri

Haberin tanımına yönelik olarak geliştirilen yaklaşımlarda tam bir uzlaşma sağlandığı görülmesine de, haberin belirli niteliklere sahip olması gerektiği konusunda bir uzlaşma

bulduğunu söyleyebiliriz. Morresi ‘olaylara saygı’, ‘beyanların çarpıtılmadan aktarılması’ ve ‘tekzip’ olarak saydığı bu kodların bazı temel ilkeler etrafında dile getirildiğini ve gazeteciliği meslek edinenlerin bu kodlar çerçevesinde kendilerine düşen sorumlulukları kabul ettiklerini vurgular (Genç, 2003, s. 30).

2.3.1. Haberde Doğruluk

“Haberci, kaynağının güvenilirliğinden tereddüde düşmesi halinde, haberin gerçekliğini değişik kaynaklardan onaylattırmalıdır. Bir haber doğrulanmadıkça ya da olaya dayandırılmadıkça gerçeklik, ilgi ve önem öğelerini taşıyamaz.” (Girgin, 2002, s. 10).

Haberin doğru olması genellikle gazetecilerin sorumlu olarak görevlerini yaptıklarının kanıtıdır. Sorumsuz gibi kötü bir sıfatla damgalanmayı hiçbir gazeteci istemez (Tokgöz, 2003, s. 56).

Doğruluk, gerçeği olduğu gibi yansıtmak ve saptırmamaktır. Acı da, tatlı da olsa doğru mutlaka verilecektir. Haber başta olmak üzere bütün yazınsal türlerde doğruluk, ilkelerin en öne çıkanıdır (Bülbül, 2001, s. 43).

Doğruluk, gazetecilere büyük bir sorumluluk getirmektedir. Gazetecilerin daima halkın iyiliğini istemeleri temel ilkeleri olmalı, kendilerine hep doğruyu arayıp bulmaya adanmaları gerektiğini akıllarından çıkarmamalıdır. Verdikleri haberlerde gazeteciler, yüzde yüz doğru olmasalar dahi tümünde doğruluğu ve aslına sadık kalmayı denemelidirler. Ancak bu şekilde, haberlerde taraf tutulduğu, kişilerin özgürlüklerine tecavüz edildiği gibi suçlamalar önlenilebilecektir (Tokgöz, 2003, s. 57).

“Etik ve ahlaki yargılara ilişkin birçok metin arasından bir tanesinde Aristo ‘doğru olanın zor ele geçme niteliği’ ile ‘yanlış olanın her yerde hazır ve nazır olma’ şansını karşılaştırıyor. ‘...Birden çok daha fazla yanlış yoldan gitme olanağı vardır... Ama doğruyu yapmanın tek bir yolu bulunur. Yanlış yapmak bu yüzden kolay; doğruyu bulmak ise bu yüzden zordur; boğanın gözünü hedef aldığımızda kaçırmak kolay, isabet ettirmek zordur.’ Ancak televizyonda çalışan bir profesyonel, haber toplama alanında özel olarak ve üst düzey bir eğitim görmüştür; bu yüzden hatalı enformasyon alma sınırları, sıradan bir insana oranla daralmış olmalıdır. İşte bu nedenle televizyon haberlerinde çalışan kişilerin uzman olmak gibi ahlaki bir sorumlulukları da vardır” (Düzgören, 1996, s. 61-62).

2.3.2. Haberde Gerçeklik

Gerçeklik, haberin, olmazsa olmaz nitelikli, temel ilkesidir. Haber bize, kişisel algılamalardan ve sonrası anlatımdan aktarılır. Bu nedenle, aktarıcının kişisel iz ve değerlerini taşıması doğaldır. Haberin gerçekliği, daha doğrusu gerçeğe en yakın anlatımı, haber kaynağının güvenilirliğinin yanı sıra, habercinin kişilik yapısına, deneyimlerine, kişisel ya da toplumsal beklentilerine, etik değerlerine bağlıdır (Girgin, 1998, s. 15).

Dietmar Mieth gerçekliğin temel bir ihtiyaç olduğunu belirtirken insanların maddi gerçeklikten tamamen bağlarını kopararak, gerçekliği hesaba katmayan bir soyutlama içerisinde yaşayamayacaklarını belirtir. Baudrillard, yaşadığımız ‘fiziki gerçeklik’ ve medyanın ürettiği ‘hipergerçeklik’ olmak üzere iki gerçeklik kavramı olduğunu ve hipergerçekliğin çoğu zaman fiziki gerçekliğin yerini alarak gerçekten daha gerçek konuma geçtiğini belirtir (Genç, 2003, s. 113-120).

Bir şeyin doğruluğuyla, bir şeye duyulan özlem birbirine karıştırılmamalıdır. Kişi genellikle özlemine duyduğu şeyin doğru olduğu eğilimini taşır. Yine de, bu subjektif etkenleri bir yana bırakırsak gerçek olan olaydır. Ya da o olayı oluşturan nedenler. Önemlisi, habercinin hangi ölçülerde anlatımını, ya da yeniden kurgulamasını o gerçekler üzerine oturtacağıdır. Hiçbir haberin tek biçimi yoktur; yalnızca, habercinin olumlu ya da olumsuz katkılarıyla gerçeğe yakın değişik biçimleri vardır. Gazeteci okuru ilgilendiren haberi, gerekli açıklamalarıyla vermeye, aynı zamanda onu rahatlatmayı unutmadan, eğitimini sürdürmesine yardımcı olmaya çalışır. Daha alçak gönüllü olmayı, daha çok titizlik ve çabayı gerektiren, düşünceleri yayma özgürlüğünü dışlamayan, onunla bütünleşerek ona eklenen bir ideale gelinir; eksiksiz ve doğru haber (Girgin, 1998, s. 15).

2.3.3. Haberde Nesnellik

“Nesnellik kavramı gerçeklerin seçilmesiyle, düzenlenmesiyle, çerçeveslendirilmesiyle ve değerlerle bağlantılı veya bağlantısız olarak kamu gündeminin oluşturulması sürecinde haberlerin nasıl yaratıldığıyla ve aktarıldığıyla ilgilidir. Nesnellik genel olarak kişinin gerçekleri, değerlerden ayırabildiği ve ayırması gerektiği bakış açısı olarak tanımlanır. Gerçekler dünyayla ilgili bağımsız geçerliliğe açık iddialardır; herhangi bireyin kişisel tercihlerinin çarpıtıcı etkilerinden

uzak ifadelerdir. Değerler, dünyanın nasıl olması gerektiğine dair herhangi bir bireyin bilinçli ve bilinçsiz tercihleridir, son derece öznelirler ve diğer insanlar üzerinde hiçbir yasal etkisi yoktur ” (Şad, 2002, s. 100).

Aslında toplumun, izleyici olarak haberciden beklediği de nesnel bir habercilikten yani olayların tanımlanmasından öte, olayların toplumsal önemini açıklaması ve olayları yorumlamasıdır. Hatta çoğu bu beklenti içindeki izleyici, kendi hayat görüşüne uygun yorumlar yapan yayın organlarını tercih eder. Bu durum izleyici beklentileri ile şekillenen yayıncı kuruluşlarda çalışan gazetecinin de nesnellik sergilemesini zorlaştırmaktadır (Çaplı, 2002, s. 89).

Haberde objektif olmanın ölçütlerinden biri denge kuralıdır. Bir görüş ya da iddia üzerine kurgulanan haberlerde temel kural, karşıt görüşlere de yer verilmelidir. Böyle bir olaya yaklaşırken gazeteci kesinlikle tarafların görüşlerine eşit biçimde yer ve zaman ayırmalı, dengeyi hiçbir görüşten yana bozmamalıdır. En önemlisi de kendi görüşünü haber içine katmamalı, yorumu gerektiren bir durum söz konusu ise bunu da hedef kitlelere bırakmalıdır (Bülbul, 2001, s. 71).

Bununla da kalınmayarak, her ne kadar uygulanmasa da mesleki pratiğin doğruluğa ve yanlışlığına ilişkin bazı ölçütlerin de geliştirilmesiyle nesnellüğün ve gerçekliği yansıtma görevinin olabirliği miti desteklenmiştir. Bütün bu ölçütlerin sorunlu doğası, ortaya çıkan ürünler olarak haber metinlerinde her defasında fark edilmektedir (Dursun, 2000, s.24).

Kitle iletişim araçlarında yanlılık, yayım ya da yayımla başlar. Bir gazete ya da dergi yayımlandığı, bir radyo, bir televizyon, bir internet sitesi yayını başlatıldığı zaman, insanlara şu söylenmek istenmektedir: “ Beni oku, beni seyret, beni dinle” Bunun bilinçaltındaki yansıması şudur: “Başkalarını okuma, seyretme, dinleme. ” Yayım ya da yayımla ilgilenen hedef kitle (okuyucu, izleyici, dinleyici), eğer bu iletiye kulak vermişse, bu aşamadan sonra öteki iletileri de almaya hazırdır (Girgin, 1998, s. 18).

Taraf tutma ya da seçicilik, haber zincirinin tüm bağlantı noktalarında ortaya çıkar. Önce muhabirin (kendi inançları, tutumları ve değerleri çerçevesinde) belli bir biçimde algıladığı olay söz konusudur. Haber, ikinci aşamada, her biri bilinçli ve bilinçsiz olarak neyin gösterileceğine karar veren editörlere ve yönetime gider. Üst yönetim, reklâmcılar, devlet yetkilileri vb. çoğunlukla bilinçli karar verme sürecine

dahil olurlar; kişisel/profesyonel inançlar, tutumlar ve değerler ise bilinçaltı seçimde rol oynarlar. Montaj odasından sunucunun masasına ulaşıncaya kadar bir başka seçici karar daha işin içine karışır: Her haber için kaç dakika ayrılacaktır? Daha sonra da yorumcu sunucular, kendi taraflılıklarını, ses tonlarıyla, mimiklerle vb. yollarla yansıtırlar. Ve sonuncusu ama en az diğerleri kadar önemlisi, izleyiciler de neyin önemli olduğuna kendi inançları ve değerleri doğrultusunda karar vererek neyi alıp neyi bırakacaklarını belirlerler (Düzgören, 2000, s. 20-21).

İşlenmemiş haberler bu filtrelerden geçer ve “uygun” olanlar yayın için kalır. Filtre neyin haber değerinde olduğunu belirler. Bu filtreden geçerek oluşan ve akan enformasyonu, medya profesyonelleri objektif/nesnel olarak nitelerler (Erdoğan-Alemdar, 2002, s. 345-346).

Bu doğrultudan bakıldığında haber Sunuşu; başlığı, dizgisi, puntosu, kapladığı alan; sütun uzunluk ve sayısı (sesli görüntülü haberde süresi), sırası; hangi sayfada, sayfanın neresinde (sesli ve görüntülü haberlerde kaçınıcı sırada?), Tekrarı; doğrudan ya da dolaylı kaç kez yayımlandığı (sesli ve görüntülü haberde kaç kez verildiği), aşamalarında yanlı hale getirilebilir.

Haberde objektiflik tartışmasının sonu gelmeyecektir. Her yayın organının kendine özgü bir duruşu, yayın politikası vardır. Bu kuruluşlar içerisinde çalışan haberciler, çalıştıkları kurumun yayın politikası doğrultusunda hareket etmek zorudadırlar. Editoryal bağımsızlığın kaybedilmesi anlamına gelen bu durum, günümüz habercilerinin ve nesnellüğün en büyük problemlerinden biridir.

Haberin yazılması aşamasında çoğu zaman eşik bekçileri (editör) devrededir. Pek çok haberin yazımında hükümet etkinliğindeki resmi kurumların, patrona yakın bazı haber kaynaklarının veya farklı sosyal, ekonomik ve siyasi örgütlenmelerin görüş ve önerilerine başvurularak haber tamamlanmaya çalışılır. Bu kaynaklar, çoğunlukla kendi çıkarları doğrultusunda gerçeği çarpıtmakta, haberi yapanlar bunun farkına varmış olsalar da farklı bir şeyler yapmayı göze alamamaktadırlar (Peker, 2000, s.31).

Yukarıda belirtilen ilkelerin haberin olumsuz nitelikleri olarak nitelendirilebilecek üç olgu vardır: Haberde çarpıtma, manipulasyon ve dezenformasyon

2.3.4. Haberde Çarpıtma

Haberde çarpıtma sözcüğü “disinformation” ya da “distortion kelimelerinde gelmektedir.” Bir olayı haber olarak yayınlarken habere taraflı bir bakış açısı katmak anlamına gelir. Gerçek üzerinde tam olarak olmasa dahi çarpıtılmış yönlerin olması haberin pek çok ilkesine aykırı bir durumdur.

Rıdvan Bülbül haberde çarpıtmanın genelde dış haberlere uygulanan bir durum olduğu ifade eder. Dış politikalara uygun ve uyumlu hazırlanan haberlerin temelinde ekonomik, ideolojik ve siyasi çıkarlar söz konusudur. Gelişmiş ülkelerin basın – yayın organları, az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin haber verilerini daha çok savaş, salgın hastalık ve doğal afet gibi olumsuzluklardan seçmektedir. İç haberlerde ise çarpıtma, daha çok politikada iktidar – muhalefet, iş dünyasında ise rakip kuruluşlar arasında görülmektedir (Bülbül, 2001, s. 74).

Etkili iletişim terimleri sözlüğünde ise çarpıtma sözcüğünü “aktarma sürecinde gerçek, gönderge çerçevesine uydurmak koşuluyla içeriğingerçek değişimi, anlamından, içeriğinden ayırmak” olarak açıklanmaktadır.

Yakın tarihteki çarpıcı dezenformasyon örneği ABD’nin doksanların başındaki 1.Körfez İşgali döneminde görülür: 15 yaşındaki Kuveytli bir genç kız ABD Kongresinde kürsüye çıkarak Kuveyt’e giren Iraklı askerlerin küvezdeki erken doğmuş bebekleri katlettiklerini tüm ayrıntılarıyla anlatır. Bu ürkütücü anlatımın Amerikan Kamuoyunda Körfez İşgalini onaylamaya dönük bir haklılık uyandırdığı ve Başkan Bush’ un (Baba Bush) Kongreden savaş için onay almasını kolaylaştırdığı bilinen bir gerçektir. Sonradan bu genç kızın para karşılığı kiralandığı ve konuşmanın içeriğinin tamamen düzmece olduğu, kızın Kuveyt’ li bir diplomatın kızı olduğu anlaşılır (Can, 2005, s. 122).

2.4. Savaş Gazeteciliği ve Etik

Savaş zamanlarında gazetecilerin karşılaştığı bir dizi ve değişik etik sorunları vardır. Savaşlar, olan üstü günlerdir. Bu bakımdan savaşta yayın organlarının konumları da değişik bir sehir izlemektedir. Savaş ortamında, genel etik ilke ve kurallarının çoğu kez uygulamalarında zorluklarla karşılaşılması olasıdır. Savaşta etik kural ve ilkelerinin değişken bir çizgi izlediği kabul edilmektedir (Bülbül, 2001, s. 66).

İlk çağlardan beri toplumlar birbirine üstün olma gayreti içinde olmuştur. Kabileler, milletler ve devletler, aralarındaki anlaşmazlıkları barışçıl yöntemler ile çözemediğinde zor kullanarak, silahlı olarak çözüme yoluna gitmiştir. Milliyetçi ve aidiyet duyguları ile topluluklar kendilerine ait kabul ettiklerini “biz” diğerlerini “onlar” diye nitelemişlerdir. Tarih metinlerine geçen ve belgelendiği bilinen ilk barış belgesi Mısır ve Hititler arasında yapılan savaş sonucu Kadeş Antlaşması diye bilinir. O dönemde barış anlaşması kil tabletler üzerinde çivi yazısı ile yazılmış ve savaş belgelenen ilk örneği verilmiştir (Coşkun, 2011).

Gazetecilik mesleğinin temelini gerçeklik olgusunu nesnel olarak topluma iletmek ve bu görevi yaparken gazeteciliğin temel ilkelerinin insan hakları kavramının ilkeleriyle uyumlu olduğunu göz ardı etmemek olduğu genel kabul gorse de gerçek bunun sadece kâğıt üzerinde kaldığıdır. Özellikle savaş ve çatışma ortamlarında gazeteciliğin, bir yandan yurttaşın tüm önemli bilgilere özgürce ulaşmasını sağlayacak medya organlarının olmasını, bir yandan da hem içerik hem biçim olarak şiddete hizmet etmeyen, toplumda yılgınlık yaratmayan bir çizgi tutturulmasını gerektirdiği ifade edilir (www.cojcr.org/vol8no2/, 21/02/2013)

Savaş gazeteciliği ve dış politika alanı gazeteciler için uzlaşma alanıdır. Gazeteciler tıpkı bağlı oldukları mülkiyet sahiplerinin çıkarlarına büyük ölçüde zarar verecek haber yapmaktan çekindikleri gibi, siyasi liderlerle iyi geçinme ve haber yaparken sık sık devletçe ve toplumca sözlerine değer verilen uzmanlar aracılığıyla içinde olduğu toplumun önem verdiği kişilere başvurmaktan kaçınmazlar.

Kendilerinin değerlerini taşıdığı söylenen hükümet yöneticilerinin davranışlarını çatışma alanlarında sorgulamaktan kaçınırlar. Bu dönemlerde yöneticiler de aykırı sesler duymak istemezler. Körfez savaşlarında Amerikan ve İngiliz medyası bu “uzlaşma alanını” birçok defa örnekleyen davranışlar sergilemiştir (Coşkun, 2011).

Herman ve Chomsky tarafından ortaya konulan Propaganda Modelinde haber filtrelerinden “eleştiri” gerçeğini ortaya koymaktadır. Haberleri yapan kişinin kararlarını, toplumun neyi kabul edeceği veya etmeyeceğinin etkilediği varsayılmaktadır. Yazarlara göre özellikle savaş zamanlarında izleyici tercihleri savaş haberlerine yön vermektedir (<http://globalmedia.emu.edu.tr/>, 22/02/2013).

Medya zaman süresince milliyetçi olmayan sesleri önlemekte ve gazeteciliği kurban ederek, politik mevcut durum ve onu destekleyenlerin menfaatlerinin yanında yer almaktadır (Kellner, 1992, s. 422). Körfez Savaşı'nda Kellner tarafından sunulan medya performansı ile ilgili yakın örnekte, medyanın başarısızlığının demokraside oynadığı rolü ele almaktadır. Suudi Arabistan için Irak'ın korku yarattığı iddiasını inşa ederken, ana akım medyanın papağan gibi resmi makamları tekrar etmesini, yayınladıkları bilgileri asla sorgulamamasını tartışmaktadır. Medya sunumunun askeri çözümden başka bir alternatif olmadığı kanısı yarattığını söylemektedir. Kellner, Washington Post gibi sarı sayfalı gazetecilerin ve editoryal yazarların Bush yönetimine önceki çağlardaki gibi askerce müdahil olduklarını ve desteklediklerini işaret eder (Coşkun, 2011).

Günümüzde gelişen teknolojiyle beraber savaş gazeteciliğinde büyük değişiklikler olmuştur. 2. Körfez savaşıyla başlayan İliştirilmiş Gazetecilik ve gazeteci ünvanıyla ülkelere sızan devlet ajanları mesleğin halk gözünde itibarını zedelemiştir. Bu durumu Savaş Fotoğrafçısı Erhan Sevenler şu şekilde anlatmaktadır:

“Ben savaş muhabirliği, foto muhabirliği, savaş kameramanı gibi tanımlamaların olduğuna inanmıyorum... Eskiden Vietnam'da, 2. Dünya savaşında olduğu gibi içinde değiller gazeteciler artık. O zamanlar ordunun çok içinde, çarpışma anında oluyordu gazeteciler. Daha gözü kara olmaktan ziyade o zamanlar gazeteciler hedef değilmiş... Bu kadar derin ve yaygın fotoğraf ağında gazetecilerin, foto muhabirlerinin gerçekten önemli tanık olduklarının farkına vardı silahlı kuvvetler ve onları vurmaya çalışıyorlar artık. İnsanların bakışı değişti... Yani habercilere karşı olan güvensizlik arttı. Çünkü maalesef ülkelerin istihbarat birimcileri habercileri kullanmıyorlar. Haberci olmayan insanları haberci kılığına sokara savaş alanlarına gönderiyorlar. Bu şekilde bir sürü olay oldu. Orta doğuda, Kuzey Afrika'da yani her yerde bu şekilde ajan gazeteciler yer almaya başladı... Hatırlayın lütfen son Libya olaylarını. Amerikan büyük elçisi Bin Gazi de konsoloslukta saldırıya uğradı. Amerikan büyük elçisinin bir fotoğrafı vardı bütün medyada. O fotoğrafta “linç ediyorlar” denildi. Aslında linç yok. Oradaki fotoğrafın gerçek hikâyesi etraftaki insanların Amerikan elçisini kurtarmaya çalışmasıdır. İnsanlar elçiyi taşıyorlar, o kareyi medya linç etme görüntüsü olarak verdi... Böyle baktığında medya ya kim güvenir (Erhan Sevenler 15/01/2013).

Yukarıda verilen bilgiler ve röportajın içeriği doğrultusunda günümüzde savaş muhabirleri özgürlüğünü kaybetmiş basın mensupları olarak gözükmektedir. Hükümet baskısı, ajan gazeteciler, iliştilmiş gazetecilik gibi etik dışı sayılabilecek kavramlar ve olaylar gazeteciliğin itibarına toplum gözünde zararlamaktadır. Bu konunun daha iyi anlaşılabilmesi amacıyla gazetecilik bağlamında Körfez Savaşlarını incelemek daha açıklayıcı olacaktır.

3. KÖRFEZ SAVAŞLARI

3.1. 1. Körfez Savaşı

Körfez Savaşı veya Birinci Körfez Savaşı, (1990-1991) 2 Ağustos 1990'da Irak'ın Kuveyt'i işgal etmesiyle başlayan krizin sonucunda gerçekleşen, ABD öncülüğünde, Birleşik Krallık, Fransa, Suudi Arabistan, Suriye, Mısır gibi 28 devletin askeri koalisyonuyla Irak arasında yapılan uluslararası çatışmadır (www.wikipedia.com, 20.03.2013).

“Berlin Duvarı'nın yıkılışı ile dünya; 45 yıl süren Soğuk savaş döneminin sonuna gelirken; ABD, savaşın galibi olarak yeni dönemin ilk köşe taşlarını yerleştirme görevini çoktan üstlenmiştir. Yedi yıl boyunca süren İran-Irak Savaşı'nda, her türlü askeri ve lojistik desteği arkasından eksik etmediği Irak Devlet Başkanı Saddam Hüseyin; yeni döneme girerken bir kez daha ABD'nin imdadına yetişmiştir. Nitekim Kuveyt'e saldırması ve Kuveyt üzerindeki haklarını geri alması konusunda cesaretlendirilen Irak yönetimi; Kuveyt'i işgal etmiş ve bu olay bir anda bir dünya meselesi haline dönüştürülerek; ABD ile Irak arasında cereyan edecek olan I. Körfez Savaşı'nın meşru gerekçesi haline getirilmiştir”(Yaman, 2007).

ABD 24 Şubat'ta Suudi Arabistan'ın kuzeydoğusundan Kuveyt içlerine ve Irak'ın güneyine doğru geniş çaplı bir müttefik kara saldırısı başladı. Müttefikler, üç gün içinde Irak direnişini çökerterek Kuveyt kentini geri aldı. Bu arada Kuveyt'in batı kesiminde zırhlı birliklerle bir yarma hareketine girişen asıl kuvvetler hızla Irak içlerine yöneldi ve Basra'nın güneyinde tutunmaya çalışan Cumhuriyet Muhafızları adlı seçkin Irak birliklerinin çoğunu 27 Şubat'ta saf dışı bıraktı. ABD başkanı George Bush 28 Şubat'ta ateşkes ilan ettiğinde, Irak direnişi bütünüyle kırılmış bulunuyordu (www.wikipedia.com, 20.03.2013).

Körfez Savaşı'nın başlangıcından tamamlanmasına kadar geçen süre boyunca Amerikan medyası savaşa tam bir destek vermişti. Amerikan hükümeti Vietnam'dan iyi ders almışçasına, özellikle maddi imkanları kullanmak suretiyle medyayı büyük oranda susturmayı başarmıştı. Savaş, tüm dünyaya adeta bir video oyunu havasında

sunulmuştur. Özellikle CNN kanalının yapmış olduğu yayınlarda, gösterilen görüntülerle yıkılan binalar, köprüler, vurulan hava alanları ve askeri araçlar gösterilirken; ölen ya da yaralanan insanlardan bahsedilmemiştir. Bu da zihinlerde, I. Körfez Savaşı'nın kansız ve ölümsüz bir savaş olduğu yönünde bir imajın yerleşmesi, yürütülen savaşın aslında füzeler arasında sürüp giden bir teknoloji savaşı olduğu havası yaratılmasını sağlamıştı (Mutlu, 2003).

Günümüzde gerçek, ekranın gerçeği olmuştur. Bunun başlangıcını yapan ise I. Körfez savaşıdır. Dünya I. Körfez Savaşında ilk kez savaş alanını televizyondan canlı izleme imkânı bulmuştur. Teknolojik açıdan bakıldığında çok önem arz eden bir durum gibi gözükse dahi bu durumu ABD kendi çıkarlarına uygun hale getirmeyi başarmıştır. ABD I. Körfez Savaşına CNN hariç hiçbir televizyon kanalının girmesine izin vermemiştir. “Kuveyt’te Amerikalıların kurduğu basın merkezinden savaşı izlerken, savaşan taraflara eşit mesafede durmak ne kadar mümkün? En azından fiziki olarak mesafe eşit değil. Bu noktada okurların ve televizyon izleyicilerinin, duyularına birer süzgeç takmaktan başka çareleri yoktur. Medya isterse olmayan bir savaşı bile var edebiliyor çünkü. Fransız felsefeci Jean Baudrillard’ın sözüyle, “ Bu savaş aslında hiç olmadı...” (Can, 2005, s. 87).

I. Körfez Savaşı'nın ABD'li askeri komutanı Norman Schartzkopf'un “askeri savaşı kazanmak için öncelikle medya savaşını kazanmalıyız” sözleri medya – savaş ilişkisini özetleyen önemli bir cümledir (Can, 2005, s. 88-89).

ABD ordusunun 1991 deki Körfez Savaşı'nda benimsediği seçenek, bir tekno-savaşın görüntülerini sunmak şeklindeydi: atılan füzelerin ve güllerin havada bıraktığı ince çizgiler ve ölen insanların üstüne asılmış gökyüzü (Amerika'nın düşman karşısındaki askeri üstünlüğünü bütün çıplaklığıyla ortaya koyan görüntülerdi bunlar) (Sontag, 2004, s. 66) Bu sayede ABD'nin kontrolü altında süren Irak Savaşı bütün dünyaya bir havai fişek gösterisi kadar masum bir olaymış gibi gösterilmişti. I. Körfez savaşında gerçekleştirilen propagandaların bazıları şunlardır:

10 Ekim 1990' da, Irak yönetiminin insan hakları ihlalleriyle ilgili görgü tanıklarının dinlendiği bir toplantıda, on beş yaşındaki Kuveyt'li bir kız, Amerikan kamuoyunu çok derinden etkileyecek ve Irak'ın işgaline yeşil ışık yaktıracak bir açıklama yapar. Kuveyt'li Neyire gözleriyle tanıklık ettiğini söylediği olayı şöyle anlatır: “ Kuveyt el Addan Hastanesinde gönüllü hemşireydi. Bir gün Iraklı askerlerin

ellerinde silahlarla hastaneye girdiğini gördüm. Kuvözdeki bebeklerin bulunduğu odaya girdiler. Bebekleri kuvözlerden dışarıya çıkardılar ve onları koridorda, öylece ölüme terk ettiler” (Can, 2005, s. 122).

Nehire'nin bu açıklamaları ABD kamuoyu üzerinde büyük etki yaratmıştır. İnsan hakları ihlalleri toplantısından üç ay sonra ABD Irak'a savaş açmıştır. Olayın devamını Faruk Can şu şekilde anlatmaktadır. “ Neyire' nin acıklı hikâyesi gazetelerde, televizyon haberlerinde, radyo programlarında defalarca tekrarlanır ve “zalim Irak” imajı belleklere iyice yerleştirilir.

John MacArthur şöyle der: “ABD kamuoyu için hiçbir şey bir Kuveyt hastanesinde 312 bebeğin Iraklı askerler tarafından ölüme terk edilmesinden daha etkili olamazdı. Ne yazık ki, ABD kamuoyu Nehire' 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” (Can, 2005, s. 122).

ABD'nin bebek katliamı olarak ortaya attığı ve tüm dünya tarafından gerçek zannedilen bu olay ABD'nin Irak'a saldırmasını meşrulaştırmıştır. Tabii ki ABD propagandasını gerçekleştirirken en fazla desteği basından almış o dönemde Kuveytli gönüllü hemşire kızı kim olduğunu araştırıp ortaya çıkaran hiçbir medya organı yoktur. O dönemde ABD' nin uyguladığı propagandayı bozabilecek yayınlar ise şimdi vereceğim örnekteki gibi sansüre uğramıştır:

Amerikan televizyon izleyicilerinin, NBC' nin (ki bu kanal o zaman kapanma noktasına gelmişti) çektiği ve Amerika'nın üstünlüğü iddiasını çürütebilecek görüntüleri görmesine izin verilmemişti. (bunların en bilineni, 27 Şubat'ta, savaşın bitmesi üzerine konvoylar halinde ve yayan olarak Kuveyt şehrinden kaçıp, kuzeye Basra'ya doğru yönelen ve yollarda üstlerine yağmur gibi inen napalmlere, radyoaktif seyreltilmiş uranyumlu bombalara ve misket bombalarına hedef olan binlerce Iraklı askerinin yazgısı... Amerikalı bir subayın “hindi avı” diye betimlemesiyle ünlenen kıyımdı) (Sontag, 2004, s. 67). O dönemde bu görüntüler yayınlanamamış ve haberlerinin yapılması Amerikan yönetimi tarafından engellenmiştir. 1. Körfez savaşının bir diğer propaganda faaliyetini ise Faruk Can şu şekilde anlatmaktadır:

“1. Körfez savaşı sırasında ABD Irak'ın tek mama ve süt fabrikasını bombaladı. Ancak olayın üzerinden yıllar ve 2. Körfez Savaşı geçmesine rağmen Bush yönetimi

yapılan hatayı kabul etmedi ve Saddam'ın bu fabrikayı biyolojik silahları geliştirme sahası olarak kullandığı iddiasında bulundu. Bush yönetiminde göre burası bir biyolojik silah geliştirme merkeziydi ve Saddam olayı propaganda malzemesi olarak kullanıyordu.

Bir süre sonra Saddam Hüseyin'in damadı Hüseyin Kamil, 1995 yılında, biyolojik silahların Bağdat'ın 60 mil güney batısındaki Al Hakam'da geliştirdiğini, bunların içinde mama fabrikası bulunmadığını açıkladı. O dönem mama fabrikasının tahrip edilmesi, Irak'ta bebek maması kıtlığına neden oldu ve bir kutu bebek mamasının fiyatı 80 dolara çıktı” (Can, 2005, s. 123).

1. Körfez savaşında yapılan propagandalar için bunlar gibi birçok örnek daha verilebilir. Fakat örneklerden de anlaşılacağı gibi ABD hükümetinin baskısı basını araştırmamaya ve taraflı haberler yapmaya zorlamıştır. Hükümetin uyguladığı propaganda faaliyetleri karşıt görüşleri yansıtmak medya kuruluşlarının susturulması ve savaşa dâhil olan gazetecilerin taraflı yaklaşımlarıyla başarı kazanmıştır. 1. Körfez savaşından yıllar sonra gazetecilerin yaptıkları itiraflar bunun en açık göstergesidir:

Amerikan CNN televizyonunun dış haberler baş muhabiri olan Christiane Amanpour, Irak savaşında sırasında Bush yönetiminin medyayı korkutarak kendi kendisini sansür etmesini sağladığını söyledi. Daha sonra bir itirafta New York Times editörlerinden geldi. Irakla ilgili haberlere yer verilen sayfada yayınlanan makalede “ Bazı durumlarda, o dönemde tartışmalı olan ve şimdi açıkça sorgulanan bazı bilgilerin niteliği yeterince araştırılmadan yayımlandı. Geriye dönüp baktığımızda keşke yeni deliller ortaya çıktıkça ya da iddiaları doğrulayacak delillerin bulunmasında başarısız oldukça, bu iddiaları yeniden araştırma konusunda daha hırslı olsaydık” denildi (Can, 2005, s. 96-97).

Bu itiraflar 1. Körfez savaşında sadece askeri bir katliamın değil basın özgürlüğü ve etiği açısından da büyük sorunlar olduğunu göstermektedir. Toplumun giderek gazetecilere ve yapılan haberlere inancının azaldığı günümüzde 1. Körfez savaşının etkisi görülmektedir. Ama bakıldığında 1. Körfez savaşının devamında gerçekleşecek 2. Körfez savaşı gazeteciliğe yeni bir tanım kazandırmıştır ve gazetecilerin artık tarafsız olma ihtimallerinin az olduğu insanlara hissettirmiştir. Bu sebepten dolayı gazetecilik etkisi bakımından 2. Körfez savaşını yoğunluklu olarak ele almak gerekmektedir.

3.2. 2. Körfez Savaşı

ABD'nin Ortadoğu'da dengelerin tekrar değişmesine yol açacak şekilde yaptığı müdahale II.Körfez savaşı olarak nitelendirilen Irak işgalidir. Irak'ın işgali sadece Irak'la sınırlı kalmayıp önümüzdeki yıllarda tüm bölgeyi etkileyecek gelişmeleri tetiklemiş, etnik ve mezhebi düşmanlıkları körüklemiş, 1917'de yine aynı ülkeler tarafından çizilen sınırlar yeniden çizilme tehlikesiyle karşı karşıya kalmıştır (Çubukçu, 2006, s. 25).

ABD Irak'a igal düzenlemeden önce ve işgal sırasında bir çok propaganda faaliyetinde bulunmuştur. Bu faaliyetler Mete Çubkçu'nun kitabında belirtirdiği gibi Irak sınırları içerisinde birçok karışıklığa neden olmuştur. Aynı zamanda ABD uyguladığı propagandalarla, insanlara, Irak'ın, dünya barışını bozmak isteyen bir ülke olduğuna inandırmıştır. Bu bağlamda Harol Lasswell, savaş propagandasında izlenen stratejiyi şöyle sıralamakta:

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 korumak;
3. Tarafsız ülkelerin dost kalmasını sağlamak, askeri olmayan konularda onlarla iş birliği içerisinde girmek ve bu tür ülkelerin çıkarlarını düşmanın yenilgisiyle özdeş göstermek, düşmanın ülkenin kendi önderlerine olan güvenlerini sarsarak moralini bozmaktır. Bu hedefler kuşkusuz savaş zamanı öncesi gelişmeleri analiz ettiğimizde bu stratejilerde daha fazlasının uygulandığı görülecektir (Can, 2005, s. 78).

ABD 11 Eylül'den sonra teröre karşı savaş söylemiyle dikkatleri üzerine çekti. Yapılan her açıklamada "terörist" kelimesi üstüne basa basa vurgulandı ve Dünya barışı için müdahalenin şart olduğu söylendi. 11 Eylül'den sonra Afganistan'la başlayan bu süreç Irak'la devam etti. ABD'nin Irak'a saldırmak için gösterdiği gerekçe ise Dünya barışını bozmak ve Irak'ın kitle imha silahları üretmesiydi. ABD Irak'a yönelik bu suçlamalarla savaşı meşrulaştırmaya çalışmıştır.

Birleşmiş Milletler kararı olmadan, hiçbir meşru gerekçeye dayanmadan, tüm uluslararası kararları yok sayarak gerçekleşen bu işgal, Ortadoğu Petrolleri ve enerji yolları üzerinde yeni bir hâkimiyet oluşturmak isteyen ABD'nin amacını gerçekleştirmek için izlemiş olduğu bir strateji olarak görülmektedir (Çubukçu, 2006, s. 28).

“Terör saldırısının etkisi, aslında can kaybıyla sınırlı kaldı. Ama teröre karşı verilen tepkinin etkileri, Dünya çapında büyük bir dönüşüme yol açtı. ABD'nin Afganistan ve ardından Irak'a saldırısı, ABD'yi yeni bir dış politika üzerine oturttu ve daha güvenlikçi bir söylem benimsendi. Dünya bir anda Batı ve diğerleri biçiminde ikiye ayrıldı. İslam faktörü daha fazla irdelenmeye başladı. Cihatçı bir İslam algısı dünyaya empoze edildi” (Can, 2005, s. 91).

ABD, 11 Eylül Saldırıları'ndan sonra bir yandan yeni güvenlik stratejileri üretmeye devam edip Aralık 2002 tarihinde yayınladığı “Kitle İmha Silahları İle Savaş İçin Ulusal Strateji” planıyla, en önemli neden olarak gösterdiği kitle imha silahlarının kullanılmasını önlemek için Ortadoğu'da önlem almak istiyordu.

Bu gidişata göre; Yakın zamanda yeni bir Körfez Savaşı'nın olma ihtimali vardı. Kasım 2000 tarihindeki ABD Başkanlık Seçimleri'nin galibi olan Bush ve “muhafazakar şahinler”, yönetime geçtikten kısa bir süre sonra Irak'ta rejim değişikliğini belirten açıklamalar yapmışlardı. 11 Eylül 2001 tarihi, kısa bir süre hedefi El-Kaide ve Taliban rejimine çevirse de bir süre sonra saldırıların, Irak ile bağlantısının olup olmadığı araştırılmaya başlanmıştı. Buna göre, Terörle mücadelenin ilk aşaması, Afganistan'dı. İkinci aşama ise, Irak'ta Saddam Hüseyin'in devrilmesiydi (Günay, 2007).

ABD 19 Mart 2003 tarihinde Irak'ı bombalamaya başladı. Bu bombalamayla birlikte seneler boyunca Saddam Hüseyin'in diktası ve yoksulluğun altında ezilen Irak halkı, kendilerine demokrasi getireceği iddiasıyla şehirlerine saldıran ABD'nin işgaline ve her çeşit saldırıya maruz kaldı. Bölgeyi Saddam Hüseyin diktatörlüğünden kurtararak daha özgür bir ülke haline getireceğini iddia eden ABD ise gerçekleştirdiği işgalle Irak'ı çok daha büyük bir kaosun içine yuvarladı. ABD ve müttefik kuvvetler Irak'ta hiç tahmin etmedikleri bir direnişle karşılaştılar. İkinci bir Vietnam vakası yaşamak istemeyen ABD, bu savaşı sadece dünya ülkelerine değil aynı zamanda Amerikan

kamuoyunda da haklı göstermek mecburiyetindeydi. Bu haklılığı ise ABD yönetimi ana akım medya kuruluşları ile sağlayabileceğini düşünmekteydi (Doğan, 2010).

1.Körfez savaşı ABD ordusunun gövde gösterisi gibiydi. Bir bilgisayar oyunun andıran savaş görüntülerinde bombaların gökyüzünü delen havai fişek gösterileri gibi görüntüleri aktarılıyordu. Cepheye sınırlı sayıda (180) ve o da rotasyon usulü muhabir götürülüyordu. Time dergisi muhabir şefi John Stacks bu savaşı 20.yy'ın "kapıları en sıkı kapalı" savaşı olarak nitelendiriyordu. "Irak ve Kuveyt'te askeri ve sivil ölü ve yaralı sayılarını bilmiyorduk Ayrıca nasıl ve ne kadar sayıda müttefik güçlerin öldürüldüğünü, Irak ulusu ve savaş makineleri ile iletişim ağlarına gelen zararı da v.s hiç bilmiyoruz" (<http://www.radikal.com.tr>, 10.08. 2009).

ABD 1. Körfez Savaşında kazandığı medya savaşı başarısını 2. Körfez Savaşında da devam ettirmek istemiştir. Bu sebepten dolayı 2. Körfez Savaşı başlamadan evvel ABD'nin yaptığı propagandalar medya kuruluşları tarafından insanlara sıkça sunulmuştur. ABD'nin sunduğu bilgilerin aksini iddia eden yayımlar aynı sıklıkta yayınlanmamıştır. ABD savaşa girerken Dünya'ya Nükleer silah üretimini sebep göstermiştir. Oysaki 2. Körfez Savaşının birçok nedeni olduğu düşünülmektedir.

3.3. Körfez Savaşının Nedenleri

ABD, 2001 yılının Ekim ayında Afganistan'a müdahalede bulunmuş ve müdahaleden sonra diğer bazı Batılı ülkelerin de desteğiyle bölgede fazla bir sorun yaşamamıştır. Bush'un 11 Eylül Saldırıları'ndan sonra "şer eksenini (axis of evil)" olarak tanımladığı kritik eksenin içinde teröre destek vermekle suçladığı Irak, başı çekmiştir (Günay, 2007).

ABD Ortadoğunun yeniden şelilenmesi üzerine planlarını başkanlık seçimleri yapıldıktan sonra açıkca vurgulamaya başlamıştır. 1. Körfez Savaşın'da ABD 'nin başkanı olan George Herbert Walker Bush oğlu George Walker Bush 2001 seçimlerinde ABD'nin yeni başkanı olmuştur. Bush başkanlık seçimini kazandığı tarihten itibaren 11 Eylül olayını araştırmak ve kimlerin bu faaliyeti gerçekleştirdiğini ortaya çıkarmak için araştırmalar yaptırtmıştır ve bu araştırmaların sonucunun Iraka kaynaklı olduğunu öne sürmüştür.

Eski CIA Başkanı James Woolsey Irak Hükümeti ile bin Laden ve El-Kaide örgütü arasındaki bağlantıyı kanıtlamaya çalışmaktaydı. Bush Doktrini'nin zaman içinde

yeni ilavelerle uygulama alanının genişletildiği görülmekteydi. “Önleyici Savaş Stratejisi” adı verilen politika çerçevesinde ABD yönetimi, önleyici savaş ve önceden saldırı kavramları doğrultusunda artık çok taraflı işbirliği yerine tek taraflı inisiyatif kullanarak Amerikan çıkarlarını ve güvenliğini savunmaya dönük bir strateji izleyeceğini ortaya koymaktaydı (Arı, 2004, s. 496).

Bu sürecin devamında ABD, Amerikan çıkarlarını ve güvenliğini savunmaya dönük bir politika izlerken Irak yönetiminin Bağdat’ta askeri eğitim kampları oluşturduğuna ve Boeing savaş uçakları olduğuna dair iddia ortaya atmıştır.

“Kampın içinde bulunan uçak, Boeing değil; Rus yapımı Antonov uçağıdır. Dediklerine bakılırsa, kampta birebir ölçekli demiryolu, otobüs, bina maketleri varmış. Bunların hepsi rehine kurtarma eğitiminin yapıldığı bir kampta görebileceğiniz şeylerdir. Bu kamp da 1980’lerin ortasında İngiliz istihbaratının gözetiminde bu amaçla kurulmuştur. Aslında İngiliz SAS özel hareket kuvvetleri Iraklılara rehine kurtarma tekniklerini öğretmek için gönderilmişlerdi. Ulusal bir havayolu kuruluşu olan ve teröristlerin saldırısına maruz kalan her ülke- Irak da o zamanlar İran ve Suriye tarafından tehdit ediliyordu- buna ihtiyaç duyar. Irak, Salman Pak’ı 1992’ye kadar rehine kurtarma eğitiminin verildiği bir tesis olarak kullandı. 1992’de artık çalışan bir havayolu kuruluşu kalmadığı ve demiryolları işlemez hale geldiği için tesisler, Irak istihbarat örgütüne, özellikle de Dış Tehditler Dairesi’ne devredildi. Bunlar, çeşitli ülkelerin pek çok kaynağınca belgelenmiş olgulardır” (Ritter- Rivers, 2002, s. 47).

Irak, ABD’nin büyük ölçekli tepkisine yol açacak davranışlardan kaçınmakla birlikte, sistematik bir şekilde uçuşa yasak bölgesi ihlal etmiştir. Örneğin, Amerikan kaynaklarına göre 1999’da Irak’ın gerçekleştirdiği ihlal sayısı 600’dü ve bu ihlaller, uçuş yasağına uyulmaması, koalisyon uçaklarına uçaksavar ve yerden havaya füzelerle ateş açılmasından oluşmaktaydı. Bu sebepten dolayı ABD ve İngiliz uçakları, hiçbir karar bulunmamasına rağmen Bağdat dahil Irak içinde nerede askeri faaliyetten veya kendileri açısından tehlikeli gördükleri herhangi bir şeyden şüphelendilerse orayı vurarak imha etmişlerdir (Özkan, 2003, s. 82).

Irak petrolünün doğrudan kontrolü, sadece petrolü satmayı ve elde edilecek geliri değil, aynı zamanda ABD Hükümeti'nin istediği an piyasaya süreceği petrol miktarını belirleyerek petrol fiyatını denetlemesini ve ABD dolarının diğer ülkeler tarafından petrol alışverişinde kullanılmasını sağlayacaktır. Çünkü Saddam Hüseyin, 1999 yılında Irak petrollerinin uluslar arası piyasada çıkışını Euro'ya endekslemiştir. ABD, dünyada kalan 50 yıllık petrol rezervine sahip olmanın peşindedir (Çiloğlu, 2003, s. 8).

Sonuç olarak Irak' ta kitle imha silahı ve 11 Eylül olayıyla ilgili kesin bir delil bulunamamasına rağmen, meşru bir gerekçe uygulamadan Irak'ın toprak bütünlüğünün bozulması, AB, Rusya, Çin, Japonya, Türkiye, Suriye ve İran'ın tepkisini ABD'ye yönlendirmesine neden olmuştur (Günay, 2007). Fakat bir çok ülke tarafından tepkiler gelse de ABD Irak işgaline başlamıştır.

3.4. 2. Körfez Savaşının Kronolojisi

19 MART: ABD Merkezi Haberalma Teşkilatı CIA'nın Başkanı George Tenet, Bağdat'ın, El-Kaide örgütüyle temaslarda bulunduğunu ve Irak veya İran'ın ABD'de 11 Eylül 2001'de düzenlenen saldırıları desteklediğini düşündüklerini belirtti.

24 EYLÜL: Londra, Saddam Hüseyin'in 45 dakikalık bir sürede kitle imha silahlarını (KİS) kullanabileceğine dair Irak silahlanma programı dosyasını yayınladı.

15 OCAK: 50 binden fazla Amerikan askeri Körfez'e konuşlandı, 20 bin yedek askere de sefer görev emri çıkarıldı.

5 ŞUBAT: ABD Dışişleri Bakanı Colin Powell, Güvenlik Konseyi'nde yaptığı konuşmada, Saddam Hüseyin'in işbirliği yapmadığı konusunda "kanıtlar" bulunduğu ve bunun bedelini ödeyeceği şeklinde ciddi suçlamada bulundu.

4 MART: Pentagon, 230 bin Amerikan askerinin Irak kapılarına dayandığını, diğer 60 bini askerinin de harekete geçirildiğini belirtti.

20 MART: Bush yönetimi savaşı başlattı.

Irak savaşının 20 Mart 2003'de başlamasından bu yana geçen bir yılda, ABD ve İngiltere'nin oluşturduğu koalisyon kuvvetleri, çok sayıda saldırıya ve suikaste uğrayıp 650'ye yakın görevlisini kaybetti.

20 MART: ABD, savaşı, "Irak'ın Özgürleştirilmesi" sloganıyla başlattı. Amerikan uçakları, günlerce sürecek hava bombardımanına başladı. Amerikan ve İngiliz kara kuvvetleri, Irak'ın güneyine girdi.

9 NİSAN: Bağdat düştü. Saddam Hüseyin'in dev heykelinin devrilmesi, rejimin çöktüğünün habercisiydi. Şehirde yağmalar başladı.

10 NİSAN: Koalisyon kuvvetleri Irak'ın yarısından fazlasını işgal etti.

11 NİSAN: Kerkük'ten sonra Musul da Amerikalıların eline geçti.

6 TEMMUZ: Paul Bremer, "Geçici Yönetim Konseyi" kurulmasını onayladı. İlk toplantı ayın 13'ünde yapıldı.

3 EYLÜL: Saddam Hüseyin sonrası ilk hükümet kuruldu. ABD ve İngiltere'den sonra Polonya, bir işgal bölgesinin yönetimini aldı.

2 EKİM: Irak Gözlem Grubu, ülkede hiçbir kitle imha silahı bulunmadığını açıkladı.

23 OCAK: David Kay, Irak'ta kitle imha silahlarını arayan Irak Gözlem Grubu'ndan istifa etti. Kay, ABD ve İngiltere'nin istihbarat servislerini, kitle imha silahlarının varlığını abartmakla suçladı.

8 MART: Geçici Anayasa imzalandı ve 30 Haziran'da iktidarın Iraklılara devrinin yolu açıldı (<http://hurarsiv.hurriyet.com.tr/>, 01/03/2013).

3.5. 2. Körfez Savaşında Uygulanan Propaganda

3.5.1. İliştirilmiş Gazetecilik (Embedded Journalism)

2. Körfez savaşı öncelikli olarak gazeteciliğe yani savaş – medya ilişkisine yeni bir terim ve boyut kazandırmıştır. Ortaya çıkan terim: İliştirilmiş Gazeteciliktir.

İngilizce “*embedded*” kelimesi Oxford sözlüğüne göre, bir ortama, mekana sağlamca tespit edilmiş demek. Fransızca’da ise “*embedded*” sözcüğüne karşılık olarak sözlükler “*encastre*” kelimesini kullanıyor. Her iki sözcükte parça ile bütün arasında sıkı bir ilişki, yapışmışlık, gömülmüştük fikrini ön plana çıkartıyor (Can, 2005, s.111 - 112).

Bu bağlamda Pentagon “embedded” diye bir gazetecilik kavramı oluşturmuştur. “embedded”ın Türkçe karşılığı içine konmuş, gömülmüş, iliştirilmiş anlamına gelmektedir. Burada da Amerikan ya da İngiliz birliklerine bağlanmış, iliştirilmiş, adapte edilmiş, ataşlanmış haberciler için kullanılmıştır. İliştirilmiş haberci olmak için yaklaşık 20 sayfalık bir sözleşme imzalamak gerekmektedir.

“İliştirilmiş gazeteci” formülü, ABD'nin savaşı, tıpkı bir ürün gibi ambalajlayıp pazarlama ihtiyacından doğmuştur. “Embedded” formülü Pentagon Sözcüsü Victoria Clarke ve danışmanları tarafından geliştirilmiştir. Onay veren ise ABD Yönetimi'nin şahinlerinden Savunma Bakanı Donald Rumsfeld'dir. Kurallar ise Pentagon ile basın temsilcileri arasındaki pazarlıklar sonucunda belirlenmiştir.

Sadece Fox, CNN, NBC, CBS gibi büyük TV kanalları ve New York Times, Washington Post, Washington Times, Los Angeles Times gibi etkin gazeteler değil, aynı zamanda MTV, Rolling Stones, People, Men's Health gibi esas ilgi alanı savaş olmayan basın kuruluşlarının muhabirleri de bu programa dahil olmuştur. El Cezire, gibi yabancı gazeteler de, Körfez'deki tank, zırhlı araç ya da savaş gemisinden haber verebiliyorlardı” (<http://arama.hurriyet.com.tr/>, 05/03/2013).

Herhangi bir kurumu ya da olayı izleyecek olan muhabir, söz konusu kurumun yetkilisine, gazetesi adına başvurur, gerekli bürokratik işlemleri yerine getirdikten sonra bu kurumun nezdinde ya da izlenip aktarılacak olay için, akredite olmaktadır. Akreditasyon yönteminde, muhabir ile haber kaynağı arasında nispeten bir mesafe vardı. İliştirilmiş gazetecilikte ise bunun tam tersi bir uygulama görülmektedir.

ABD, 2. Körfez Savaşı başlamadan evvelsavaşa katılan sözleşmeli gazetecileri kendi askeri eğitim kamplarına çağırmıştır. Burada gazeteciler, 2-3 aylarını ABD askerleriyle beraber geçirerek, silah ve savaşla ilgili eğitim almışlardır. Bu eğitimden başarıyla geçen gazetecilerimzaladıkları 20 sayfalık anlaşma gereği ABD ordularıyla beraber savaşa götürülmüşlerdir (<http://bianet.org/bianet/medya/18038/>, 05/03/2013).

İliştirilmiş gazeteciler aynı zamanda protokol imzalamak zorundalar. Bu protokolü imzalamayanlar yada kurallara uymayanların akreditasyonları hemen iptal ediliyor. İşte bu protokolden bazı önemli satır başları:

1. .1Muhabirler, ABD birlikleriyle hareket ederken kendi araçlarını kullanamazlar.

2. Normal haberleşme imkanlarında zorluk yaşandığında muhabirler, askeri imkanlardan yararlanabilir.
3. Habercilere ekipman konusunda bir sınırlama yok. Ancak komutanlar, güvenlik açısından uygun görmediklerinde yayınlarını keserler.
4. Medya personeli, savaş şartlarına ayak uydurmakta zorlandığında geri gönderilir.
5. Habercilere olası biyolojik, kimyasal yada nükleer saldırıya karşı gerekli teçhizat dağıtılır. Ancak maliyet kısmen ordu, kısmen medya kuruluşu tarafından karşılanır.
6. Komutanların vermedikçe, flaş yada tv spotu kullanılmaz.
7. Haberde askeri birliklerin genel sayısı, can kaybı verilir.
8. 72 saat geçmedikçe ölen yada yaralanan ABD askerlerinin adı verilmez.
9. Önceki çatışmalarda ele geçirilen düşman askerleri konusunda bilgi verilebilir (Can, 2005, s. 113).

Komutanlar, operasyonların selameti açısından ambargo uygulayabilir.

Sayıları 500 ile 600 arasında olduğu söylenen iliştilmiş habercilerin, Pentagon'un kurallarına göre oynaması gerekmektedir. Aksi halde, akreditasyonlarının iptal edilmektedir. (<http://arama.hurriyet.com.tr/07/03/2013>)

“İliştirilmiş gazeteciliğin yazılı olmayan ve yazılı kurallardan daha tehlikeli bir boyutu da var. Farkında olmadan kendinizi arasında olduğunuz askerlerin bir parçası gibi hissetmeye başlıyorsunuz. Cüneyt Özdemir bu konuya ‘‘ çok tehlikeli bir tuzak gibi... cümleleriyle yer veriyor. Onlar hakkında almak istedikleri her bilgi ister istemez gazetecileri askerlere daha fazla yaklaştırıyor’’ (Cüneyt, 2003, s. 197).

Göreve çıkmadan önce sayfalar dolusu “taahhütname”yi zorunlu olarak imzalayan muhabirlerin, tabii ki istedikleri herşeyi söylemeleri veya yazmaları düşünülemezdi. ABD'nin Irak savaşında uygulamaya çalıştığı “şok ve dehşet” stratejisinin fikir babası olan M.Ö. 5'inci yüzyılda yaşamış Çinli stratejist Sun Tzu, savaşta planların, askeri gücün büyüklüğü, konumu konusundaki birliğin düşmandan sıkı sıkı

saklanması gerektiğini vurgulamıştır. İşte habercilerden de savaşta bu stratejiye sadık kalmaları istenmiştir. Haberciler en gizli brifinglere katılıp, üst düzey komutanlardan bilgi almış, uydu resimlerinden savaş alanındaki son gelişmelerden haberdar olmuş, ancak komutanların izni olmadan ne bilgi, ne de görüntü geçebilmişlerdir (<http://arama.hurriyet.com.tr/>, 07/03/2013).

İliştirilmiş gazeteciliğin gazetecilik etiğine ne kadar uygun olduğu ve askerlerle beraber bulunan gazetecilerin ne kadar özgür olabildikleri 2. Körfez savaşının başından itibaren tartışılan bir konu olmuştur. 2. Körfez savaşında Irak'ta gazeteci olarak buluna Murat Sezer ve Erhan Sevenler yapılan röportajlarda İliştirilmiş gazetecilik için şunları söylemişlerdir:

“...Engelleme dediğiniz noktada zaten bir şekilde onlarla beraber dolaştığınızda bir şekilde engelli oluyorsunuz. Engelinizde ulaşım. Yani bir yere gitme. Siz devam ediyorsunuz ben kalayım ya da dur benim için beş dakika, ihtiyaç molası ya da fotoğraf molası. Böyle bir şey mümkün değil. Yani ordunun bir güzergâhı ve düzeni var, bir programı var. Sen aynen ona ilâştiriliyorsun. Yani bir böcek, sinek gibi üstündesin. O nereye giderse sen oraya gidiyorsun. En büyük handikapı bu... Bunun sonucunda da onlar sana ne göstermek isterse onu görebilirsin (Murat Sezer 11/02/2013).

“...Zaten ilâştirilmiş muhabirsen belli şeyleri çekip belli şeyleri çekemezsin. Belli şeyler edit edilir. Senin tarafından değil, orada bir birlik komutanı veya kimse bu konunun sorumlusu... Sansür ve abartı ilâştirilmiş gazetecilikte çok yoğun. Yoğunluk had safhada... Bence gazeteciler ilâştirilmiş olmamalıdır... Geleneksel haberciler olarak bizim konumumuz şudur; gittin savaş bölgesinde her iki tarafında tarafında olmaman gerekir, her iki tarafında sağladığı olanakları kullanmaman gerekir... İliştirilmiş gazeteciliğin esas amacı Gazetecileri kontrol altında tutmak. Aman bizden habersiz bir şey yapmasınlar. Çünkü gerçekten bir sızarsa herhangi bir fotoğraf, her şeyin kaderini değiştirir (Erhan Sevenler 15/01/2013).

3.5.2. 2. Körfez Savaşındaki Propaganda Örnekleri:

Günümüzde insanlar bir bilgi bombardımanına maruz kalmaktadır. Gelişen teknoloji çağımızda her ne kadar bilgiye ulaşımı kolaylaştırmış olsa dahi yeni sorunları da beraberinde getirmektedir. Bu sorunların en başında ulaşılan bilginin doğruluğunun

ne derece olduğu yatmaktadır. Özellikle kamunun ve kamuoyunun oluşumunda büyük etkisi olan basın yayın organlarının bilgi akışındaki doğruluk, gerçeklik payı gün geçtikçe daha çok tartışılır hale gelmektedir. Günümüzde enformasyon dezenformasyonu berberinde getirmektedir. Özellikle savaş dönemlerinde dezenformasyon psikolojik savaşın en önemli unsuru olmuştur. Bu yöntemle yanlış veya eksik bilgi verilerek (dezenformasyon yapılarak) kamunun ve kamuoyunun algısı yönlendirilmek istenmektedir. Bu sürece enformasyon veya dezenformasyon mercii olan medya da dahil olmaktadır.

3.5.2.1 Kitle İmha Silahlarıyla İlgili Haberler

II. Körfez Savaşı, birincisine oranla çok daha sofistike yöntemlerin kullanıldığı bir propaganda savaşı olarak cereyan etmiştir. Geçmişe nazaran her iki taraf da, hem Amerika hem de Irak, oldukça dikkatli davranmışlardır. Buna örnek vermek gerekirse; I. Körfez Savaşı'nda ABD, savaşa başlamadan önce CNN kanalından gazetecileri Irak'a yerleştirmiştir. 2. Körfez savaşında ise Irak yönetimi bu durumu değiştirmek ve medya savaşında ABD'ye direnebilmek amacıyla bir takım tedbirler almıştır. Bu tedbirler doğunun sesi olması amacıyla kurulan El Cezire, Abu Dabi TV televizyoları olmuştur. Aynı zamanda Beyaz Sarayın yaptığı propagandalara karşı Irak'da Irak Enformasyon Bakanı Muhammed El-Sahaf görevlendirilmiştir (Can, 2005, s. 81). Savaşta birçok propaganda faaliyeti gerçekleştirilmiştir. Bunların bazıları şöyledir:

2. Körfez Savaşıyla ilgili propaganda faaliyetlerine ilk örnek olarak Amerika'nın eski Dışişleri Bakanı Colin Powell'ın ve ABD Başkanı G. Bush'un savaş başlamadan evvel Amerikan ve Dünya kamuoyunu etkilemek üzerine yaptığı açıklamalar verilebilir. İlk olarak Dışişleri Bakanı Colin Powell bütün dünyaya yaptığı açıklamayla Irak'da kitle imha silahları olduğunu söylemiştir ve Amerikanın Dünya barışı adına duruma el atması gerektiğini vurgulamıştır:

“Abd'nin 2.Körfez Savaşı sırasındaki Dışişleri Bakanı Colin Powell, Irak'ın gerektiği şekilde silahsızlanma çabası göstermediğini söyledi. Powell, Amerikan istihbaratlarının, Irak'ın BM denetçilerinden silahları sakladığını gösterdiğini belirtti. ABD Dışişleri Bakanı, amacının tüm ek bilgileri uluslararası toplulukla paylaşmak olduğunu da ifade etti. Colin Powell, Irak'ın uluslararası denetçilerden bir şeyleri gizlemek için "sistem" kurduğunu söyledi. Irak'ın kitle imha silahlarıyla ilgili

belgeleri de yok ettiğini kaydeden Powell, Konsey'e, Iraklı yetkililer arasında, yasak araçların BM denetçilerinden saklanmasıyla ilgili konuşmaların yer aldığı kasetleri dinletti. "Irak en üst düzeyde yanıltma ve aldatma politikası izledi" diye konuşan Powell, Irak'ın yasak silahlar konusunda aldattığını gösteren uydu fotoğraflarını da gösterdi. ABD Dışişleri Bakanı Colin Powell, Saddam rejiminin Iraklı bilim adamlarını ölümlerle tehdit ettiğini, bazı insanları da denetçilerden saklamaya çalıştığını söyledi. Silah ve mühimmat depoları ile silah denetçileri varmadan tesisin zararlı kimyasal maddelerden arıtıldığını gösteren fotoğraflar sunan Powell, böylece silah denetçilerinin bir şey bulamadığını ifade etti. Colin Powell, Irak'ın 100 ila 500 ton kimyasal silah malzemesi bulunduğunu tahmin ettiklerini söyledi. Powell, Irak'ı nükleer bomba elde etmeye çalışmakla ve uzun menzilli füze programına sahip olmakla suçladı. Powell, Amerikan istihbaratına göre, Irak lideri Saddam Hüseyin'in El Kaide terör örgütüyle bağlantısı olduğunu söyleyerek, Irak'ın, El Kaide lideri Usame Bin Ladin'in yardımcısı ve işbirlikçisi Ebu Musab Zerkavi'nin terörist örgütünü barındırdığını öne sürdü" (<http://www.habervitrini.com/>, 15/03/2013).

Dünya barışının tehlikede olduğunu ve Irak'ta nükleer silah olduğunu belirten en önemli kişi ise o dönemin ABD Başkanı George Bush'tur. Bu açıklamalar tamamen dünya kamuoyu işgale hazırlanmak amacıyla hazırlanmış ve propaganda niteliği taşıyan açıklamalardır:

1. " ABD Başkanı, bugün Washington'un terörizme karşı savaşta karşı karşıya kaldığı en büyük tehlikenin, nükleer, kimyasal ve biyolojik silah arayışındaki kanunsuz rejimler olduğunu söyledi. Bush, bu rejimlerin, şantaj, terör ve kitle katliamları için ellerindeki silahları kullanabileceği veya bu silahları teröristlere vermekten çekinmeyeceğini kaydetti.

İstihbarat kaynaklarına göre Saddam'ın, 500 ton sarin, hardal ve VX sinir gazı üretme kapasitesinin bulunduğunu tespit ettiklerini, Irak'ın elinde şarbon bakterisini tuttuğunu belirten Bush, bunlara ilişkin Saddam'ın hiçbir bildirimde bulunmadığını ifade etti.

ABD Başkanı, İngiliz hükümetinin, Saddam'ın, Afrika'dan, nükleer silah yapımında kullanılmak üzere önemli ölçüde uranyum arayışında olduğunu öğrendiğini de konuşmasında kaydetti.. Bush, "Irak diktatörü silahsızlanmıyor. Tam tersine aldattıyor" ifadelerini kullandı.

ABD Başkanı, "11 Eylül'dekine benzer şekilde 19 teröristin bu kez Saddam'ın yardımıyla ele geçirdikleri kitle imha silahlarıyla uçak kaçırıp benzer saldırı düzenlediğini düşünün. O günün gelmemesi için elimizden ne geliyorsa yapacağız" dedi.

Irak halkına da "Sizin düşmanınız ülkenizi yöneten kişidir" diye seslenen Bush, Irak'ın, çocuklarının gözü önünde insanlara elektrik şoku, kızgın ütü, deriye asit damlatma, dil kesme ve tecavüz gibi işkenceler uyguladığını savundu.

2. *Bush, Amerikan Kongresi Temsilciler Meclisi'nde yaptığı konuşmada, Washington'un "İran halkının özgürlük içinde yaşama umudunu desteklediğini" söyledi.*

"Tahran hükümetinin, halkını baskı altında tuttuğu, kitle imha silahlarının peşine düştüğü ve terörü desteklediği" ifadesini kullanan Bush, insan hakları ve demokrasiden bahseden İran vatandaşlarının de ölüm ve sindirilme tehdidi altında olduğunu ileri sürdü. İranlıların, bütün insanlar gibi kendi hükümetini seçme ve kendi kaderini tayin hakkı bulunduğunu söyleyen Bush, alkışlar arasında "ABD, onların özgürlük içinde yaşama isteğini destekliyor" dedi.

3. *ABD Başkanı George Bush, "ulusa sesleniş" konuşmasını yaparken, polisin konuşmanın yapıldığı Kongre binasında olası kimyasal ya da biyolojik saldırıya hazırlık olarak gaz maskeleri bulundurduğu bildirildi.*

Güvenlik güçlerinin 11 Eylül saldırılarının üzerinden yaklaşık 16 ay geçmesinden sonra bile risk almak istemeyerek, Kongre kompleksi Capitol Hill etrafındaki yolları kestiği, köpeklerle arama yapılmasından sonra geçişlere izin verildiği, Capitol'ün her katına sivil ve üniformalı ajanlar yerleştirildiği belirtildi (<http://arama.hurriyet.com.tr/>, 20/03/2013).

ABD Başkanının yaptığı bu açıklamalarla ABD'nin Irak'a saldırmasının dünya gözünde doğru bir adım olduğunun vurgulamayı hedeflemiştir. G. Bush'un açıklamalarından sonra haberin devamında Bush'un konuşma yapacağı yerin ciddi güvenlik önlemleri altında tutulduğunu vurgulayan haberde verilmek istediği mesaj ise: Dünya barışını isteyen ve savunan bir devlet adamının bile terör örgütü tarafından tehdit altında olduğu vurgulanmaya çalışmaktır. Bu sayede tüm dünyanın terör saldırılarına maruz kalabileceği imajı çizilmeye çalışılmıştır.

Amerikanın eski Dışişleri Bakanı Colin Powell ve ABD Başkanı G. Bush'un yaptığı bu açıklamalara bir destek de İngiltere'den gelmiştir. 2.körfez savaşında ABD'nin ittifakında olan İngiltere'nin saygın gazetelerinden The Sunday Telegraph gazetesi Dünya kamuoyunu işgale hazırlamak amacıyla Irak lideri Saddam Hüseyin'in elinde patlamaya hazır iki nükleer bombanın bulunduğu ve yeni bombaların yapılmasına yönelik çalışmaların sürdüğü yolundaki iddialarına yayınlamıştır:

“Irak'tan kaçan askeri mühendise göre, bombalar Irak'ın kuzeydoğusunda, İran sınırındaki Hemrin bölgesinde yapılıyor. En az ikisinin kullanıma hazır olduğunu öne süren askeri mühendise göre, UNSCOM müfettişlerinin Irak'a gelmelerinden önce 47 olan bomba yapımıyla ilgili fabrika sayısı 64'e ulaştı.

Güvenlik uzmanları, ifadenin doğru olabileceğine Hemrin'in gerçekten de çok iyi korunan bir bölge olması nedeniyle ihtimal veriyor. Irak'tan kaçan askeri mühendis de bunu doğrularken, bölgenin özel şekilde korunduğunu ve yer altında da pek çok sığınak kazıldığını belirtiyor. Askeri mühendise göre, proje hakkında bilgi sahibi olanların sayısı da kısıtlı” (<http://hurarsiv.hurriyet.com.tr/>, 25/03/2013).

Amerika'nın 2. Körfez Savaş'ına girmeden Dünya kamuoyu üzerinde başlattığı bu propaganda etkisini göstermiştir. Amerika uyguladığı propagandayla Irak'a saldırmış olmasını kendi halkı ve dünya kamuoyu üzerinde meşrulaştırmayı amaçlamıştır. O dönem Irakta bulunan Savaş Fotoğrafçısı Erhan Sevenler bu konuyla ilgili röportajında şunları belirtmiştir: “Büyük bir yalan Irakta kitle imha silahı yoktu. Daha sonra kendileri itiraf ettiler zaten. Ne kimyasal hiçbir şey yoktu. O dönemki CAI başkanı, savunma bakanı istifa etti olayların devamında. Çünkü çok zor durumda kaldılar. Kendileri icat ettiler. Bütün bastıkları yerler de hiçbir şey bulamadılar. Her şey yanlış çıktı yani. 2 milyona yakın insanı öldürdüler... Hayır, tabi ki özgürlük getirmediler. Gidip görebilirsin. Ben savaştan sonrada bir süre orada kaldım. Yok öyle bir şey tamamen yalan.” (Erhan Sevenler 15/01/2013)

Savaş sona erdiğinde Dış İşleri Bakanı Colin Powell yaptığı açıklamayla Irak'ta kitle imha silahının bulunamadığını bütün dünya'ya şu şekilde açıklamaktadır:

“Powell, NBC televizyonuna yaptığı açıklamalarda, “Irak'ın kamyonlar, trenlerle kitle imha silahı taşıma yeteneklerine sahip olduğu CIA tarafından kaydedilmişti. Ne yazık ki, (kitle imha silahlarının) bu çok yönlü kullanım imkanları üzerine bu bilginin

zamanla doğru olmadığı ortaya çıktı” demiştir. Bununla beraber Powell’ın BM’ye yaptığı açıklamalarda net ifadeler içermektedir: ‘Irak’ın kitle imha silahları raporunu BM’ye sunduğumda, istihbarat kaynaklarının ortak yargısını içeriyordu. Bu istihbarat kaynağı hatalıydı. Yanlış yönlendirici bilgi tasarlanarak aktarılmıştı.’ (Can, 2005, s 127)

Bu konuyla ilgili olarak 2. Körfez Savaşında AP’nin Muhabiri olarak Irak’ta bulunan Murat Sezer ropörtajında şunları söylemektedir: “Hep nükleer silahlar olduğundan dem vuruldu. Öyle işgal başladı. Tabi gazetecilerin bu işgal sonrasında Irak’ın bu nükleer bombası olduğu iddia edilen yerlere gitmesi engellenemedi. Oralara gidildi. Bende gittim ve gördüğüm boş bir sürü plastik varıldı. O varilleri de zaten hani nükleer tesisti; savaş başladıktan sonra o tesisler halk tarafından talan edilmiş, bütün o varilleri insanlar evlerine götürmüşler ve su, yiyecek kabı olarak kullanmışlar... Nükleer tesisti madem niye ordular oraları kuşatmadı?” (Murat Sezer 11.02.2013).

Verilen haberler incelendiğinde ABD’nin kara propaganda uyguladığı görülmektedir. Yalan, sahte delil ve iftira içeren bilgiler insanlarla paylaşılarak kamuoyunu yönlendirmek hedeflenmiştir.

3.5.2.2. Şarbon Saldırısıyla ilgili Haberler

2. Körfez Savaşı’nın bir diğer önemli propaganda faaliyeti ise şarbon krizidir. Savaştan iki yıl önce, 11 Eylül hadiselerinin hemen sonrasında gerçekleşen “Şarbon terörü” vakası da, ABD yönetimi Dünya kamuoyuna şarbon terörünün Irak’la ve Saddam Hüseyin’le ilgili olduğunu söylemiştir:

Kişi ya da kişilerin 11 Eylül saldırılarının hemen ardından Trenton, New Jersey’den postaladığı benzeri mesajlar ve toz halde şarbon içeren mektuplar tüm dünyada panik etkisi 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 Brokow’a, dördüncüsü ABC News’e, beşincisi ise CBS’nin ünlü haber spikeri Don Rather’e gönderildi. Mektupların diğer ikisi ise 9 Ekim’de 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. (Washington Post, 26–10–2001)

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 olmuştur. Oysa araştırmalar gösteriyor ki, şarbonun vücutta enfeksiyon başlatabilmesi için en az 10.000 şarbon sporunun koklanarak ciğere çekilmesi gerekmektedir. Bu nedenle şarbon, teröristler tarafından silah haline getirilemez ve başarılı bir şekilde de askeri silah olarak kullanılamaz. (Can, 2005, s. 125-126).

ABD şarbon Terörüyle ilgili yaptığı açıklamalarda propagandanın Yanlılık ve Tek Düşman kuramını uygulamayı hedeflemiştir. ABD'nin yapmış olduğu bu açıklamalarla toplum üzerinde korku duygusunu yaymayı hedeflediği görülmektedir. Medya ise bu olayın detayına inmemiş ve sadece önüne sunulan bilgiler doğrultusunda yayın yapmıştır.

3.5.2.3. El Sahaf'la İlgili Haberler

Başta Şark işi bir masa örtüsü üzerinde başlayan hücum, gün geçtikçe gelişmiştir. Bakanın arkasına önce Irak'ın simgesi kartal, sonra bir harita ve nihayet “düşman dilinde yazılmış” Ministry of information yazısı iliştilmiştir. El Sahaf, Önüne yığılan onlarca mikrofona “ister İngilizce, ister Arapça sorun” demiş ve iki dilde de düşmanlarına karşılık vermekten çekinmemiştir: (Can, 2005, s 142)

1. *“Irak Enformasyon Bakanı Muhammed El Sahaf, koalisyon güçlerinin hava saldırılarında Basra'da 77 sivilin öldüğünü, 366'sının da yaralandığını söyledi. El Sahaf, yaptığı açıklamada, Umm Kasr'da da yoğun çatışmaların olduğunu belirterek, “Irak askerlerinin ülkenin bu küçük köşesinde saldırganlara direndiğini” ifade ederek “Paralı askerleri Umm Kasr'da tokatladık; sonra arkalarını tekmeleyeceğiz” dedi.*
2. *7 milyon sıradan Irak vatandaşının savaşıma hazır beklediğini belirten Muhammed El Sahaf, şunları söyledi: “Misket bombaları ve havan topu kullanmaya başladılar. Basra şehrinde misket bombaları yüzünden 77 kişi öldü, 366 kişi yaralandı. Franks'di galiba adı. Dedi ki, ‘Şehirlere girmeyeceğiz’. Ama bu köpek misket bombalarıyla çocukların öldürülmesi emrini verdi. Düşman şu anda şoke olmuş ve dehşete düşmüş durumda” diyen*

El Sahaf şöyle konuştu: “Askerlerimiz Umm Kasr’da dört gündür kahramanca savaşıyor. Amerikan gangsterlerine karşı böyle savaşıyoruz. Irak nasıl savaşılmaması gerektiği konusunda örnek olacaktır. Amerikanın siyonist komplosu dünya tarafından kabul görmeyecek” (www.arsiv.ntvmsnbc.com/, 27/03/2013)

3. *Irak Enformasyon Bakanı Muhammed Said El Sahaf, Irak güçlerinin 3 Amerikan helikopteri düşürdüğünü söyledi.*

El Sahaf, başkent Bağdat’ta yaptığı açıklamada, geçen gün 3 Apaçi helikopteri düşürdüklerini ve 8 düşman askeri öldürdüklerini belirtti. El Sahaf, son 24 saat içinde 16 Iraklının öldüğünü ve 95’inin yaralandığını da söyledi. Irak Devlet Başkan Yardımcısı Taha Yasin Ramazan ise, Arap Birliği’nin savaş konusundaki tutumunu sert bir dille eleştirdi.

El Sahaf, başkent Bağdat’ta yaptığı açıklamada, geçen gün 3 Apaçi helikopteri düşürdüklerini ve 8 düşman askeri öldürdüklerini belirtti. El Sahaf, son 24 saat içinde 16 Iraklının öldüğünü ve 95’inin yaralandığını da söyledi (<http://arsiv.ntvmsnbc.com/>, 29/03/2013)

4. *Muhammed el Sahaf: Amerikan ve İngiliz askerlerine yönelik kullandığı argo kelimeler ve düşman güçlerini küçümseyen sözleriyle enformasyon savaşında Amerika’yı epey zorlayan El Sahaf, ABD tanklarının Filistin Oteli önünde görüldüğü gün aniden ortadan kayboldu. Bakan El Sahaf’ın gösterdiği medyatik kişilik tüm dünyada büyük bir sempati meydana getirmişti. Muhammed El Sahaf için internette bir site de oluşturuldu. Hayranları tarafından El Sahaf’a ithaf edilen sitenin adresi ise “Irak Enformasyon Bakanı’ni seviyoruz” sözünün İngilizcesi ile aynı: www.welovetheiraqinformationminister.com Tüm dünyada herkesin Irak lideri Saddam Hüseyin kadar Enformasyon Bakanı El Sahaf’ın akıbetini merak ettiği belirtiliyor (<http://arsiv.zaman.com.tr/>, 29/03/2013).*

“El Sahaf’ın, yaptığı basın toplantılarında bugüne kadar kullandığı kelimelerden bazıları şöyledir: Saldırganlar, emperyalist katırlar, savaş suçlusu, süper güç, istilacılar, işgalciler, hayvanlar, ABD birlikleri, yılan, paralı askerler, pislikler. El Sahaf Irak askerleri için ise, “Saddam’ın ulu güçleri” şeklinde ifade kullanıyor. İşte El Sahaf’ın açıklamalarından öne çıkan bazı sözler:

1. ABD'nin önderlik ettiği uluslararası alçaklar çetesine Bağdat'ta dün gece zehir içirdik. Tarih bu zaferimizi yazacak.
2. Kafirler korkudan Bağdat'ın kapılarında tek tek intihar etmeye başladı.
3. ABD'li sığır çobanları Bağdat'ın hiçbir mahallesine giremedi. Bağdat'ın tamamı silahlı ve dimdik ayakta düşmanın gelmesini bekliyor.
4. Iraklılar, masumları öldüren kahraman sığır çobanlarının cehennemde karınlarını deşecek.
5. Bu işgalcilere ve onların yalanlarına inanmayın. Bağdat'ta hiçbir Amerikan askeri bulunmuyor. Irak'ın kahraman birlikleri yüzlerce Amerikan askerini öldürdü.
6. ABD'nin kullandığı metotlar aptalca. Onların yalanlarına kanmayın. Gerçekleri yansıtın” (Can, 2005, s 187).

El-Sahaf II. Körfez Savaşı'nın başlarında Saddam Hüseyin hükümetinin Enformasyon Bakanı olarak görevini devam ettirirken, özellikle tam bir gri propaganda örneği olan konuşmalarıyla Irak halkının dikkatle dinlediği bir politikacı olmuştur. El-Sahaf işgal ve bombardıman altında hayatta kalma savaşı veren Bağdat'ta üzerinde uçan savaş uçaklarına aldırmadan sokak ortasında açıklamalar yapmış, adeta savaş propagandasının en incelikli yöntemini kullanmak suretiyle tam bir psikolojik savaş yürütmüştür. Arap medyası başta olmak üzere tüm dünya basınının gözü kulağı El-Sahaf'ın yapmış olduğu açıklamalara kilitlenir olmuştur. (Can, 2005: 143) Irak Enformasyon Bakanı El Sahaf'ın yaptığı bu açıklamalar gri propaganda içermektedir. Haberlerin yalan mı yoksa gerçek mi olduğu izleyen kitle tarafından bilinmemektedir. Fakat El Sahaf uygulamış olduğu propaganda faaliyetleriyle savaş bitene kadar dünyaya kendini dinletmeyi başarmıştır.

3.5.2.4. Taha Yasin Ramazan'la ilgili Haberler

Amerikan hükümetinin Iraklı yetkililer tarafından söylenen her söze anında karşılık verme çabası, beraberinde Amerikan propagandası açısından bir takım güvensizlik hissinin oluşmasına zemin hazırlamıştır. Örneğin ellerinde esir müttefik askerlerinin bulunduğu ve bunları tüm dünya kamuoyuna göstereceklerini açıklayan Irak Devlet Başkan Yardımcısı Taha Ramazan'ın bu sözlerini anında yalanlayan Amerikan sözcüleri, bir iki saat sonra tüm dünya kanallarında yayınlanan esir görüntüleri

üzerine ciddi bir prestij kaybına sebep olmuştur. (Can, 2005: 146) Taha Yasin Ramazan'ın haberlerde çıkan buna benzer açıklamalarının bazıları şunlardır:

1. *Irak Devlet Başkan Yardımcısı, ülkesinin kitle imha silahlarına sahip olduğu yönündeki iddiaları yalanladı ve işgalci güçlerin, bu iddiaları kanıtlamak için komplo kurabileceği uyarısında bulundu.*
ABD'nin, Suriye'nin Irak'a silah gönderdiğine ilişkin iddialarına da değinen Taha Yasin Ramazan, "Bir Arap ülkesinin Irak'a silah gönderdiğini söylüyorlar. Bunun uluslararası hukuka aykırı olduğunu belirtiyorlar, ancak aynı zamanda salkım bombaları kullanıyorlar" diye konuştu (<http://arsiv.ntvmsnbc.com/>, 29/03/2013)
2. *Irak Devlet Başkan Yardımcısı Ramazandan şaka gibi öneri: İki halkı bir faciadan kurtarmak için Annan'ın hakemliğinde, tarafsız bir yerde ABD Başkanı bir grup seçsin, biz de bir grup seçelim, başkan başkana, başkan yardımcısı başkan yardımcısına ve bakan bakana karşı vuruşsun*
Düellonun tarafsız bir yerde yapılmasını öneren Taha Yasin Ramazan, Birleşmiş Milletler (BM) Genel Sekreteri Kofi Annan'ın da hakem olmasını önerdi. Ramazan, "Amerikan Başkanı bir grup seçsin, biz de bir grup seçelim. Kofi Annan'ın hakemliğinde tarafsız bir yerde karşılaşalım. Başkan başkana, başkan yardımcısı başkan yardımcısına ve bakan bakana karşı birer silah seçerek düello yapsınlar. Böylece Amerikan ve Irak halkını savaştan kurtarmış oluruz" dedi. (www.milliyet.com.tr/, 29/03/2013)
3. *Irak Devlet Başkan Yardımcısı Taha Yasin Ramazan, BM'nin silah denetçilerini "ajanlık komisyonu" olarak nitelendirdi ve denetçilerin Irak'a dönmesinin ABD saldırısına engel olmayacağını söyledi.*
Ramazan, haftalık El Rafidain gazetesine verdiği demeçte, Irak'ın kitle imha silahlarından arındığını, denetçilerin Irak'ta işlerini tamamladıklarını ve "silahla ilgili hiçbir konunun kalmadığını" söyledi (<http://habermerkezi.wordpress.com/>, 29/03/2013)
4. *Birleşmiş Milletler Genel Sekreteri Kofi Annan, Irak'ın, ülkenin yeni sömürge yöneticisi olacağı şeklindeki suçlamalarını reddetti. Birleşmiş Milletler Genel Merkezi'nde gazetecilere açıklama yapan Annan, "BM ya da benim, sömürge yüksek komiseri olmak gibi bir niyetimiz yok" dedi. Annan, Irak devlet Başkan Yardımcısı Taha Yasin Ramazan'ın bu konuda yaptığı suçlamaları da*

"anlaşılabilir" bulduğunu çünkü ülkesinin savaş içinde olduğunu ifade etti. Ramazan pazar günü yaptığı konuşmada, BM silah denetçilerini geri çağıran Annan'ın tıpkı bir ABD'li gibi, sanki Irak'ın askeri yöneticisi olacakmış gibi konuştuğunu belirtmiş ve "Annan, Iraklıların komutanıymış gibi davranmaktadır. Böylesi davranışları beklememiştik Annan'dan" demişti (<http://www.habervitrini.com/>, 01/04/2013)

3.2.5.5. Er Jessica Haberi

II. Körfez Savaşı sırasında ABD göstermiş olduğu askeri performansı üstün kılabilmek ve askeri gücünün çok fazla olduğunu vurgulamak amacıyla da propaganda faaliyetlerinde bulunmuştur. II. Körfez savaşının sembol ismi Er Jessica olmuştur. Faruk Can Jessica olayını şu şekilde anlatmaktadır:

“Jessica Lynch adlı genç Amerikalı asker, Irak’ın Nasiriye kentinde operasyonlara destek sağlayan bir konvoyda görevliydi. Çatışma esnasında Irak askerlerine esir düştü. CIA, kadın askerin El Nasiriye Hastanesi’nde olduğunu belirledi. ABD Er Jessica’yı tıpkı filmlerdeki gibi operasyonla kurtardı.

El Nasiriye Hastanesi’nde görevli ve Er Jessica’nın tedavisini yapan doktorlara göre yapılan açıklamalar gerçeği yansıtmıyordu. Iraklı doktorlar; ‘Amerikan askerleri hastaneye baskın yapmadan bir gün önce, Saddam Hüseyin’e bağlı birlikler şehri terk ettiler. Amerikan askerleri tek kurşun atmadan ve hiçbir direnişle karşılaşmadan hastaneye girdiler, bizleri kelepçeleyip gittiler’ açıklamasını yaptılar. Jessica Lynch’in yaşadıklarıyla ilgili hem lehte hem de aleyhte haberler yayımlanmaya devam etti. Er Jessica olayı, II. Körfez Savaşı’nda yaşanan bilgi kirliliği ve psikolojik savaşın en açık göstergesidir” (Can, 2005, s. 164-166).

Bu haberin savaş sırasında medyadaki yansıması Faruk Can’ın kitabında belirttiği gibi olmuştur. Amerikan askerleri büyük bir operasyonla işkence gören esir ABD askerlerini kurtarmıştır ve bütün dünya kamuoyuna askeri gücünü göstermekle beraber Irak yönetiminin ne kadar gaddar ve cani olduğunu vurgulamıştır. Fakat savaştan 4 sene sonra kongre’de ifade veren esir ABD askeri Lynch gerçeklerin ABD’nin anlattığı gibi olmadığını açık bir şekilde itiraf etmiştir:

1. *Irak hareketinin yönetildiği Katar’daki ABD merkez komutanlığı, Irak’ta esir tutulan 7 ABD askerinden birinin başarılı bir operasyonla kurtarıldığını*

bildirdi. ABD özel birliklerinin, 19 yaşındaki esir kadın asker Jessica Lynch'i, Irak'ın güneyindeki Nasıriye kentindeki bir hastaneden gece yarısı düzenlediği baskınla kurtardığı kaydedildi.

Amerikalı Tuğgeneral Vincent Brooks, yaptığı kısa açıklamada, "Koalisyon güçlerinin, Irak'ta esir tutulan bir Amerikalı askeri kurtarmak için başarılı bir operasyon düzenlediğini ve askerin koalisyonun denetimindeki bölgeye getirildiğini" söylemişti. (<http://arsiv.ntvmsnbc.com/>, 04/03/2013)

- 2. ABD ordusunda asker Jessica Lynch, 2003'te Irak ordusuna "esir" düştü... Kaçırıldıktan sonra alıkonduğu hastaneye düzenlenen "görkemli" bir operasyonla kurtarıldı ve "kahraman" ilan edildi... Olaydan 4 yıl sonra Kongre'de ifade veren Lynch, olayların sanılandan çok farklı olduğunu anlattı: "Pentagon (Savunma Bakanlığı), halkı benim Irak'ta bir kahraman olduğuma inandırmak için detaylı yalanlar söyledi."*

Konvoyuna saldırıdan sonra esir alınan Lynch, hastanedeki Iraklı doktorların kendisine çok iyi baktığını söyledi: "Bunlar olurken, başka bir tarafta kahramanlık hikâyeleri anlatılıyordu. Neden yalanlarla beni kahraman ilan ettiler bilmiyorum..." Savaşla ilgili Yanlış Bilgilendirme konulu oturumda ifade veren bir diğer isim, 2004'te Afganistan'da dost ateşinde ölen Onbaşı Pat Tillman'ın kardeşi Kevin oldu. Kevin, "Pat'in düşmanla çatışırken öldüğü söylendi. Oysa ki gerçeği öğrendiğimizde aldatıldığımızı hissettik" dedi." (<http://arsiv.sabah.com.tr/>, 04/03/2013)

Örnekler incelendiğinde verilen haberlerin eksik bilgi içermesinin başlıca nedenlerinden birinin iliştilmiş gazetecilik olabileceği görülmektedir. Bunun sebebi ABD ordularına iliştilen gazetecilerin olayların ta olarak içerisinde olamaması ve olayları gözlemleyememesidir. Murat Sezer röportajında yapılan propaganda faaliyetlerini ve iliştilmiş gazeteci olduğu süreçte olan olaylar hakkındaki gözlemlerini şu şekilde anlatmaktadır:

"...Benim yaşadığım en ciddi olay şöyle. Çok ciddi bir olay olmasa da Tikrit'de 4. mekanize tugayıyla birlikte kaldığımda, Saddam'ın eski saraylarından birinde kalıyorduk... Biz askerlerle beraber uyuyoruz. Bütün işimiz bir irtibat subayımız var, basın subayı; her gün soruyorsun, bugün ne var? Bir şey var mı? Bizi bir yere götüreceksiniz? Diye. Bütün gün duruyorsun. Yani dur bir çıkayım gezeyim durumun yok. Subay günlük geliyor diyor ki bilmem ne kadar silah yakalandı gelin

size onu göstereyim. Yani şimdi yakalandı mı? Yakalanmadı mı? Kimin bu silahlar? Hiçbir şey bilmiyorsun. Onun rütbesi senin üstünden olduğundan onun dediğini yazıyorsun... Orada bir ay ben kaldım. Yıllarca birçok yayın kuruluşu birer muhabir, foto muhabir bulundurdu Tikrit'de. Çünkü Saddam yakalanacaktı. Hep Saddam'ın yakalanacağını bekliyoruz ve bütün ümit, umarız bizi götürürler. Saddam yakalandı, yine bizi götürmediler. Ben orada değildim, benden sonraki dönemde yakalandı ama yine iliştilmiş gazeteciler götürülmedi, bir sabah aradılar hadi kalkın diye. Ne oldu? Saddam yakalandı denildi. Alın size yakalanış fotoğrafları, videoları. Yani Saddam belki de aylardır bizimle yatıyordu. O binanın içinde zindandaydı belkide... Bir de Felluce kuşatması sırasında iki tane direnişçi öldürülmüş. Onların cesetlerini getirdiler. İşte bunlar ölü ele geçirildi. Çekelim mi resmini? Yok çekmeyin. Niye çekmeyelim? İşte biz düşmanımızın bile ölüsüne saygılıyız, çekmeyin. Yani böyle garip garip kurallar değişen, esneyen, bazen çok daralan..." (Murat Sezer 11/02/2013).

Erhan Seveler Körfez savaşında bulunan savaş fotoğrafçısı olarak ABD'nin Dünya Kamuoyu üzerinde uyguladığı; Irak'ı işgalin meşrulaştırma girişimlerini şu şekilde anlatmaktadır:

"...Körfez Savaşlarında bilgi karartması vardı. Lütfen hatırlayın. 1. Körfez savaşında hatırladığın bir imaj söyleyin. Bir tane fotoğraf hatırlanır genelde oradan: "Petrole bulanmış karabatak" Düşün bak. 1. Körfez savaşı oldu. Yüz binlerce Iraklı siviller öldürüldü. Düşün o kadar uzun bir savaş sürdü hatırlanan tek imaj bir tane Petrole bulanmış karabatak. Hayvanları bende seviyorum ama herkesin aklında "ah zavallı karabatak" ölen binlerce insanı unutturdular. Demek istediğim bu manipülatif faaliyetler böyle yürüyor. 2. Körfez savaşında tek hatırlanan şey Saddam'ın heykelinin yıkılması. Öyle mi peki o milyonları kim öldürdü? Öyle hiçbir imaj hatırlanmıyor. Herkes "ah Saddam'ın heykeli, özgürleştirdik biz bu ülkeyi, bu insanları" diye hatırlıyor..." (Erhan Sevenler 15/01/2013)

Sonuç olarak örneklerde de görüldüğü üzere savaşın psikolojik boyutu çok önem kazanmıştır ve iki tarafta Dünya Kamuoyunu yönlendirebilmek amacıyla ciddi propaganda faaliyetlerinde bulunmuşlardır. Her ne kadar El Sahaf basında daha çok yer almış olsa dahi ABD uyguladığı propaganda faaliyetiyle iki milyona yakın insanın ölmesini dünya gözünde meşrulaştırmayı başaran bir propaganda faaliyeti göstererek savaşı kazanmıştır. ABD'nin savaşı hem cepede hem de psikolojik bakımdan

kazanmasında yukarıda da verilen örnekler doğrultusunda medyanın tutumu son derece etkili olmuştur.

SONUÇ

Günümüzde Dünya' da gerçekleşen şiddetli savaşlar propaganda faaliyetlerinin de çoğalmasına neden olmaktadır. Özellikle son dönemde gerçekleşen Arap Baharı Orta Doğu'nun tekrar şekillenmesinde büyük rol oynamaktadır. Fakat Tunus, Mısır, Bahreyn, Cezayir, Ürdün, Lübnan, Libya, Mısır ve Suriye'de gerçekleştirilen devrim hareketleri hakkında doğru ve tarafsız bilgilere ulaşmak zorlaşmıştır. Çatışma alanlarına giremeyen gazeteciler haber yapamamakta, girenler ise bölge halkının tutumu sebebiyle ya hayati tehlike içinde mesleğini yapmaya çalışmaktadır ya da hükümet baskılarına maruz kalmaktadır. Körfez savaşları bu bağlamda düşünüldüğünde günümüz gazeteciliğinin geldiği noktada çok önemli bir örnek teşkil etmektedir.

Bu bağlamda 3 bölümden oluşan bu çalışmada, öncelikli olarak propagandanın ne olduğunu ve nasıl gerçekleştirildiği incelenmiştir. Haberciliğin ve haberin ne olduğunu ele alınmıştır. Son bölümde ise, Körfez Savaşları'nda gerçekleştirilen propaganda faaliyetleri; internet ortamında yayınlanan haberlerle desteklenerek incelenmiştir. Buradaki amaç savaşların haberler üzerinden kamuya nasıl sunulduğunu göstermektir.

Amerika Birleşik Devletleri'nin başını çekmiş olduğu müttefik kuvvetler, Irak işgaline haklı bir gerekçe oluşturabilmek için çok uzun bir zaman boyunca 'Irak'ta bulunan kitle imha silahlarının varlığına son verilmesi' talebini merkeze alan bir propaganda faaliyetine girişmişlerdir. Benzeri bir şekilde, Irak hükümetinin elinde mevcut olduğu ileri sürülen ve ismine 'cehennem topu' denilen bir askeri silah ise iddialara göre binlerce metre uzaklıktaki bir hedefi çok rahat vurabilecek bir güce sahiptir ve bu dünya barışına ciddi bir tehdit oluşturmaktadır. Kitle imha silahları üzerinden yürütülen propaganda ile bütün dünya kamuoyu aynı tehdit altında Irak aleyhine birleştirilmeye çalışılırken, cehennem topu ile de başta Türkiye olmak üzere Irak'a komşu pek çok ülke halkının da Irak'tan ve hükümetinden rahatsız bir hale gelmesi dahası yapılacak işgalinde en azından desteklenmese bile karşı çıkılmasının önü alınmış olacaktır. (Kumkale, 2006, s.122) Bu kuramsal çerçevede bakıldığında

ABD'nin uygulamış olduğu propaganda tam bir Kara (sinsi) propaganda faaliyeti örneğidir. Söylemlerde yalan, iftira ve sahte delillere başvurulmuştur. Colin Powell'ın yaptığı açıklamanın kara propaganda olduğu savaş bittikten sonra bütün dünya gene Powell'ın ağzından öğrenmiştir: “Irak'ın kamyonlar, trenlerle kitle imha silahı taşıma yeteneklerine sahip olduğu CIA tarafından kaydedilmişti. Ne yazık ki, (kitle imha silahlarının) bu çok yönlü kullanım imkanları üzerine bu bilginin zamanla doğru olmadığı ortaya çıktı” (Can, 2005, s. 95).

Bu açıdan değerlendirildiğinde ABD'nin Irak'ta kitle imha silahlarının olduğunu savaşa girmeden ve savaş boyunca sürekli gündeme getirmesinin bazı sebepleri vardır. Öncelikli olarak “yalınlık ve tek düşman kuramı” uygulanmıştır. Irak Dünya kamuoyunda Dünya barışı için tehlike arz eden bir ülke olarak gösterilmek istenmiştir. Yani “yalınlık ve tek düşman kuramında” olduğu gibi belirsiz bir düşman yerine ortada olan bir düşman yaratılmıştır. Uygulanan faaliyetler aynı zamanda “büyütme ve bozma” kuramıyla da desteklenmiştir. Çalışmada verilen örneklerde görüldüğü gibi yapılan haberlerin ve devlet yöneticilerinin açıklamalarının çoğu gerçeği yansıtmamaktadır. Kamuoyuna verilen mesajlar aktarılmak istenene uygun bir şekilde, içeriği değiştirilerek iletilmiştir. Bu yöntemler “birlik ve buluşma” kuramıyla birleştirilerek toplumda çoğunluğun düşünceleri haline getirilmiştir. Dönemin ABD başkanı Bush kamuoyunun Irak savaşı hakkında hem fikir olabilmesi için dünya barışı ve özgürleştirme operasyonu söylemlerini her defasında üstüne basa basa vurgulamıştır.

Başarı bir propogandanın ilk kuralı belli başlı olguların bıkip usanmadan tekrarlamasıdır. Çalışmada örnek olarak verilen açıklamalar aynı zamanda “düzenleme” kuramının tam karşılığı olarak karşımıza çıkmaktadır. ABD hükümeti ve Başkanı Dünya barışı, özgürleştirme ve kitle imha silahları üzerine sürekli yaptığı vurgularla savaşı ve orada ölen milyonlarca insanı dünya kamuoyunda meşrulaştırmıştır.

2. Körfez Savaşı yapılan propogandalar doğrultusunda habercilik olgusuyla beraber değerlendirdiğinde ise savaşın haberciliğe etkisinin çok ciddi olduğunu görmekteyiz. Daha önce hiç gerçekleştirilmemiş olan “İliştirilmiş gazetecilik” kavramı 2. Körfez Savaşıyla birlikte başlamıştır. Bu kavram gazetecilerin özgür ve bağımsız bir şekilde savaş alanında bulunmalarını yani savaşın gerçeklerini yansıtmaya imkânını ortadan

kaldırılmıştır. ABD ordularının yanına yerleştirilen gazeteciler savaşı sadece ABD güçlerinin izin verdiği ölçüde dünyaya yansıtabilmişlerdir. Batı medyasında savaşın başlamasına neden olan kitle imha silahlarının varlığıyla alakalı araştırmalar yapılsa dahi ABD hükümetinin söylemlerinin karşısında duracak haberler yapılmamıştır. Ünlü savaş fotoğrafçısı Robert Capa'nın sözü ABD'nin haberciler üzerinde uyguladığı baskının nedenini çok iyi açıklamaktadır: “Fotoğrafın yeterince iyi değilse, yeterince yakın değildir.” 2. Körfez Savaşında bulunan gazeteciler uygulanan propaganda faaliyetleri nedeniyle savaşa yeterince yakın olamamışlardır.

ABD hükümeti savaşı tamamen kendi kontrolü altında tutmak için öncelikle gazetecileri kontrol altına almayı hedeflemiştir. Bunun sebebini ünlü savaş fotoğrafçısı James Nachtwey şu şekilde açıklamaktadır: “Şahsen savaş insanlığı ortadan kaldırmaya yeltenirse, fotoğrafı savaşın yadsınması olarak telakki edebiliriz. Yani savaşın panzehiri, içindeki etkin bir madde olarak. Bir kişi olup bitenler hakkında dünyaya haber vermek amacıyla savaşın kalbine gitme riski alıyorsa, barış pazarlığına girmiş demektir. Belki bu, savaşı yönetenlerin fotoğrafçılardan neden hoşlanmadığını açıklar.” Habercilik kendi içinde savaşın nasıl bir çizgide ilerleyeceğini belirleyecek kadar güçlü unsurlar taşımaktadır. Bir gazeteci, foto muhabir yazdığı yazılar veya çektiği fotoğraflarla savaşın gidişatını etkileme gücüne sahiptir. Bu her iki anlamda da anlaşılabilir. Habercinin yazdığı yazı savaş içerisinde birbirine kurşun sıkan askerlerden daha öldürücü olabileceği gibi barışın en büyük adımını atan girişim de olabilmektedir. Özellikle Erhan Sevenler ve Murat Sezer’le yapılan röportajlarda da belirtildiği gibi haberlerin gerçekliğinin tartışılır duruma gelmesi gazetecilere olan güvenin azalmasına neden olmaktadır. Günümüzde Arap Baharı adıyla anılan devrimlerde gazeteciler etkin rol oynayamamaktadır. Suriye’de devam eden iç savaşta savaş muhabirleri hedef olarak görülmekte ve öldürülmektedir. Körfez Savaşları çalışmada verilen örnekler doğrultusunda habercilik bağlamında toplumlar üzerinde oluşan bu güvensizliğin başlangıcı olmuştur.

EKLER

EK1

Murat Sezer (Reuters) Kişisel Görüşme, İstanbul, 11 Şubat 2013

Körfez savaşını anlatır mısınız? Diğer savaşlardan farkı neydi?

Teknolojiyle birlikte ya da iletişim teknolojilerinin gelişmesiyle birlikte savaşlarında başlangıcı, gelişmesi, sonlanması hepsi değişiyor. Yani niye savaş diyoruz onu da bilmiyorum onu sen yorumlarsın artık. Benim gördüğüm bu son 10 – 15 yıldaki çatışmalar, savaşlar hepsi birbirinden farklı hale gelmeye başladı. Yani Irak savaşında yaşananlarla şu an Suriye de yaşananlar arasında çok fark var. İç savaş olsun, işgal olsun. Mesela 2. Körfez savaşı diyoruz benim katıldığım Irak savaşına. 1. Körfez savaşı da Kuveyt'in işgaliydi. Bu süreci ben yaşamadım ama giden arkadaşlardan duyduğum gazetecilerin, medya mensuplarının birer zırhlı araca binip, işgal ordularının peşinden gidiyorlarmış. Ama nasıl gidiyorlarmış, nereye gidiyorlarmış onu bilmiyorum. Cumhurbaşkanı, başbakanı takip edermiş gibi orduları takip ediyorlarmış. Irak savaşında (2. Körfez savaşı) değişti durum ve şu hali aldı. Aman siz bizi takip etmeyin, aman siviller ortada dolaşmasın, gazeteciler şöyle yapmasın, böyle yapmasın. Sizin can güvenliğiniz için iyi bir formül bulduk; sizi iştirilelim. İstedığınız yere gelin bizimle. Bu da yeni numaraydı beklide. Ama son Suriye de yaşananda da, Esat rejimi çok açık olmadığı için bu sefer bütün gazeteciler Özgür Suriye ordusuna iştiririliyorlar. Yani bu da ayrı bir durum. Ayıp mı diyeyim, gerçek mi diyeyim. Yani savaşlar dediğim gibi gelişen teknolojiyle birlikte değişiklik gösterdi.

-Siz oraya iştirilmiş olarak gittiniz?

Şöyle benim Irak savaşına gidiş amacım; iştirilmiş gazeteci olmak ya da sadece iştirilmiş gazeteci olmak değil. AP gibi uluslar arası haber ajanslarının her ülkede bir bürosu oluyor. Irakta da bir bürosu vardı. Böyle bir çatışma, işgal, haber olduğunda dış bürolardan takviye olur. Irak savaşı başlangıcında da süreç aynıydı. Önemli bir haberd. Dışarıdan takviye istendi bende takviye olarak gittim. AP'nin takviye ekibindeydim ama bu zaman içerisinde bazen iştirildim bazen de büroya bağlı serbest çalıştım. Türkiye'den Cüneyt Özdemir gitti sanırım. O direk iştirildi gitti.

Onun başka bir şeyi yok. İşte benim arkadaşım foto-muhabir Ümit Bektaş gitti. O zaman milliyettydi. O da Amerikalılara iştirildi gitti. Benim öyle bir durumum yok. Ben zaten direk Bağdat'a gittim. Gelişmelere göre de; bir kere işte Tikrit'de kaldım. Bir aydı sanırım. Sonra işte Felluci olayı oldu orada bir süre bulundum.

Belli bir süre de olsa orada İştirilmiş muhabir olarak bulundunuz. İştirilmiş Muhabir olarak gözlemleriniz nasıldı?

Tabi herkese göre değişen bir durum aslında. Yani benim tecrübelerimin çok olumlu olması demek herkes için yanı anlama yani onaylanabilecek durumda olduğu anlamına gelmemsi gerekiyor. Ben kendi adıma kötü bir durum yaşamadım. Engellenmedim. Çok ufak tefek şeyler oldu ama genelinde benim yaşadığım iştirilmiş örneklerde; kurallar belli, kuralların dışına çıkmayın, kendinizi tehlikeye atmayın, bizi tehlikeye atmayın, kuralları çiğnerseniz sonucunu biliyorsunuz. Gibi bir aba altından sopa gösterme, ya da tatlı sert uyarı diyelim durumu vardı. Hiç ihlal olmadı, kötü bir şey yaşanmadı. Böyle gitti. Ama yani bir ay Tikrit'de kaldım. Kimse gelip de bilgisayarına her gün bakalım sen bugün ne fotoğraf gönderdin ya da muhabir arkadaşımız sen ne haber yazdın demedi. Daha sonrasında Afganistan'da yaşanan iştirilmiş muhabirlerde, duyduğum; birinci kaynak değilim. Foto muhabir arkadaşlara ne çektikleri, ne geçtikleri sorulmuş. Ama benim Irak sürecinde yaşadığım olaylarda hiçbir zaman ne çektin, ne geçtin diye sorulmadı. Engelleme dediğiniz noktada zaten bir şekilde onlarla beraber dolaştığınızda bir şekilde engelli oluyorsunuz. Engelinizde ulaşım. Yani bir yere gitme. Siz devam ediyorsunuz ben kalayım ya da dur benim için beş dakika, ihtiyaç molası ya da fotoğraf molası. Böyle bir şey mümkün değil. Yani ordunun bir güzergâhı ve düzeni var, bir programı var. Sen aynen ona iştirililiyorsun. Yani bir böcek, sinek gibi üstündesin. O nereye giderse sen oraya gidiyorsun. En büyük handikabı bu. Bunun sonucunda da onlar sana ne göstermek isterse onu görebilirsin. Yani bazen bir sokağın arkasında çok büyük olay olur ama sen iştirilmiş olduğun için binaların arkasında olanı görmezsin. Bu böyle bir şey. Yani belki kuşatılan şehrin içerisinde çok büyük olaylar oluyordur ama sen hareket edemediğin için, sadece onların istediği yerde durduğun için belki doğruyu göremiyor olabilirsin. En büyük yanılgıda bu oluyor herhalde.

Körfez savaşına ne gibi sonuçla doğurdu iştirilmiş muhabirlik?

Ben orduların umduğu şekilde sonuçlanmadığını düşünüyorum iliştilmiş gazetecilik projesinin. Belki Amerikan ve İngiliz basın yayın organlarının, taraflı, ulusalcı yayınlarda şanlı ordumuz şöyle gitti böyle gitti haberlerine çok büyük kaynak olmuş olabilir. Ama uluslar arası alanda baktığımızda aradan her şeye rağmen, tüm kısıtlamaya rağmen ya da engellemeye rağmen aradan istemedikleri haberlerde sızdı. En büyük örneği bir camii bombalanmış, taranmıştı. Hikâyesi de şu. Tarihini çok hatırlamıyorum ama televizyonlarda uzun zaman gösterilmişti. Olay şuydu. Bir camii den ateş açıldığını iddia ederek Amerikan orduları o camiye topa tuttular. En sonunda caminin içine giriyorlar, yanlarında iliştilmiş kameramanda var. Caminin içinde hala hayatta olan, yaralı olan insanlara bile ateş ediyorlar ve bu televizyonlarda yayımlandı. Yani iliştilmiş gazeteciliğin amacı eğer ki kötü yapılanları göstermemekse demek ki başarılı olamadılar. Bu dünya kamuoyuna yansdı. Çok ciddi tepki aldı. Bir şey değişmedi tabii. Yani o görüntüleri çeken kameramana ne oldu hiçbir fikrim yok. Ama ne iliştilmiş gazetecilik ortadan kalktı, ne ordular kendi manşetlerinden vazgeçiyorlar. Her şey devam ediyor. Yani beklide amacı biz bu savaşı masum gösterelim, haklı gösterelim, yaşanan kötülükler yansımazdı. Ama başarılı olamadı. Mesela hep nükleer silahlar olduğundan dem vuruldu. Öyle işgal başladı. Tabi gazetecilerin bu işgal sonrasında Irak'ın bu nükleer bombası olduğu iddia edilen yerlere gitmesi engellenemedi. Oralara gidildi. Bende gittim ve gördüğüm boş bir sürü plastik varıldı. O varilleri de zaten hani nükleer tesisti; savaş başladıktan sonra o tesisler halk tarafından talan edilmiş, bütün o varilleri insanlar evlerine götürmüşler ve su, yiyecek kabı olarak kullanmışlar. Düşünün yani bu kadar da bir yandan cehalet bir yandan umursamazlık. Nükleer tesisti madem niye ordular oralara kuşatmadı? Yani çok garip şeyler oldu. Sonuçta gene gazeteciler oralara gittiler, nükleer tesislerin ne kadar faal olup olmadığı haberleri yapıldı. Yani gizlenemedi.

- kısıtlamalar ve propogatif müdahalelere şahit olduğuz olaylar var mı?

Benim yaşadığım en ciddi olay şöyle. Çok ciddi bir olay olmasa da Tikrit'de 4. (mekanize?) tugayıyla birlikte kaldığımda, Saddam'ın eski saraylarından birinde kalıyorduk. Askerlerin belli yerleri var, bize de köşkler diyelim, yani saray arazisi içinde bir sürü bina var. Ana binada komutanlar, yan binalardaysa askerler ve gazeteciler var. Biz de askerlerle beraber uyuyoruz. Bütün işimiz bir irtibat subayımız var, basın subayı; her gün soruyorsun, bugün ne var?, bir şey var mı?, bizi

bir yere götüreceksiniz? Diye. Bütün gün duruyorsun. Yani dur bir çıkayım gezeyim durumun yok. Subay günlük geliyor diyor ki bilmem ne kadar silah yakalandı gelin size onu göstereyim. Yani şimdi yakalandı mı? Yakalanmadı mı? Kimin bu silahlar? Hiçbir şey bilmiyorsun. Onun rütbesi sendenin üstünden olduğundan onun dediğini yazıyorsun. Amerikan ordusu bilmem ne yüzbaşı ya da albay, yarbay şu kadar silah yakalandığını söyledi. Ama bu yine ucu açık bir durumdur. Onun beyanıdır. Yani ben gazeteci olarak; bir eve baskın düzenlendi, orada siviller yakalandı, şu kadar silah ele geçirildi diye görmüyorum. Orada bir ay ben kaldım. Yıllarca birçok yayın kuruluşu birer muhabir, foto muhabir bulundurdu Tikrit'de. Çünkü Saddam yakalanacaktı. Hep Saddam'ın yakalanacağını bekliyoruz ve bütün ümit, umarız bizi götürürler. Saddam yakalandı, yine bizi götürmediler. Ben orada değildim, benden sonraki dönemde yakalandı ama yine iliştilmiş gazeteciler götürülmedi, bir sabah aradılar hadi kalkın diye. Ne oldu? Saddam yakalandı denildi. Alın size yakalanış fotoğrafları, videoları. Yani Saddam belki de aylardır bizimle yatıyordu. O binanın içinde zindandaydı beklide. Bilemiyorsun. Yani böyle böyle şeyler var. Ya da işte çatışmada ölü ele geçirildi. Nereden bileyim? Sorgulamak isterseniz böyle sorgulayabilirsiniz. Ama propaganda olarak baktığımızda; ben böyle sorguluyorum ama Fox tv diye bir kanalı var Amerika'nın. Ordu televizyonu gibi. Burada aynı haber Cnn İnternatinal a da gidiyor Milliyet, Hürriyete de gidiyor, Fox Tv ye de gidiyor. Elli tane tüfek yakalandıyı Cnn'in verişiyle Fox'un verişi arasında çok büyük fark var. Sonuçta ben haber ajansı gazetecisi olarak kendimi rahat hissediyorum. Çünkü ben söyleneni ve gördüğümü ulaştırıyorum ve her zaman bunun kaynağı şu: silah yakalandı. Gördüğüm bu bu bu. Bundan sonrasında gazetenin ya da televizyonun yayın politikası devreye giriyor. Birisi hiç görmezden geliyor tüfekleri bir tanesi de hainlerin evi basıldı 50 tane tüfek yayınlandı diye veriyor haberi. Propaganda olarak zaten her zaman mümkün. Yani iliştilmiş olmasına gerek yok. Sadece basın bülteniyle bile provoke, maniple edebilirsiniz.

Başka bir şey mesela. Yine Tikrit'de her dinden asker var. Müslüman var, Musevi var, Hıristiyan var ve hepsinin ibadet alanı var. Yani Pazar günü binanın belirli bir bölümü kilise olarak kullanılıyor. Siz gazeteci olarak gidelim çekelim dediğinizde işte Amerikan askerleri dua ediyor şeklinde bunu resim altı haber yapabiliyorsun. Sorun yok. Aynı anda bir de camii var. Doğal olarak camii zaten var. Camii'de de Müslüman askerler, tercümanlar, çalışanlar da camiye gidiyorlar. Çok ilginçtir ki bir

tanede Amerikalı kadın Müslüman subay var. Süper haber. Tek başımıza haber edemiyoruz bütün medya kuruluşları yan yana zaten. Haber atlatma gibi bir durum söz konusu olamıyor yani. Hap beraber hadi gidelim bir Cuma da Amerikalı askerleri çekelim dedik. Askerlerden izin aldık. Buyrun çekin dediler. Sonra nasıl olduysa bir 10-15 dakika sonra din subayı geldi. Basın subayı var birde din subayı var. Din subayı rahip yani papaz. O geldi resmen camiye bastılar. Bizi bir gürültüyle dışarı çıkardılar. Siz ne yapıyorsunuz? Nasıl böyle bir şey yaparsınız? Burası kutsal bir mekân, bu insanları ibadet yerlerinde nasıl rahatsız edersiniz? Gelin merkeze. Gittik. İşte bu yaptığımız kabul edilemez, rezalet, sizi asarız-keseriz, asarız keseriz değil de iliştilmiş gazetecilikten atarız. Hakaret yok ama çok sert bir dille uyardılar. Bizde yaptığımızın kötü bir şey olduğunu düşünmüyoruz. Zaten orada Hıristiyan'ı çektiriyorsun, Müslüman'ı niye çektirmiyorsun? Bir de tek gazeteci olsa belki güçleri yetecek ama bütün herkes çektiği için böyle bir soğuk rüzgar esti. En sonunda bir daha yapmayın sakın deyip bıraktılar. Zaten anı yerdeyiz beraberiz. Böyle bir şey yaşandı. Ben bunu anlamamıştım. Hiç kafam almıyor. Sonra döndüm ben tabi Türkiye'ye, haberleri takip ediyorum. Baktım bir müddet sonra o kadın askerinin fotoğrafı çekilmiş, cami de fotoğraflar çekilmiş, sorun olmamış. Yani o günkü komutanın psikolojisi neydi? Ne vardı? Bilemiyorum ama daha sonra iliştilmiş gazeteciler o haberleri yapmışlar. Benim tek yaşadığım olumsuzluk bu diyelim.

Bir de şey oldu. Felluce kuşatması sırasında iki tane direnişçi öldürülmüş. Onların cesetlerini getirdiler. İşte bunlar ölü ele geçirildi. Eeeee. Çekelim mi resmini? Yok çekmeyin. Niye çekmeyelim? İşte biz düşmanımızın bile ölüsüne saygılıyız, çekmeyin. Yani böyle garip garip kurallar değişen, esneyen, bazen çok daralan. Benim mesela ödül kazanan fotoğrafımda her şey tamamdı; çünkü fotoğraf altında ölen askerinin adı yazmıyor, yüzü gözüküyor. O aslında riskli bir şey. Çünkü çekmeyin dediler, çektim. Ama kendimi savunmam gerektiğinde çok rahatım. Bütün maddelere uyuyor. Artı ben zaten oradayım resmi anlaşmam var. Dışarıdan sızan bir tip değilim.

İliştirilmiş veya değil savaş içerisinde askerle özdeşleşme durumu oluyor mu?

Şöyle. Ben düşününce askerle özdeşleşme çok zor ve uzak geliyor. Belki öylesi de vardır. Öylesi de mümkün çünkü gazetecilerin içerisinde eski askerlerde var. Adam askermiş, emekli olmuş ya da ordudan ayrılmış ve sonra fotoğrafçı olmuş, kameraman

olmuş, muhabir olmuş savaşa gidiyor. O adamın gazeteci bile olsa sivilite iletişim kurması mümkün değil. Arkadaşımız vardı. Hemen komutanla o tabanca bu tüfek muhabbete giriyor mesela. Ben bir sivil olarak bunu yapabilmem mümkün değil. Onlar gibi hissetmem mümkün değil. Ama asker için demeyelim o biraz Stockholm sendromu gibi bir durum. Yani çok kaldığınızda ve beraber hareket etinizde ister istemez etkilenmeniz oluyor. Asker için daha zor. Asker hakikaten sizi kendisinden kabul etmiyor. Ama bir direnişçiyle, rehineyle, rehinle yani normal insanla o şeyin olma riski daha yüksek. Askerle zor. Asker her zaman; benim Türk olmam falan önemli değil; onun için bir ben sivilim orada bitiyor zaten. Ama Amerikalı içinde sivil ama Amerikalı sivil ama Amerikalı değil öyle şeyleri var. Şey değil yani sen Hindusun sen Müslümansın değil. Öncelik sivil ve asker ayrımı.

Buraya kadar geldiğimiz noktada sansür ve abartı haber var diyebilir miyiz?

Sansür var. Zaten sistemin doğası sansür ve bu sansür seni bazen oto sansüre de itiyor. O da üstüne katlanıyor. Abartı var diyemem ama çok mümkün. Çünkü bilemiyorsun. Ben 100 kişi öldürdüler dendiğinde basın bülteninde yazmak zorundayım onu. Oradaki yetkililerin açıklaması olarak yazmak zorundayım ama o denilenin tersi 1 kişi öldü ya da hiç kimse ölmedi. Yani abartmak ve manipüle etmek tamamıyla ellerinde. Yani şu an da öyle. Suriye olayı buna en güzel örnek. Bir haber geliyor ekmek fırını bombalandı 100 tane sivil öldü. Özgür Suriye ordusu ya da Özgür Suriye Meclisi neyse öbür taraftan Şam yönetimi çıkıyor: evet şu bölgede bir bombala olayı oldu ama orası ekmek fırını değildi orası Özgür Suriye Ordusunun karargâhıydı. Sivilleri hedef almadık, karargâhı vurduk. Nasıl doğruyu bulacaksın? Gazeteci olarak şu an oraya gidip herhangi bir tarafın yanında olmadan ayakta durabilmen mümkün değil.

Körfez savaşından evvel olan savaşlara baktığımızda savaş muhabirlerinin hedef olmadığını görüyoruz. Fakat Körfez savaşıyla beraber bu durum yavaş yavaş tersine dönmeye başladı. Bunun sebebi nedir?

Irak'ın işgali yani 2. Körfez savaşı dediğimiz savaşta tarih olarak net verebiliyorum 2004 yılının ortalarında bir kırılma yaşandı. Gazeteciler o güne rahat değillerdi ama o zamana kadar en azından sokağa çıkabiliyorlardı, sivil halktan destek görüyorlardı ve askeriye dışında rahatça haber yapabiliyorlardı. Ama dediğim gibi 2004 yılında bir kırılma yaşandı ve sivil kaçırmalar ve öldürmeler arttı. Yani sokakta gezen Arap olamayan, batılı tipler kaçırılmaya başlandı. Fidyeye için öldürüldü ve gazeteciler

hedefteydi ve bu birden batılı gazetecileri sahadan çekti. Hepsi artık otel odasından gazetecilik yapmaya başladı. Mete Çubukçunun çok güzel bir tespiti vardı “balkon gazeteciliği” diye ya bir kitabında ya bir ifadesinde ve Irak savaşında iş “balkon gazeteciliğine” döndü. Hiçbir batılı gazeteci sokağa çıkıp sivil halkla konuşamamaya başladı. Çünkü öncesindeki şii suni çatışması arttı. Şiilerin hükümdarlığı arttı beraberinde iç çatışmayla birlikte bu da geldi. Bu da tabii doğru haberi tamamıyla azalttı. Ben buna tesadüf olarak bakmıyorum. Tesadüf olduğunu düşünmüyorum. Bunun bilinçli olması da belki zor ama bir şekilde gazetecilerin haber almasını engellemek için derlenmiş bir durum diye düşünüyorum. Çünkü gazeteci ne kadar korkarsa o kadar sahadan uzak kalır, sahadan uzak kaldıkça da doğruları ama her iki taraf içinde doğruları verme şansı kalmaz. Mecbur olur özgür Suriye Ordusunun basın bültenini beklemeye ya da Esad yönetiminin.

Bu noktada yapılan çarpıtılmış haberlerin halkın dikkatini çekmiş olması ve buna tepki olarak gazetecilerin hedef haline gelmiş olduğunu da söyleyebilir miyiz?

O kadar masum olduğunu düşünmüyorum. Direkt halktan gelen kafana ayakkabı atma durumu değil yani. Ciddi ciddi silahlı adamların, örgütlerin kaçırıp, öldürmesi ve fidye istemesi. Kesinlikle o kadar masum değil. Yani artık öyle bir nokta geldi ki artık hiç kimse ayakaltında gazeteci falan istemiyor. Yani gidin şurada bir özel binanın dışında, kamuya açık alanda fotoğraf çekemiyorsunuz. Hemen güvenlikçi geliyor yasak diyor. Niye yasak? Metroda fotoğraf çekemiyorsun. Yasak. Yani bu bırak Irak savaşını her yere yayılan bir yasakçı zihniyet, bilgiyi engelleyen. Ben bunu anlamıyorum Google Earth'ten ya da farklı bir teknolojiden ben her yerin fotoğrafını artık çekebiliyorum. Her yeri gözleyebiliyorum. Ama gazeteciysen, fotoğrafçıysan, haberciysen yasak. Böyle bir garip mantık oluştu. Siz diyorsunuz ki iliştilmiş muhabirlik şöyle böyle abartı var, manipülasyon var, propaganda var. Peki ben bir sürü finansal basıl toplantısına gidiyorum. Şirketlerin tanıtım toplantılarına gidiyorum. Oradan da hatta gitmeden bile hemen bültenler geçiliyor. İşte satışımız şöyle oldu böyle oldu diye. Ceo şunu dedi, bunu dedi, adamın çok güzel bir fotoğrafı, ya ben geleyim fotoğrafını çekeyim; yok biz özel fotoğrafçımıza çektirdik. Yani kimse içine gazeteci girsin istemiyor. Olay ama bu kadar estetikte ve sosyetikten aman ben 1000 kişiyi öldürdüm görülmesine doğru giden bir durum. Garip bir çizgi var. Sadece Amerikan ordusunda gezip şunu çekemiyorum diye bakmamak lazım, Fenerbahçe'yle ya da Galatasaray'la bir yere gidiyorsan onda da aynı şekilde

çekemiyorsun. Ya da bilmem ne holding seni yurt dışına Profesyonel geziye götürdüğünde gazeteci olarak bunu kabul edersen onların hiçbir zaman açığını yazamıyorsun. Yani çok garip bir durum var.

2. Körfez savaşına gittiğinizde Associated Press'te çalışıyordunuz. Bir Amerikan ajansı olduğu için soruyorum. Herhangi bir editöryel müdahaleye maruz kaldınız mı?

Şöyle; ne kendim için ne de arkadaşlarım için böyle bir şey olmadı, görmedim. Ama şöyle bir şey var genel prensip olarak haber ajanslarında; çok kanlı fotoğraflar yayınlamıyorlar. Bazen gerek bizim çektiğimiz gerek dış kaynaklardan aldığımız bu trafik kazası da olabilir, bir patlamada olabilir kanlı fotoğraflar yayınlamıyoruz. Onun dışında yok aman bu fotoğrafı yayınlamayalım, göstermeyelim gibi bir şey yaşamadım, görmedim, duymadım. Olduğuna ve olacağına inanmıyorum. Türkiye'deki herhangi bir gazete veya televizyon üstünde hissediyor olabilir ama Amerika da böyle bir şey odlunu düşünmüyorum. Ap için, CNN İnternatinal için böyle bir baskı hissetseler dahi buna boyun eğeceklerine inanmıyorum. Çünkü zaten güçlerini bu dik duruşlarından alıyorlar. Ama tabi Amerikan kamuoyunda da taraflı olan basın kuruluşları var zaten onlar yeterince görevlerini yapıyorlar. Diğerlerine gerek kalmıyor.

Sizin için 2. Körfez Savaşının Simge olan Fotoğrafı hangisi?

Benim aklımda kalan Word Press kazanmıştı 2003 te çekilmişti AP fotoğrafçısı. Bir baba çocuğunu tutuyor kucağında ama babayı esir almışlar. Tel örgülerin arkasında bir baba çocuğunu tutuyor ve kafasına siyah poşet geçirmişler. O fotoğraf herhalde en uygunu.

Peki sizce kamuoyu açısından 2. Körfez savaşının imgeleşen fotoğrafı hangisidir?

O da her halde Saddam heykelinin yıkılış fotoğrafıdır. Başarılı bir Pr çalışması. Çünkü Bağdat kocan bir şehir, orası gerçekten Bağdat'ın göbeği değil, orası sadece yabancı gazetecilerin kaldığı otellere bakan çok güzel bir meydan. Yani orası özenle seçilmiş olmalı diye düşünüyorum.

2. Körfez savaşında El Cezire kuruldu nasıl değerlendiriyorsunuz?

Doğunun bir Cnn'i olması lazımdı, o mantıkta değerlendiriyorum. Çok fazla bilgin yok yorum yaparsam yanlış olur.

EK2

Erhan Sevenler (Anadolu Ajansı), Kişisel Görüşme, İstanbul, 15 Ocak 2013

-2. körfez savaşını anlatır mısınız? Nasıl bir savaştı, diğer savaşlardan farklı bir tarafı var mıydı?

Farkını şimdi göremem tabi ki fakat daha sonra gördüklerimle karşılaştırırsak, düzenli bir savaş değildi. Şöyle düşünmek gerekiyor; çok farklı kuvvetler var orada ama düzenli olarak sayabileceğimiz bir tek Amerika Birleşik Devletlerinin silahlı kuvvetleri ve İngilizler de vardı 2.sinde. Koalisyon güçleriydi hatırlarsan ayrıca belli başlı başka ülkelerin askerleri de vardı ama belli bir düzenli ordu var karşılarında da normal Irak ordusu vardı. Irak ordusu çok çabuk pes etti. Daha sonrası militanların gerilla harekâtıydı. Gerilla işiydi diyebiliriz savaşın devamı için. Farkı heralde gerilla savaşı olmasıdır.

Zaten orta doğuda anladığım ve gördüğüm kadarıyla hep gerilla savaşı olur doğal olarak. Çünkü oraya gelen batılı kuvvetler “hep batılı kuvvetlerin saldırısı olmuştur” Mustafa Kemal’in bile Trablusgarp’ta sürdürdüğü savaş gerilla savaşıdır. Böyle düşünüldüğüne çok eskiden gelen bir gerilla kültürü olduğu görülmektedir. Batılı kuvvetler çok önemli, modern silahlarla savaşa geldikleri için; oradaki halkın elinde de modern olmayan silahlar bulunduğu için, örnek vermek gerekirse: roket, keleş, Rpc gibi bu savaşlar ayet manüel, insan gücüne dayalı savaşlar olmuşlardır. Diğer savaşlardan farkı bu olmuştur. 2 modern ordu çarpışmıyor orada. 1 modern ordu ve karşısında da halktan yani: kasap, bakkal, manav ki aynen şu anda Suriye de olduğu gibi adamların çarpışmasıydı. Savaş sırasında çarpışmayı öğreniyorlardı. Çarpışarak, ölümlerle öğreniyorlardı.

-Savaş bu anlattığınız şekildeydi, peki medyaya yansımaları nasıldı 2. Körfez savaşının?

Ben savaş muhabirliği, foto muhabirliği, savaş kameramanı gibi tanımlamaların olduğuna inanmıyorum. Niye inanmıyorum? Çünkü eskiden varmış bu işler. Şimdi yok çünkü artık birçok konuda uzman olmasını istiyorlar muhabir ve gazetecilerin ve ayrıca eskiden Vietnam’da, 2. Dünya savaşında olduğu gibi içinde değiller gazeteciler artık. O zamanlar ordunun çok içinde, çarpışma anında oluyordu gazeteciler. Daha

gözü kara beklide ziyade o zamanlar gazeteciler hedef değilmiş. Üzerinde tv-press yazıyorsa önce sana ateş etmiyorlarmış.

-Etik bir durumdan mı söz ediyorsunuz?

Etiklikten de değil aslında. Şöyle düşünmek lazım, Fotoğraf ve video çok kuvvetli tabi ki. Özellikle fotoğraf savaşları sona erdirebilen ya da başlatabilen bir meta. Çok geniş kitleleri etkileyen bir şey. Ama şimdi dağıtımı daha da fazlaştığı için; çünkü dünün her tarafta görsel bir bombardıman var, dünyanın her yerinde olan olaylara erişkin. Dünyanın en gelişmemiş ülkesinde olan bir olaya erişkin bile fotoğrafları birkaç saat, en geç 1 gün sonra görebiliyorsun. Zamanla ben şuna yoruyorum bu durumu. Bu kadar derin ve yaygın fotoğraf ağında gazetecilerin, foto muhabirlerinin gerçekten önemli tank olduklarının farkına vardı silahlı kuvvetler ve onları vurmaya çalışıyorlar artık. Onları vurmaya çalıştıkları içinde artık foto muhabirleri ve haberciler bölgeler çok yakın giremiyorlar. Girdikleri zaman vuruluyorlar çünkü. Sayı çok artıyor. Eskiden bu kadar değilmiş. Tamam, yine o zamanlar bu işin içinde olanlar ölüyormuş ama direk hedef değilmiş. Eline beyaz bayrak aldığı zaman ki örnekleri vardır: Nikaraguay, Elsalvador bildiğimiz tarih anılarında adam beyaz bayrağı alıyor bir cepheden diğer cepheye gidiyor ve kimse vurmuyor. Düşünün 2 tane cephe var bin metre mesafede. Çarpışıyorlar birbirlerini öldürüyorlar. Bir tarafta bir tane gazeteci var elinki beyaz bayrakla karşıya doğru koşuyor ve kimse onu vurmuyor. Gazeteci olduğu için saygı duyuyorlar.

-Siz kuvvetlendikçe oldu dediniz ama savaşta bulunan gazetecilere karşı kültür nasıl değişti?

İnsanların bakışı değişti. Yani habercilere karşı olan güvensizlik arttı. Çünkü maalesef ülkelerin istihbarat birimcileri habercileri kullanmıyorlar. Haberci olmayan insanları haberci kılığına sokara savaş alanlarına gönderiyorlar. Bu şekilde bir sürü olay oldu. Orta doğuda, Kuzey Afrika'da yani her yerde bu şekilde ajan gazeteciler yer almaya başladı.

-Ama bunları ülkeler yaptı?

Tabi gazeteciler istihbaratçı olmadı, istihbaratçılar gazeteci oldu. Bu konuda böyle sorunca bende isim söyleyemem bilmiyorum çünkü. Zaten o yüzden istihbaratçılar. Biliyor olsam onlar gazetecidir diyebilirim zaten. Ama bir sürü var. Olaylarda

İsrail'in Mossad'ın ve bunun gibi birçok istihbarat örgütünün gazetecileri kullandığı aşikâr ve bunu da farkına varıyor tabi ki diğer kuvvetler. Bu sebepten dolayı da gazetecilere istihbaratçı gözüyle bakıyorlar. bu yüzden de hedef oluyor gazeteciler.

Gazetecilere güven duygusu kalktı. Gazetecilerin alanlardaki davranış bozuklukları da gazetecileri hedef haline getirdi. Yani oraya gittiklerinde oradaki insanlara kötü muamele ettiler. Kötü muamele den kastım; fotoğraf ağırlıklı ya da görüntü ağırlıklı çalışmak, oradaki insanlara insani değerlerle yaklaşmamak gibi. Çünkü bazı gazeteciler oradaki insanlara bir denek hayvanı gibi bakıyor. Afrika'ya Somali'ye gidiyor oradaki açları görüyor. Bunlar maymun diye düşünüyor ve aç köpekler gibi çekiyor onları. Hayvanlar gibi çekiyor, insani yönlerini görüntülemiyor ve kötü tanıtımlar yapıyor. Oradaki insanlarda görüyorlar, biliyorlar, duyuyorlar bu durumu. Bu ve benzeri birçok olumsuz durumlardan ötürü gazeteciler toplum gözünde değer kaybetti. Yani sokakta bile düşün. Makineyi kaldırıp birini çekmek istediğinde “ne çekiyorsun” diyorlar, hemen tepki gösteriyorlar. Eskiden böyle değildi. Ben 90lı yıllarda fotoğraf çekiyordum. Böyle değildi. Bize karşı, foto muhabirlere genel olarak habercilere kaşı büyük bir tepki var ama bu tepkinin nedeni bu. Tarafli medya, manipülatif hareketler, manipülasyon. Hatırlayın lütfen son Libya olaylarını. Amerikan büyük elçisi Bin Gazi de konsoloslukta saldırıya uğradı. Amerikan büyük elçisinin bir fotoğrafı vardı bütün medyada. O fotoğrafta “linç ediyorlar” denildi. Aslında linç yok. Oradaki fotoğrafın gerçek hikâyesi etraftaki insanların Amerikan elçisini kurtarmaya çalışmasıdır. İnsanlar elçiyi taşıyorlar, o kareyi medya linç etme görüntüsü olarak verdi ve sonra 2 fotoğrafı yan yan koydu medya. Kaddafi'nin linç ile o adamın durumunu yan yan koydu medya. Böyle baktığında medya ya kim güvenir. Çok basit ve açık böyle yüzlerce örnekler var. Buna kimse güvenmez. Yani silahlı saldırı sonucu yaralanmış ve olay yerinden çıkartılıp ilk yardıma ulaştırılmaya çalışılan biri var ve Kaddafi var, linç edildi apaçık. Yan yana koyuyorsun. Acayip manipülatif hareketler var her anlamda. Bu yüzden kimse habercilere güvenmiyor artık. Çok zor çalışıyor haberciler artık. O yüzden diyorum artık savaş muhabirliği, kameramanlığı, foto muhabirliği pek doğru bir tabir olmamaya başladı gibime geliyor. Ölüyor insanlar. Benim Libya da beraber çalıştığım yabancı bir gazeteci vardı. Suriye'de öldü çocuk. İnsan hayatını kaybediyor. Sonuçta can bu istediğin kadar cesurum de yaşadığım tecrübelerden bilirim o an geldiği zaman; birkaç kere hayati tecrübe tehlike geçirdim tabi; o anlarda anlıyorsun ne olduğunu. İnsan içgüdüsel

olarak vücut bütünlüğünü sürdürmeye çalışan bir yaratık sonuçta ve ölebileceğini bilerek bir yere gidiyor olmak iyi bir psikoloji değil. İnsanlar, gazeteciler artık böyle gidiyorlar o bölgelere. Şuanda Suriye’de niye gazeteci yok. Yok, giremiyor çünkü öldürüyorlar.

-Yapılan Haberi de etkiliyor dimi bu durum?

Tabi ki. Aynı haber yapılamıyor zaten. Mali de kaç gündür operasyon var ve bir günlerdir oraya adam sokamıyoruz. Girilmiyor. Fransız egemenliğinde bir bölge. Batılı bir ülke gene orada operasyonda bulunuyor ve dünya sadece yine taraflı bir gözden izliyor bunu. İşte Propaganda böyle bir şey. Ajans France Press’in gözüyle izliyor kahraman Fransız askerlerini. Ne oluyor orada kimse gerçeği bilemiyor. Sokmuyorlar çünkü. Girenlerde Fransızlar, Fransız güdümlü batılı medya falan giriyor. Eski tarfsızlık gözü yok. İnanılmaz faaliyetler var.

-Tamamen bir karartma yani?

Tabi bildiğin karartma.

-Körfez savaşında var mıydı?

Körfezde olmazmı. Lütfen hatırla 1. Körfez savaşında hatırladığın bir imaj söyle. Bir tane fotoğraf hatırlanır genelde oradan: “Petrole bulanmış karabatak” Düşün bak. 1. Körfez savaşı oldu. Yüz binlerce Iraklı siviller öldürüldü. Düşün o kadar uzun bir savaş sürdü hatırlanan tek imaj bir tane Petrole bulanmış karabatak. Hayvanları bende seviyorum ama herkesin aklında “ah zavallı karabatak” ölen binlerce insanı unutturdular. Demek istediğim bu manipülatif faaliyetler böyle yürüyor. Böyle bir şey var mı? 2. Körfez savaşında tek hatırlanan şey Saddam’ın heykelinin yıkılması. Öylemi peki o milyonları kim öldürdü. Öyle hiçbir imaj hatırlanmıyor. Herkes “ah Saddam’ın heykeli, özgürleştirdik bir bu ülkeyi, bu insanları” diye hatırlıyor. Batı öyle biliyor. Doğuda öyle biliyor neredeyse. Doğu gerçeği biliyor ama kendini ifade edemiyor.

- Bu açıdan baktığımızda El Cezire’nin kurulmasını nasıl değerlendiriyorsunuz?

O da Katar çıkışlı. Doğu batı çarpışması medya da da sürüyor. Ama biz ajans olarak tarafsızlığımızı korumaya özen gösteriyoruz. Çünkü gerçekten köklü bir kuruluşuz. Çok net bir şekilde tarafsız olmaya çalışıyoruz Doğunun sesi yok dünya da.

İşte bu açıdan Körfez savaşında El Cezire Doğunun sesi olmaya çalıştı mı acaba?

Dengeleri şöyle görüyorum ben dünyada; en çok petrol tüketen ülke birleşik devletler en çok üreten ise Arap ülkeleri. Her şey bu iki eksen arasında yürüyor bu dünya da. Dünyanın tüm dengelerini ikisi yönetiyorlar. Beraberce yönetiyorlar. Amerika batıyı da temsilen daha ağır basıyor tabi. Abd toplumu savaş ekonomisi üzerine kurulu, bütün sanayi ve para orada. Araplarda petrol üzerine kurulu. Savaşlar çıkmazsa para kazanamayacak. Petrol satmazsa da onlar iflas edecek. Denge böylece yürüyor. Medyanın buradaki rolü kullanılmaktan başka bir şey olmuyor.

2. Körfez savaşında gördüğünüz ve yayınlanmak isteyip engellendiğiniz bir şey oldu mu? Bu soru illa sizin üzerinizden olmaya bilir o dönem beraber çalıştığımız yabancı kaynaklar içinde olabilir?

Benim bildiğim şuydu. Tam olarak yazılı bir emir varmıydı bilmiyorum ama şunu biliyorum; Amerikan ajansı AP özellikle birde Reuters da vardı sanırım, saldırıya uğramış Amerikan Birliği askeri fotoğrafı kullanamıyorlardı. Zor durumda olan Amerikan veya İngiliz askeri görüntüsü verilemiyordu. Hiçbir şekilde vermediler.

Amerikan askerlerinin ölü sayısını da vermiyorlardı sanırım?

Tabi hiçbir şey vermiyorlar. Yani Abd askerleri çok kahraman, hiçbir zaman ölmüyorlar. İngiliz askerleri de öyle. Çok acayip, korkunç yani.

Yaptıkları katliamları da çok göstermiyorlardı

Aynen öyle. AP ve Reuters'in o yıllardaki fotoğraflarını incele hiç söylediğin tarzda bir fotoğraf yoktur. Saldırıya uğramış Amerikan aracı, askeri, birliği yoktur. Hatırlarsanız kaddafi linç görüntülerini o yüzden yayınladı. Biz elimizde olduğu halde yayınlamadık. Ben orada görev yaptım o dönemde. Kaddafi'nin linç görüntülerini yayınladılar niye? Çünkü barbar Doğu toplumu imajı yaratmak için. Katil, psikopat İslami katiller diye hem Kaddafi'yi öldürttüler, bir beladan kurtuldular kendilerince hem de o barbar Doğu toplumunu tanıtmış oldular. 11 Eylül olaylarını üzerlerine yıkmaları gibi. Daha detaylara girilebilir aslında. Irakta da benzer işleri yaptılar. Örneğin bir Amerikan askeri öldürülmüş; tabi ki çok üzücü, her can değerli; etrafında dua ederlerken çekilmiş fotoğraflar yayınladılar. Bütün bu imajları kullandılar. AP'le Reuters'in görevi bu zaten.

Bu ajanslarda çalışan arkadaşlarınız olmuştur illaki. Yapılan bu karartmayla ilgili, çektiklerini veya yazdıklarını yayınlamadıklarıyla ilgili hiç yorum yaptılar mı size?

Öyle bir şey geçmedi. Genelde foto muhabirleri gerçekten etik adamlardır.

O anlamda söylemedi. Gördükleri kareyi çekip ajansa gönderiyorlardır ama yayınlanmayınca bir isyanları oluyor mu diye sormak istedim?

Çektirmiyorlar ki. Zaten iliştilmiş muhabirsene belli şeyleri çekip belli şeyleri çekemezsin. Belli şeyler edit edilir. Senin tarafından değil, orada bir birlik komutanı veya kimse bu konunun sorumlusu. İliştirilmiş gazetecilik neye bağlı? Buna bağlı. Bir sözleşme imzalarlar ve sözleşmede çekeceği yerler belli, çekmeyeceği yerler belli, çekilmeyecek alanda makineler kaldırılır, çekilen fotoğrafı kendileri edit edemez, oradaki sorumlu kişi edit eder. İliştirilmiş gazetecilikte böyle çalışıyor ama ben buna karşı değilim. Çünkü hiç olmamasındansa olması daha iyi. Tabi yine taraflı gözlerle maalesef. Yani basın, medyanın çok büyük problemleri var.

Sansür ve abartı iliştilmiş gazetecilikte ne ölçüde var?

Çok yoğun. Yoğunluk had safhada. Ama olayı başından kabul ediyorsun. Bende giderim iliştilmiş olarak. Elimden geleni yaparım, bazı şeyleri kurtarmaya çalışırım ama gidenler kurtulamaz.

Bu koşullar altında savaş muhabirinin tarafsız bir gözlemci olması mümkün mü?

Bence iliştilmiş olmamalıdır. Şöyle olmalıdır. Kendi aracıyla gitmelidir. Çok zor tabi savaş bölgesine gidip tarafsız olmak. Sebebi bir taraftan bir tarafın yanında olmak zorundasın. Ortada olursan çok fazla yaşayamazsın, ya da işini yapamazsın. Bir tarafın bir tarafında olacaksın ama gende o taraftan uzak olmak lazım. Geleneksel haberciler olarak bizim konumuz şudur; gittin savaş bölgesinde her iki tarafında tarafında olmaman gerekir, her iki tarafında sağladığı olanakları kullanmaman gerekir. Kalacak yer ve hayatını tehlikeye atar bu durum. Çünkü askeri hedefesindir vurulursun. Askeri araç kullanmasın, herhangi bir örgüt ve militanla yan yana bulunmazsın veya beraber seyahat etmezsin ama bu kurullar zaten hep bozular. Çünkü olmaz başka türlü. Mutlaka bir militanın yanına gitmek lazım gidemezsin çünkü ama geleneksel olarak bunu yapmamak gerekir. Ortada gerçeği bulman gerekir

ama sana izin vermezler hiçbir zaman. Mutlaka bir taraf seni kullanır, farkında olmadan kullanılırsın açıkçası.

İliştirilmiş gazeteciliğin 2. Körfez savaşında Ortaya çıkmasının temel nedeni sizce neydi?

Gazetecileri kontrol altında tutmak. Aman bizden habersiz bir şey yapmasınlar. Çünkü gerçekten bir sızarsa herhangi bir fotoğraf, her şeyin kaderini değiştirir. Gerçekten fotoğraf çok güçlü. Davutoğlu'nun ağladığı fotoğrafı ben çektim diye söylemiyorum ama birkaç hafta gündemi değiştirdi. En yakın hatırladığım fotoğraf o olduğu için söylüyorum. Fotoğrafın yeterince güçlüyse dünyayı değiştirirsin.

Körfez savaşı için soracak olursak askerle bir özdeşleşme oluyor mu?

Zamanla özdeş olursun, psikolojik olarak normaldir de bu. Ama ürettiğin malzemede değişmez.

Otosansür oluyor mu peki?

O da olmaz. Gerçekten geleneksel bir foto muhabiri veya kameraman yapmaz o işi. Muhabir çeker gönderir. Merkez eğer değiştirmek isterse değiştirir. Mutfaktaki adam yemeğini yapar. Daha doğrusu biz alışverişe çıkan adamlar gibiyiz. Mutfağa malzeme gereklidir, örneğin: armut, elma meyve gibi. Biz taptaze getiririz. Bizim görevimiz şu en başından beri; biz gideriz haber bizim için kutsal bir şeydir. Taze kalması ve olduğu gibi aktarılması gereklidir. Bizde haberi bu şekilde koruyarak ulaştırırız. Ulaştırdığımız ürünü mutfakta ister mangal yapar ister başka bir şey yapar. Bizim yapmamız gereken haberi o kutsal şeyi iyice koruyup kollayıp, hiç kenarından köşesinden kopartmadan değiştirmeden şeklini izleyiciye iletmek. Ama artık o editör, yayın yönetmeni nasıl değiştirir o ona kalmış. Bence o durumlar daha elzem hikâyeler. Bu durum çok sakal bıyık hesabı. Bir yandan da değiştirmek gerekebilir. Önemli bir dezenformasyondan bahsedeyim; AFP Ermeni yasa tasarısı konuşuluyor mecliste, Paris'te. Binlerce Türk 4 bin 5 bin tane Türk meclisin önünde gösteri yapıyor AFP görmüyor. Foto muhabir de gidiyor ama görmüyorlar. Tek bir fotoğraf veriyorlar o da şu; 1912 yılına ait Ermeni terör gruplarının asıldığı ki bunu yazmıyor tabi ki bunun tarihi o. Önde Türk subayları duruyor gayet normal onlar Cezayir de insanların gözlerini kör edip öldürürken Fransızlar bizde asmışız Ermenileri. Yurttaş kimliğiyle konuşuyorum şu anda. O yıllarda bu işler pek şey değil millet neler yapıyor. Osmanlı

ona rağmen yinede ahlaklı davranıyor. Bütün toplumlarda bunu biliyor sadece bunu kullanıyorlar. Neyse sonuç olarak AFP gidip bunu yayına veriyor o sırada ve diyor ki Osmanlı'nın katlettiği Ermenilerin belgesi. Tek kare olarak koyuyor o fotoğrafı yayına. Sonra akşam bir foto muhabir meclisin önünden bir kare fotoğraf geçiyor ve diyor ki 4-5 tane Türk geldiler protesto ettiler. İşte dezenformasyon böyle bir şey. Bunu Fransa Devlet ajansı yapıyor. Kendi ülkesinde liseli gençlerini Paris meydanında tekme tokat döverlerken yayınlamıyorlar; aynı gün Türkiye de (tabi bu da çok kötü bir şey) kadınlara çevik kuvvet müdahale ediyor Beyazıt'ta, bende oradaydım o fotoğrafı 1. Sayfaya koyuyor Le Figaro 1 gün sonra ama kendi lise öğrencilerini görmüyor bile. Tekme tokat dövüyorlar Fransız öğrencilerini, tek kare yok basında. Basında yok bırak AFP yi falan. Fransız medyası görmezden geliyor. İşte taraf böyle bir şey. Batı gerçekten medya konusunda çok acayip. Her şeyi manipüle ve provoke ediyorlar. Yani burada olduğum için söylemiyorum AP de, Reuters de, Afp de olsam da söyleyeceğim bunları. Çok değişti habercilik.

Buna benzer Körfez savaşıyla ilgili verebileceğiniz örnek ne olabilir?

Hapishanelerde yapılan işkenceler. Çok çok sonra ortaya çıktı ve bunu niye kullandıkları aslında önemli olan, bunu yaymalarının da bir sebebi vardı. Tam olarak bizde çözemiyoruz ama isteyerek yayınladılar onları da. Amerikan askerinin çektiği o fotoğraflar isteyerek yayınlandı. Muhafif çevreler yayınlamadı. Öyle iyi kullanıyorlar ki medyayı, onları kullanmasının da bir sebebi vardı. O dönemde başka bir şey gündeme gelmesin diye onu öne attılar.

ABD ve İngiltere Irak' girdiğinde kitle imha silahı olduğunu söyleyerek girdi var mıydı?

Büyük bir yalan yoktu. Daha sonra kendileri itiraf ettiler zaten. Ne kimyasal hiçbir şey yoktu.

Peki, bunun medya üstüne gitti mi?

Gitmedi tabi ki. O dönemki CAI başkanı, savunma bakanı istifa etti olayların devamında. Çünkü çok zor durumda kaldılar yoktu. Kendileri icat ettiler. Bütün bastıkları yerler de hiçbir şey bulamadılar. Her şey yanlış çıktı yani.

Özgürleştirme operasyonuydu 2. Adı körfez savaşının, özgürleşti mi, demokrasi geldi mi Irak'a?

2 milyona yakın insanı öldürdüler. Hayır, tabi ki ne özgürlüğü. Gidip görebilirsin. Ben savaştan sonrada bir süre orada kaldım. Yok öyle bir şey tamamen Teksas.

Neden basın oraya gidip oranın özgürleşmediğini göstermiyor?

Girip çalışmadığı için herhalde. Çünkü batılılara büyük düşmanlar. Benim Musul da başıma geldi. Adamları ikna edemedim Müslüman ve Türk olduğuma. Adamlar aldılar beni Yahudi bir ajan olarak kesmek istediler kafamı. O kadar büyük katliam yapıyorsun sonuçları da böyle oluyor tabi ki.

Körfez savaşıyla ilgili okudum propaganda faaliyetleri içinde savaşı bir havai fişek gösterisine benzeten tüyler ürpertici yazılarda bulunuyor, bu durum hakkında ne düşünüyorsunuz?

Aynen bu şekilde. Şuna benziyor bu. İsrail in gerçekleştirdiği son saldırıda, İsraililer Gazze sınırına gidip piknik yaparak Gazze'nin bombalanmasını izliyorlar. Böyle bir vahşet var mı? Bombanın düştüğü yerin etkisinin nasıl olduğunu biliyor musun? İnsanlar biliyorlar mı acaba; nasıl bir etkisi olduğunu? Paramparça oluyor insanlar. Yani cesetlerini bulamıyorlar yanıyorlar, parçalanıyorlar, kömür oluyorlar. Nasıl bundan zevk alarak izleyebilirsin? Nasıl bir gazeteci bunu havai fişek gösterisi gibi yayınlar dimi? Ben Gazze de gördüm adam oğlunu 2-3 parça halinde getiriyor hastaneye. Küçük çocuk 6-7 yaşında 2 parça halinde. Adam oğlunu getiriyor hastaneye 2 parça halinde. Ne demek bu? Parçaları bir araya getirmeye çalışıyor. Çok çirkin.

KAYNAKÇA

KİTAP

- AKARCALI, S. (2003) *II Dünya Savaşında Propaganda*. Ankara. İmaj Yayınları.
- Almagor, R. C. (2002) *İfade Medya ve Etik*. (Çev. S. Nihat Şad). Ankara. Phoenix Yayınevi.
- ASLAN, K. (2002) *Haberin Yol Haritası*. İstanbul. Anahtar Kitaplar Yayınevi.
- ARI, T. (2004) *Irak, İran ve ABD*. İstanbul. Alfa Yayınları.
- AZİZ, A. (2003) *Siyasal İletişim*. Ankara. Nobel Yayınları.
- BİR, A. A. (2005) *İkna ve Konuşma*. Eskişehir. Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Yayınları
- BALCIOĞLU, M. (2004) *Teşkilat-ı Mahsusadan Cumhuriyet'e*. (2. Baskı) Ankara. Asil Yayıncılık
- BEKTAŞ, A. (2002) *Siyasal Propaganda*. İstanbul. Bağlam Yayınları.
- BEKTAŞ, A. (2000) *Kamuoyu, İletişim ve Demokrasi*. İstanbul. Bağlam Yayınları
- BEKTAŞ A. (2002) *Siyasal Propagandanın Tarihsel Evrimi ve Demokratik Toplumdaki Uygulamaları*. İstanbul. Bağlam Yayıncılık.
- BERKES, N. (1992) *Propaganda Nedir ?*. İstanbul. Recep Ulusoglu Basımevi.
- BETTON, G. (1993) *Sinema Tarihi*. (Çev: Şirin Tekeli). (3. Baskı). İstanbul. İletişim Yayınları.
- BİÇAKÇI, İ. (2003) *İletişim ve Halkla İlişkiler*. İstanbul. Media Cat Yayınları.
- BROWN, J.A.C (1992) *Siyasal Propaganda*. İstanbul. Ağaç Yayınları.
- BROWN, J.A.C (2000) *Beyin Yıkama*. İstanbul. Boğaziçi Yayınları.

- BÜLBÜL, R. (2001) *İletişim ve Etik*. (2. Baskı) Ankara. Nobel Yayınları
- Bülbül, R. (2001) *Haberin Anatomisi ve Temel Yaklaşımlar*. Ankara. Nobel Yayınları.
- CAN, F. (2005) *Bilgi Çağının Gündümlü Silahı Medya*. İstanbul. Alfa Yayınları.
- CANETTİ, E. (1998) *Kitle ve İktidar*. (Çev. Aygen, Gülşat) İstanbul. Ayrıntı Yayınları.
- CEVİZCİ, A. (2000) *Felsefe Terimleri Sözlüğü*. İstanbul. Paradigma Yayınları.
- CHOMSKY, N. (2002) *Medya Gerçeği*. (Çev: Abdullah Yılmaz, Osman Akınhay). İstanbul. Everest Yayınları.
- CLARK, T. (1997) *Sanat ve Propaganda*. (Çev: Esin Hoşsucu). İstanbul. Ayrıntı Yayınları.
- ÇUBUKÇU, M. (2006) *Ortadoğu'nun Yeniden İşgali*. İstanbul. Kalkedon Yayınları.
- DOMENACH, J.M. (2003) *Politika ve Propaganda*. İstanbul. Varlık Yayınları.
- DONALD, R. (2002) *Medya ve Etik*. İstanbul. İmge Kitabevi.
- Downs, R. B. (2000) *Dünyayı Değiştiren Kitaplar*. İstanbul. Ötüken Yayınları.
- DÖNMEZER, S. (1968) *Basın Hukuku*. İstanbul. İstanbul Üniversitesi Hukuk Fakültesi Yayınları.
- ERGÜL, H. (2005) *Televizyonda Haberın Magazinellesmesi*. İstanbul. İletişim Yayınları.
- ERDOĞAN, İ. ve ALEMDAR, K. (2002) *Öteki Kuram*. Ankara. Erk Yayınları.
- GEZGİN, S. (1998) *Basın Sözlüğü*. İstanbul. İstanbul Üniversitesi Yayınları.
- GİRGİN, A. (2000) *Yazılı Basında Haber ve Habercilik Etiği*. Ankara. İnkılap Yayınları.
- GİRGİN, A. (1998) *Haber Yazma Teknikleri*. Ankara. İnkılap Kitabevi.
- GİRGİN, A. (2002) *Haber Yazmak*. İstanbul. Der Yayınları.
- HİTLER, A. (1996) *Kavgam*. İstanbul. Emre Yayınları.

- İNAL, M. A. (2000) *Haberi Okumak*. İstanbul. Temuçin Yayınları.
- KAĞITÇIBAŞI, Ç. (1988) *İnsan ve İnsanlar*. (8. baskı). İstanbul. Evrim Yayınları.
- KAPTAN, A. (1999) *Radyo-Televizyon Haberciliği ve Metin Yazma-Röportaj Teknikleri*. İstanbul. Maltepe Üniversitesi Yayınları.
- KUMKALE, T. T. (2006) *Beynimizi Kimler ve Nasıl Yönetiyorlar*. İstanbul. Pegasus Yayınları.
- KURUOĞLU, H. (2006) *Propaganda ve Özgürlük Aracı Olarak Radyo*. Ankara. Nobel Yayınları.
- KÜÇÜK, M. (2005) *Medya, İktidar, İdeoloji*. Ankara. Bilim ve Sanat Yayınları.
- LERNER, D. (2000) *Propagandada Etkinlik: Şartlar ve Değerlendirme*. (Çev. Ünsal Oskay). İstanbul. Der Yayınları.
- MARGARET M, (2005) *Paris 1919*. Ankara. ODTÜ Yayıncılık.
- MARİLYN J. M. (2000) *TV Haberciliğinde Etik*. (Çev. Bahar Öcal Düzgören). İstanbul. Yapı Kredi Yayınları
- MATTELART, A. (2005) *İletişimin Dünyasallaşması*. (Çev: Halime Yücel). İstanbul. İletişim Yayınları.
- Mutlu, M. (2003) *Vietnam'dan Körfez'e Savaşlarda Kamuoyu Oluşumu*. İstanbul. Okumuş Adam Yayınları.
- MORRESİ, E. (2003) *Haber Etiği*. (Çev. Fırat Genç). Ankara. Dost Kitabevi Yayınları.
- NURDOĞAN, R. (2000) *İleti Tasarımında Haber*. İstanbul. Der Yayınevi.
- OKAY, V. (1957) *Teknik Propagandanın Esasları ve Modern Propaganda*. İstanbul. Okay Yayınevi.
- ONARAN A. Ş. (1984) *Kamuoyu*. İstanbul. Filiz Kitabevi.
- O'NEİLL, J. (1998) *Piyasada Gazetecilik Yapmak*. (Çev. Nurçay Türkoğlu). İstanbul. Ayrıntı Yayınları.

- OSKAY, Ü. (1992) *Kitle Haberleşme Teorilerine Giriş*. İstanbul. Der Yayınları.
- ÖZDEMİR, C. (2003) *Onlarlaydım ama onlardan değildim*. İstanbul. Doğan Yayınları.
- ÖZSOY, O. (1998) *Propaganda ve Kamuoyu Oluşturma*. İstanbul. Alfa Basım Yayım Dağıtım.
- ÖZKAN, T. (2003) *Bush ve Saddam'ın Gölgesinde Entrikalar Savaş*, İstanbul. Alfa Yayınları.
- PEKER, M. U. (2000) *Kapitalizm, Kitle İletişim Araçları ve Etik*. İstanbul. Sinemasal Yayınları.
- POSTMAN, N. ve POWERS, S. (1992) *Televizyon Haberlerini İzlemek*. (Çev. Aslı Tunç). İstanbul. Kavram Yayınları.
- RİTTER, W. R. (2002) *Irak'a Savaş: Bush Yönetiminin Bilmenizi İstemediği Gerçekler*. İstanbul. Metis Yayınları.
- RUSSELL, B. (2004) *İktidar*, (Çev. Göksel Zebek). İzmir. İlya Yayınevi.
- SCHİLLER, H. (2005) *Zihin Yönlendirenler*. (Çev: Cevdet Cerit) İstanbul. Pınar Yayınları.
- SCHLAPP, H. (2002) *Gazeteciliğe Giriş*. (5. Baskı). İstanbul. Vestfalya Eyaletler Yayınevi.
- SEYDİ, S. (2004) *1939 –1945 Zor Yıllar II. Dünya Savaşı Türkiye'de İngiliz Alman Propaganda ve İstihbarat Savaşı*. Ankara. Asil Yayınları.
- ŞİMŞEK, A. (2000) *Siyasal Tarih Sürecinde Sanat ve İktidar*. Ankara. Ümit Yayıncılık.
- SONTAG, S. (2004) *Başkalarının Acısına Bakmak*. İstanbul. Agora Kitaplığı.
- TARHAN, N. (2003) *Psikolojik Savaş*. İstanbul. Timaş Yayınları.
- TARHAN, N. (2006) *Psikolojik Savaş, Gri Propaganda*. İstanbul. Timaş Yayınevi.

- TAŞKIRAN, C. (2005) *Kanlı Mürekkeple Yazın Çektiklerimizi...!*. Ankara. Platin Yayınları.
- TILIÇ, L.D. (1998) *Utaniyorum Ama Gazeteciyim*. İstanbul. İletişim Yayınları.
- TOKGÖZ, O. (1994) *Temel Gazetecilik*. İstanbul. İmge Yayınları.
- TOKGÖZ, O. (2003) *Temel Gazetecilik*. (5. Baskı). Ankara. İmge Kitabevi.
- TOMLİNSON, J. (1999) *Kültürel Emperyalizm*. (Çev: Emrehan Zeybekoğlu). İstanbul. Ayrıntı Yayınları.
- TOPUZ, H. (1991) *Siyasal Reklamcılık*, İstanbul. Cem Yayınları.
- TURAM, E. (1994) *Medyanın Siyasi Hayata Etkileri*. İstanbul. İrfan Yayınları.
- ULUÇ, G. (2003) *Küreselleşen Medya: İktidar ve Mücadele Alanı*. İstanbul. Anahtar Kitapları.
- UYGUÇ, Ü. ve GENÇ, A. (1998) *Radyo Televizyon Haberciliği*. (2. Baskı). İstanbul. Avcıol Basım Yayınları.
- VAMİK D. V. (1993) *Politik Psikoloji*. Ankara. A.Ü Rektörlüğü Yayınları.
- ZEYTİNLİ, M. (1998) Aktaran: Atilla Girgin, *Haber Yazma Teknikleri*, İstanbul. İnkılap Yayınları.
- ZİYAOĞLU, R. (1963) *Propaganda ve san'atı*. İstanbul. Halk Basımevi.

MAKALE

ARMAĞAN, A. (1999) “*Siyasal Bir İletişim Türü Olarak Propaganda*”. İletişim Fakültesi Dergisi. İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi. Sayı: 9.

ÇİLOĞLU, B. (2003) “*Dünya Petrollerinde Yeni Aktör*”. Stratejik Analiz Dergisi. Cilt 4. Sayı 37.

DURSUN, T. (2000) “*Hakikat ve Haber İlişkisi*”. RTÜK iletişim Dergisi. Sayı: 15.

ESGÜN, U. (1999) “*Makro İktidar, Mikro İktidar ve Hukuk*”. Birikim Dergisi. Şubat Sayı: 118.

KIZILBAY, İ. (2002) “*Mesleki Bir ilke Olarak Objektif Haber*”. İletişim Fakültesi Dergisi. Sayı: 15.

KİNDER, H. ve HİLGEMANN, W. (1995) “*Atlas of World History*”. Volume: 2 From The French Revolution The Present, Penguin books, Munchen.

LASSWELL, H. D. (1927) “*The Theory of Political Propaganda*”. The American Political Science Association. Volum: 21.

ÖZÇAĞLAYAN, M. (2003) “*Yeni İletişim Teknolojileri ve Cepheaden Canlı Yayın*”. İletişim Fakültesi Dergisi. Sayı: 16.

ZEBİL, Y. (1997) “*Amerikan Yüzyılı ve Politika Bağlamında Independence'nin Düşündürdükleri*”. 25. Kare Dergisi. Sayı: 18

İNTERNET

<http://bianet.org/bianet/medya/18038-embedded-ilistirilmis-degil-askeri-yatili>
(05/03/2013)

Dursun, Ç. “Haber ve Habercilik/Gazetecilik Üzerine Düşünmek”, Gazetecilik ve Habercilik, Ips İletişim Vakfı Bağımsız İletişim Ağı (BİA) Habercinin El Kitabı Dizisi (İkinci Baskı), (Der:) Sevda Alankuş, İstanbul, 2003, s.88, online versiyonu için: <http://eski.bianet.org/diger/pdf/04/gazetecilik.pdf>. (05/03/2013)

D.Kellner, The Persian Gulf TV war, Colorado: Westview Press,1992, s.422'den Youssef, a.g.m., s.16. Carol Pauli, News Media as Mediators, s.717.
<http://www.cojcr.org/vol8no2/717-734.pdf>

E.Herman and N.Chomsky, Manufacturing consent: The political economy of the mas media, NY: Pantheon Books,1988, s.28'den Mervat Youssef, “ Their Word against Ours: News Discourse of the 2003 Gulf War Civilian Casualties in CNN and Aljazeera “, (Mediterranean Edition 4 (2) Fall 2009,s.16.
http://globalmedia.emu.edu.tr/fall2009/issues/2_Mervat_Youssef_pp13_24.pdf
(22/02/2013)

http://www.atillagirgin.net/sunumlar/sunu_ana.htm. (15/01/2013).

<http://arama.hurriyet.com.tr/arsivnews.aspx?id=124727>. (20/03/2013).

<http://arama.hurriyet.com.tr/arsivnews.aspx?id=136676>. (07/03/2013)

<http://arsiv.ntvmsnbc.com/news/116822.asp>. (29/03/2013).

<http://arsiv.ntvmsnbc.com/news/208690.asp?0m=N12a>. (29/03/2013).

<http://arsiv.ntvmsnbc.com/news/207226.asp>. (29/03/2013).

<http://arsiv.ntvmsnbc.com/news/207587.asp?cp1=1%C5%9Ftu>. (29/03/2013).

<http://arsiv.ntvmsnbc.com/news/208755.asp>. (04/03/2013).

<http://arsiv.sabah.com.tr/2007/04/26/haber,94DEB838D7BD4FE0B41B11BDD209BBCD.html>. (04/03/2013)

<http://arsiv.zaman.com.tr/2003/04/12/dis/h21.htm>. (29/03/2013)

<http://www.dw.de/bush-meydan-okudu/a-2527158-1>. (20/03/2013)

<http://hurarsiv.hurriyet.com.tr/goster/ShowNew.aspx?id=211006>. (01/03/2013)

<http://www.habervitrini.com/haber/powell-irakta-100-ila-500-ton-arasinda-kimyasal-silah-malzemesi-var-70522/>. (15/03/2013)

<http://hurarsiv.hurriyet.com.tr/goster/ShowNew.aspx?id=-220668>. (25/03/2013)

<http://habermerkezi.wordpress.com/2002/08/29/irak-devlet-baskan-yardimcisi-taha-yasin-ramazan-bm%E2%80%99nin-silah-denetcilerini-%E2%80%9Cajanlik-komisyonu-olarak-nitelendirdi-ve-denetcilerin-irak%E2%80%99a-donmesinin-abd-saldirisina-engel-olmay/>. (29/03/2013)

<http://www.habervitrini.com/haber/kofi-annandan-taha-yasin-ramazana-yanlanlama-77747/>. (01/04/2013)

<http://www.milliyet.com.tr/polyanna-el-sahaf/guncel/haberdetayarsiv/09.04.2003/263340/default.htm>. (29/03/2013)

<http://www.milliyet.com.tr/bushla-saddam-duello-yapsin/dunya/haberdetayarsiv/04.10.2002/61345/default.htm>. (29/03/2013).

<http://oxforddictionaries.com/definition/english/propaganda?q=propaganda>. (25/11/2012)

<http://www.slideshare.net/omermba/gnmzde-nsan-ve-nanlar-blm-6>. (02/01/2013).

<http://www.turkmmo.com/genel-kultur-vatandaslik/1171450-propaganda-nedir.html>. (25/10/2012).

http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.508ea2eb3472b9.50837794. (25/10/2012).

Yasemin İnce, “Savaşta Medya Cephesi”. (çevrimiçi). <http://www.radikal.com.tr>. (10.08. 2009).

<http://tr.wikipedia.org/wiki/%C4%B0ktidar>. (20/10/2013).

TEZLER

KARAKAŞ, İ. (2008) *İletişim anlamında Psikolojik Savaş ve Propaganda*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Strateji Dalı Ana Bilim Dalı. Gebze Yüksek Teknoloji Enstitüsü.

EKEN, İ. (2011) *Reklamda Abzürdlüğün Etkileri: Bilişsel Tepkilerin Yön Verici Rolü*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Bahçeşehir Üniversitesi.

MEGEP (2007) (Mesleki Eğitim ve Öğretim Sistemlerinin Güçlendirilmesi Projesi). Halkla İlişkiler ve Organizasyon Hizmetleri. *Kamuoyu -2*, Ankara

NURAY, Y. (2004) *Kitle Psikolojisinin Halkla ilişkiler ve Propagandada Kullanılması, Örnek Olay: Irak-ABD Savaşı*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi

Prof. Dr. Deniz Ü. A. Bahçeşehir Üniversitesi Siyaset Bilimi ve Uluslar arası İlişkiler Bölümü Öğretim Üyesi, Röportaj, 11.02.2007

GÜNAY, G. (2007) *Birinci Körfez Savaşı, Irak Savaşı ve Değişen Gazetecilik*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Üniversitesi

DOĞAN, M. Z. (2010) *El Cezire Televizyonu ve El Cezire Televizyonunda Habercilik Anlayışı*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Üniversitesi

YAMAN, Ö. M. (2007) *Bir İktidar Aradı Olarak Propaganda*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Selçuk Üniversitesi

KARATAŞ, İ. (2008) *İletişim Alanında Psikolojik Savaş ve Propaganda*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Gebze İleri Teknoloji Enstitüsü

GÖRÜŐMELER

Murat Sezer (Reuters) Kişisel Görüşme, İstanbul, 11 Şubat 2013

Erhan Sevenler (Anadolu Ajansı), Kişisel Görüşme, İstanbul, 15 Ocak 2013