NEOLİBERALİZM SONRASI MEDYANIN HEGEMONİK GÜÇ İLİŞKİLERİNDEKİ ROLÜ

Şakir Ercan GÜL
141153121

DOKTORA TEZİ

İletişim Bilimleri Anabilim Dalı
İletişim Bilimleri Doktora Programı
Danışman: Prof. Dr. Filiz OTAY DEMİR

İstanbul
T.C. Maltepe Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü
Kasım, 2018

JÜRİ VE ENSTİTÜ ONAYI

Şakir Ercan GÜL'ün " **Neoliberalizm Sonrası Medyanın Hegemonik Güç İlişkilerindeki Rolü**" başlıklı tezi 09/11/2018 tarihinde aşağıdaki jüri tarafından değerlendirilerek "Maltepe Üniversitesi Lisansüstü Eğitim ve Öğretim Yönetmeliği"nin ilgili maddeleri uyarınca, İletişim Bilimleri Dalında Doktora tezi **oy birliğiyle / oy çokluğuyla, başarılı / başarısız** olarak kabul edilmiştir.

	Unvanı. Adı ve Soyadı	İmza
Üye (Tez Danışmanı)	: -Prof.Dr.Filiz OTAY DEMİR	.....
Üye	: Prof. Dr. Şahin KARASAR	.....
Üye	: Prof.Dr.Serdar PİRTİNİ	.....
Üye	: Prof.Dr.Ebru ÖZGEN	.....
Üye	: Doç.Dr.Gürdal ÜLGER	.....

Doç.Dr.Ahu TUNÇEL ÖNKAL

Enstitü Müdürü

maltepe üniversitesi	**ETİK İLKE VE KURALLARA UYUM BEYANI**	Doküman No	**FR-178**
		İlk Yayın Tarihi	**09.11.2018**
		Revizyon Tarihi	
		Revizyon No	**00**
		Sayfa	**III/15**

Revizyon Takip Tablosu

REVİZYON NO	TARİH	AÇIKLAMA
00	09.11.2018	İlk yayın.

ETİK İLKE VE KURALLARA UYUM BEYANI

09/11/2018

Bu tezin bana ait, özgün bir çalışma olduğunu; çalışmamın hazırlık, veri toplama, analiz ve bilgilerin sunumu olmak üzere tüm aşamalarından bilimsel etik ilke ve kurallara uygun davrandığımı; bu çalışma kapsamında elde edilmeyen tüm veri ve bilgiler için kaynak gösterdiğimi ve bu kaynaklara kaynakçada yer verdiğimi; çalışmanın Maltepe Üniversitesinde kullanılan "bilimsel intihal tespit programı" ile tarandığını ve öngörülen standartları karşıladığını beyan ederim.

Herhangi bir zamanda, çalışmamla ilgili yaptığım bu beyana aykırı bir durumun saptanması durumunda, ortaya çıkacak tüm ahlaki ve hukuki sonuçlara razı olduğumu bildiririm.

Şakir Ercan GÜL

TEŞEKKÜR

Banka Müfettişliği ve Maliye Müfettişliği ve TMSF Yöneticiliğinden oluşan bürokratik hayatımın sonunda, işlerimin yoğunluğu nedeniyle Marmara Üniversitesi Muhasebe Finansman alanında tamamlayamadığım doktora programını tamamlamayı düşünürken, sevgili Hocam Prof. Şahin Karasar'ın desteğiyle bu isteği iletişim alanına kaydırdım. Esas itibariyle Siyasal Bilgiler Fakültesi'ndeki almış olduğum lisans eğitiminin bir devamı halinde gördüğüm iletişim alanında, doktora dersleri sırasında aldığım entelektüel zevkle birlikte programı tamamlama ve bu tezi yazma cesareti buldum.

2001 Türkiye Krizi sonrası yaklaşık on üç yıl gibi uzun bir süre TMSF'de üstlendiğim göreve istinaden, özellikle banka batıkları nedeniyle yönetip ekonomiye kazandırmak durumunda olduğumuz medya işletmeleri ile ilgili önemli bilgi ve tecrübe edinmiş oldum. Her ne kadar Türk Medya Düzenine çok fazla yer verilmemişse de, edinilen bu tecrübeyi medyanın neoliberalizm sonrasındaki hegemonik güç ilişkilerindeki rolüne dair düşünceler üzerinden doktora tezine dönüştürdüm.

Bu tezi yazarken fikir hayatımın oluşmasında katkıları olan Prof. Beşir Hamitoğulları ile Prof. Hüseyin Hatemi'ye ve bu tezi yazmam konusunda isteklendiren Prof. Şahin Karasar'a teşekkür ederim. Titiz bir şekilde yapmış olduğu düzeltme ve önerilerle desteğini esirgemeyen kendisinden çok şey öğrendiğim danışman hocam Prof. Filiz Otay Demir'e, destekleri için Prof. Gürdal Ülger'e ve sevgili dostum Dr. Cevat Okutan'a teşekkürlerimi sunarım.

Hayatım boyunca, bu aşamaya gelmemi sağlayan hiçbir zaman hayır dualarını esirgemeyen başta annem olmak üzere tüm aileme, bu tezi yazma konusunda bana destek veren dost, arkadaş ve hocalarıma teşekkür etmeyi borç bilirim.

Şakir Ercan GÜL

Kasım, 2018

ÖZ

NEOLİBERALİZM SONRASI MEDYANIN HEGEMONİK GÜÇ İLİŞKİLERİNDEKİ ROLÜ

Şakir Ercan GÜL

Doktora Tezi

İletişim Bilimleri Anabilim Dalı

İletişim Bilimleri Doktora Programı

Danışman: Prof. Dr. Filiz OTAY DEMİR

Maltepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2018

Küreselleşme sürecinin getirdiği ulaşım ve bilgi teknolojilerindeki gelişmeler, kamuoyunu yönlendiren, ikna eden ve rıza üreten kitle iletişim araçlarının hayatımızdaki önemini daha da artırmaktadır. Medya kamuoyunu yönlendirmede çok önemli hale geldikçe, medyayı da yönlendirmek isteyen başka güçler ortaya çıkmaktadır. Kamuoyuna nüfuz edebilmenin en kestirme ve etkili yolu, medyayı etkilemekten ya da manipüle etmekten geçmektedir. Devletler ya da neoliberalizmin temelini oluşturan çok uluslu sermaye grupları, kendi amaçları doğrultusunda iktidar sahibi olmak ya da iktidarını devam ettirmek için ürettikleri siyasetin bir aracı olarak medyayı yönlendirmek istemektedirler. Siyasal iktidarlar, ondan ayrı düşünülemeyen ekonomik iktidarı devam ettirmek için medya gücüne ihtiyaç duymaktadırlar. Özgür, bağımsız ve kimseyle çıkar ilişkisinin olmadığı durumda, medyanın gerçek işlevlerini yerine getirebileceği söylense de, doğrudan ya da dolaylı olarak güç odakları çıkarları gereği buna izin vermek istememektedir.

Anahtar Kelimeler: Neoliberalizm, Küreselleşme, Hegemonya, Medya.

ABSTRACT

THE ROLE OF MEDIA AFTER NEOLIBERALISM IN HEGEMONIC POWER RELATIONS

Şakir Ercan GÜL
PhD
Department Communication Sciences
Communication Sciences PhD Programme
Thesis Advisor: Filiz OTAY DEMİR
Maltepe University Social Sciences İnstitute, 2018

The developments in transportation and information technologies brought about by the globalization process further increase the importance of the mass media in our lives that direct, convince and give consent to the public. As the media become very important in guiding public opinion, other forces are seeking to direct the media. The most direct and effective way to penetrate the public is to influence or manipulate the media. The multinational capital groups, which form the basis of states or neoliberalism, want to direct the media as a tool of politics to produce or maintain power in line with their own purposes. Political powers need media power to maintain the economic power which cannot be considered apart from it. Even though it is said that the media can perform its real functions in the absence of independent, independent and no relation with anyone, the direct or indirect power centers do not want to allow it.

Keywords: Neoliberalism, Hegemony, Globalization, Media.

İÇİNDEKİLER

JÜRİ VE ENSTİTÜ ONAYI II
ETİK İLKE VE KURALLARA UYUM BEYANI III
TEŞEKKÜR IV
ÖZ V
ABSTRACT VI
İÇİNDEKİLER VII
TABLOLAR VE RESİMLER XI
KISALTMALAR XII
ÖZGEÇMİŞ XV

BÖLÜM 1. GİRİŞ 1

BÖLÜM 2. HEGEMONİK GÜÇ İLİŞKİLERİ 6
2.1 Hegemonya Kavramı 6
2.2. Hegemonya ve İktidar 9
2.3. İktidar Biçimleri 15
2.4. Ekonomi Politiğin İdeolojileri 18
2.4.1. Liberalizm 19
2.4.2. Milliyetçilik 21
2.4.3. Marksizm 22
2.4.4. İslam Düşüncesi 23
2.5. Liberal Kapitalizmin Oluşumu 26
2.5.1. Sanayi Kapitalizmi 30
2.6. Sosyalist Sistemin Doğuşu ve Liberal Kapitalizmden Müdahaleci Kapitalizme Geçiş 33
2.6.1. Sosyalist Sistemin Doğuşu ve Gelişimi 33
2.6.2. Müdehaleci Kapitalizm 34
2.7. Neo Liberalizm ve Çok Uluslu Şirketler 36
2.7.1. Neo Liberalizm 36
2.7.1.1. Monetarizm (parasalcılık) 37

2.7.1.2. Rasyonel Beklentiler Teorisi……38
2.7.1.3. Kamu Tercihi Teorisi ve Anayasal İktisat……38
2.7.2. Çok Uluslu Şirketler……...39
2.8. Ekonomi Politiğin Çağdaş Teorileri……42
2.9. Küresel Güç Odakları……...44
2.9.1. Merkez Bankaları……45
2.9.2. Pentagon……..48
2.9.3. IMF, Dünya Bankası ve WTO……50
2.9.4. Avrupa Birliği (AB)...……..52
2.9.5. Küresel Aileler……54
2.9.6. Düşünce Kuruluşları (Think Thank)……...56
2.9.7. İngiliz Krallığı……59
2.9.8. Ezoterik Örgütler……61
2.10. İktisadi Davranışlar ve Eksik Rekabet Piyasaları……...63
2.11. Küreselleşme ve Davranış Ekonomisi……66

BÖLÜM 3. KÜRESELLEŞEN MEDYA VE MEDYANIN KAMUOYU OLUŞTURMA GÜCÜ 70
3.1. Medya ve İlgili Kavramlar 70
3.1.1. Medya 70
3.1.2. Modernleşme…….....72
3.1.3. Kültür ve Medya Emperyalizmi……74
3.1.4. Küresel Çoğulculuk……....75
3.2. Kalkınma Sermaye İlişkilerinin Medya Yapılanmasına Etkisi……76
3.3. Medyanın Küreselleşmesi……87
3.3.1. Küreselleşme Medya İlişkisi……..87
3.3.2. Küresel Medyanın Oluşum Şekilleri……..93
3.3.3. Küresel Medyanın Gelişimi……...98
3.3.3.1. Küresel Medyanın Yapılanması……102
3.3.3.2. Türk Medyası ve Küresel Medyayla İlişkiler…….....113
3.4. Kamuoyu Kavramı ve Kuramsal Çerçeve……..116
3.4.1. Güçlü Etkiler Dönemi……..120

3.4.1.1. Sihirli Mermi Kuramı…….....121
3.4.2. Sınırlı Etkiler Dönemi……..121
3.4.2.1. Kullanımlar ve Doyumlar Kuramı…….122
3.4.3. Güçlü Etkiler Dönemine Dönüş……...123
3.4.3.1. Suskunluk Sarmalı Kuramı…….....123
3.4.3.2. Gündem Belirleme Kuramı…….....124
3.4.3.3. Yetiştirme Kuramı……..126
3.4.4. Toplumsal Yapısalcılık Dönemi……..127
3.4.4.1. Rıza Üretimi Kuramı……..128
3.4.4.2. Postmodernizm ve Simülasyon Kuramı…….....129
3.5. Haberin Üretimi ve Dağıtımı……..131
3.6. Kanaat Önderi Yaratmak ve Kullanmak…….137
3.6.1. Kanaat Önderi Kavramı…….....137
3.6.2. Medyada Kanaat Önderi……..138
3.6.2.1. Televizyonun Kanaat Önderliği…….140
3.6.2.2. Sosyal Medya Ağlarının Kanaat Önderliği …….140
3.7. Propaganda……..143
3.7.1. Propaganda Teknikleri…….147
3.7.2. Propagandanın Çeşitleri ve Örnekler……...151
3.7.3. Haberin Propagandada Kullanılması……...155
3.8. Kamu Diplomasisi ve Medya…….160
3.8.1. Kamu Diplomasisi Kavramı…….160
3.8.2. Yumuşak Güç……...162
3.8.2.1. Yumuşak Gücün Kaynakları……..163
3.8.2.2. Yumuşak Gücün Araçları……...164
3.8.3. Kamu Diplomasisinde Medyanın Kullanımı…….....166
3.8.3.1. Gazete…….168
3.8.3.2. Radyo…….....170
3.8.3.3. Yayınlar…….172
3.8.3.4. Televizyon……. …….173
3.8.3.5. Sinema…….....178
3.8.3.6. Yeni Medya…….....183

3.8.4. Kamu Diplomasisi Açısından Wikileaks Haberleri…….188
3.9. İstihbarat ve Medya……192
3.10. Medya Din İlişkileri……..196
3.10.1. Filmler……....198

BÖLÜM 4. DEAŞ ÖRNEĞİNDE MEDYANIN HABER ÜRETİMİNDE SÖYLEM ANALİZİ UYGULAMASI 203
4.1. Kavramsal Açıdan Söylem Analizi Tekniği…….....203
4.2. DEAŞ Örgütünün Oluşum Süreci……...207
4.3. DEAŞ'in Medya Yapılanması…….....210
4.3.1. En-Nebe Dergisi……..212
4.3.2. Konstantiniye Dergisi……..212
4.3.3. Dabiq ve Rumiyah Dergileri…….....214
4.3.4. Sosyal Medya Propagandası…….....216
4.4. Medyada Yer Alan Söylem Analizine Tabi Tutulacak DEAŞ Haberleri……...219
HABER 1İnternet Haber……....219
HABER2 Star Gazetesi…….219
HABER 3 Sözcü Gazetesi……..220
HABER 4 Sabah Gazetesi……..221
HABER 5 Milliyet Gazetesi……...221
HABER6 CNN İnternational…….222
HABER 7 Vatan Gazetesi……..223
HABER 8 Habertürk……..224
HABER 9 CNN Türk…….225
HABER 10 Cumhuriyet…….226
4.5. Haberlerin Analizi……..226
4.5.1. İnfaz Sahneleri…….236
4.5.2. İnfaz Sahnelerinin "Seven" Filmiyle Benzerliği…….238

BÖLÜM 5. SONUÇ VE ÖNERİLER ……..241
KAYNAKÇA……248

TABLOLAR VE RESİMLER

TABLOLAR

Tablo 1 Küresel Medya İşletmelerinin Birleşme ve Satın Alma İşlem Sayısı 105

Tablo 2 Küresel Medya Şirketlerinin Uluslararası Çeşitlemesi…… 105

Tablo 3 Medya Birleşmeleri……..106

Tablo 4 Dünyanın En Büyük Medya Grupları……...107

Tablo 5 Medya Şirketlerinin Görünümü……111

RESİMLER

Resim	Yayın Organı	İçerik
1	İnternethaber	Polis Ağabeyini İnfaz Eden Terörist……219
2	Star Gazetesi	10 Yaşındaki Çocuğa Rehinenin İnfaz Ettirilmesi 220
3	Sözcü Gazetesi	Bazukayla Yapılan İnfaz……..220
4	Sabah Gazetesi	Musul'da 3 Peşmergenin İnfazı……221
5	Milliyet Gazetesi	Afganistan'da 2 çocuğa Yaptırılan İnfaz…….222
6	Cnn İnternational	ABD'li Gazetecinin İnfaz Öncesi Görüntüsü 223-238
7	Vatan Gazetesi	100 Yaşındaki Din Adamının İnfazı……224
8	Habertürk	Aranan DEAŞ İnfazcısı Muhammed Emwazi'nin Ortaya Çıkışı 225
9	Cnn Türk	Suriye Ordusunun Yakaladığı İnfazcı……..225
10	Cumhuriyet	5 Kürt Askerinin Çocuklara İnfaz Ettirilmesi… 226
11	Radikal	Seven Filmindeki Katilin Öldürülme Sahnesi 239

KISALTMALAR

An. Mah.	Anayasa Mahkemesi
BDA	Baskıcı Devlet Aygıtları
İDA	İdeolojik Devlet Aygıtları
ABD	Amerika Birleşik Devletleri, Amerikan
FED	Amerikan Merkez Bankası
BIS	The Bank of International Settlements, Uluslararası Varlıklar Bankası
IMF	Uluslararası Para Fonu
DB	Dünya Bankası
DTÖ (WTO)	Dünya Ticaret Örgütü
GATT	Gümrük Tarifeleri Genel Anlaşması
GSMH, GSYİH	Gayrisafi Milli ve Yurtiçi Hasıla
AB	Avrupa Birliği
OECD	Ekonomik İşbirliği Kalkınma Örgütü
CFR	Dış İlişkiler Konseyi
CSIS	Uluslararası Stratejik Araştırma Merkezi
AIPAC	Amerika İsrail Toplumsal İlişkiler Komitesi
JİNSA	Yahudi Güvenlik Enstitüsü
ADL	Yahudi Karşıtlarını Önleme Cephesi
USİP	Birleşik Devletler Barış Enstitüsü

MEF	Ortadoğu Forum
DEAŞ (IŞID)	Irak Şam İslam Devleti
FETÖ	Fettullahçı Terör Örgütü
OPUS DEİ	Tanrının İşi Tarikatı
EL KAİDE	Kuruluş Terör Örgütü
OPEC	Petrol İhraç Eden Ülkeler Örgütü
RAND Corporation	Araştırma ve Geliştirme yapan Think Thank kuruluşu
BM	Birleşmiş Milletler
NATO	Kuzey Atlantik Antlaşması Örgütü,
SBS	Kuru Kafa ve Kemik Tarikatı
CD, VCD, DVD	Sesli, Videolu, Dijital Görüntülü Kayıt Cihazları
CIA	Amerikan Dış İstihbarat Örgütü
FBI	Amerikan İç İstihbarat Örgütü
AIG	Amerika Merkezli Sigorta ve Finansal Hizmetler Şirketi
NSA	Amerikan Milli Güvenlik Ajansı
ECHELON	Casus Uydu
PWC	Price Waterhause Coopers Uluslararası Denetim şirketi
OTT	Over The Top, Operatörsüz internet üzerinden yayın
STK	Sivil Toplum Kuruluşları
Çev.	Çeviren
Yay.	Yayınlar
Ün.	Üniversite
Der	Derleyen

Haz.	Hazırlayan
B.	Baskı
Mat.	Matbaa
S.	Sayı
s.	Sayfa
SBE	Sosyal Bilimler Enstitüsü
SB	Sosyal Bilimler
İİBF	İktisadi İdari Bilimler Fakültesi
Fak.	Fakülte

ÖZGEÇMİŞ

ŞAKİR ERCAN GÜL

İletişim Anabilim Dalı

Eğitim

Derece	*Yıl*	*Üniversite, Enstitü, Anabilim Dalı*
Doktora	2018	Maltepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İletişim Bilimleri Anabilim Dalı
Y.Ls.	2003	Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı
Ls.	1988	Ankara Üniversitesi, Siyasal Bilgiler Fakültesi İşletme Bölümü
Lise	1984	Rize Lisesi

İş/İstihdam

Yıl	*Görev*
2017-	Emekli, Sun Express ve Aydın Holding YK üyesi
2010- 2017	TMSF Başkanı
2004- 2010	TMSF 2. Başkanı
2003-2004	İstanbul Defterdar Yardımcısı
1989-2003	Maliye Müfettişi
1989	Halkbank Müfettişi

Mesleki Birlik/Dernek Üyelikleri

Yıl	*Kurum*
1989 -	Maliye Müfettişleri Derneği

Yayınlar ve Diğer Bilimsel/Sanatsal Faaliyetler

Bir yıl süreyle ABD'de (Boston) mesleki çalışma, görgü ve bilgi edinimi (1998 – 1999)

"Yaklaşım" Dergisinde idari, mali ve ekonomi konularında yazılmış makaleler (1997-2003).

Kişisel Bilgiler

Doğum yeri ve yılı	: Erzurum, 1967 Cinsiyet: E
Yabancı diller	: İngilizce (orta).
GSM / e-posta	: 05336640203 / sgul67@yahoo.com.

BÖLÜM 1. GİRİŞ

İnsanın cennetten kovulup Dünyada yaşamaya başlaması ile insanlık tarihinin başladığı ve sonrasında ilk insan olan Âdem'in oğullarından birinin diğerini öldürmesiyle ilk cinayetin işlendiği kutsal kitaplarda anlatılır. İnsanlık tarihinin başlangıcından bu yana insan egosunun tatmini ve iktidar elde etmek için sayısız kavgalar, cinayetler ve savaşlar olmuştur ve olmaya devam etmektedir. Araçlar, mekânlar, aktörler değişse de bu mücadelenin içeriği hiç değişmedi. Karanlık ortaçağ olarak anılan kilisenin egemen olduğu dünyanın gidişatı, coğrafi keşifler, yeni zenginlikler sayesinde değişti. Fransız ihtilali ve Aydınlanmayla dünya o zamana kadar görmediği yeni bir değişim ve dönüşümün fitilini ateşledi. Dış dünyanın zenginlikleriyle yeni bir burjuva sınıfı doğdu. Kilisenin ve feodalitenin egemenliğine son verildi. Bu dönüşümle birlikte ulus devletler oluşmaya başladı. O sırada yoksullukla boğuşan halkı yanlarına çekmek zor olmadı. Katolik dünyanın karşısına hiyerarşik olmayan bir mezhep olan Protestanlık doğdu. Bir anlamda burjuvazi Hristiyanlığı kendi düzleminde yeniden yorumladı. Bu süreç, ticari ve sanayi kapitalizmiyle üretim miktarının geometrik bir biçimde artarak, büyük şirketlerin doğmasına yol açtı. Bu şirketler o kadar büyüdü ki, ulus devletleri kimi zaman doğrudan, kimi zaman da dolaylı biçimde etkiledi. Liberal ideoloji ile birlikte devletlerden ziyade şirketler ya da büyük aileler üretim tüketim zincirinin asıl belirleyicisi olmuştu. Zaman zaman oluşan krizlerle devletler, sistemi tamire yönelik ayarlamalar yaptı. Merkantilizm, müdahaleci kapitalizm ve sosyalizm denemeleriyle liberal kapitalizmin alanı daralsa da, her defasında kendisini yeniledi (neoliberalizm). Özellikle kitle iletişim araçlarının hayatımıza derinlemesine girmesiyle küreselleşme denilen olguyu da yanına alarak, siyasal ve ekonomik ilişkileri belirleme gücünü elinde tuttu.

Modern zamanlarla birlikte, evrenin keşfinin derecesi arttıkça ve tabiata daha fazla hâkim olma iştahı kabardıkça, bilinmezler bilinir hale geldikçe, insanoğlu kendine çok daha fazla güvenerek Tanrı'nın öldüğünü iddia etti. Bunu yaparken bile, bilimi yeni bir Tanrı ilan ettiğinin farkında değildi. İnsan üretimi de dâhil artık her şeyin yapılabileceğine olan inanç, çok acımasız bir biçimde insanı ve doğayı yok etme derecesine götüren savaşları körükledi. Nükleer silah edinmeden güvenlik sağlanamayacağına olan inanç arttı. Tam bu noktada bilim ve felsefe dünyası, klasik

mekanik teorinin determinist açıklamasının yetersizliğini, hatta yanlışlığını keşfetti. Kuantum fiziği ile birlikte evrene bakışı değiştirmeye başladı. Belirsizlik prensibiyle, eşyanın hakikatinin göründüğü gibi olmayabileceği düşüncesiyle mutlak önermelerden kaçınmaya başladı. Bu açıdan bu durum Tanrı'nın yeniden geri dönüşü gibi algılansa da, kutsal olan ve insanlık tarihinin değer olarak kabul ettiği olumlu önermeleri de göreli hale getirerek değersizleştirdi. İnsanoğlunun aşırılıklarını ifade eden "İfrat ve tefrit" denilen kavram bu durumu özetlemektedir.

İletişimin gelişimiyle birlikte güç odaklarının en önemli propaganda araçlarından biri haline gelen medya, yasama, yürütme, yargı güçleri dışında ayrı bir dördüncü güç unsuru mudur? Gücün medyası mı vardır, yoksa medyanın gücü mü vardır? Bu sorular üzerinden tartışmalar yapılmaktadır. Parçacı yaklaşımla ayrı ayrı doğrulanabilecek bu durum, bütünsel yaklaşıldığında medyayı güç odaklarının kullandığı bir araç olduğuna götürmektedir. Dünya üzerindeki hegemonik güç odaklarını, devletler ve şirketler olarak kabaca ikiye ayırdığımızda, bazen iç içe geçecek kadar karmaşık da olsa, her iki kategorinin de güç devşirirlerken medyayı etkili bir şekilde kullandıkları ya da kullanmak istedikleri anlaşılmaktadır. İletişim teknolojisine sahip olan ülkeler, bilgi ve iletişim akışını da belirleyebilmektedirler. Ancak internetin keşfiyle beraber, tek yönlü bilgi akışından çift taraflı eş zamanlı bilgi paylaşımına geçilmiş ve ülkeler arasındaki farklar azalmaya başlamıştır. 2000'li yıllara gelindiğinde, artık geleneksel medya pazarı dev medya şirketlerinden oluşmaktadır. Günümüzde egemen ideoloji, küresel medyanın, fikir üretiminin, bilgi dağıtımının düzenlenmesi ve denetlenmesini yeniden yapmaktadır.

Dünya çapında faaliyet gösteren Facebook, Twitter, Youtube gibi sosyal medya platformlarının her ne kadar sahiplikleri farklı görünse de arkasında istihbarat örgütleri bulunmaktadır. Bu örgütler, yerel memnuniyetsizlikleri ve öfkeyi sosyal medya üzerinden kitlesel isyana dönüştürme konusunda deneyimlidir. Siber ajanlar birçok ülkede halkı kışkırtarak yönetimlere diz çöktürmüştür. Türkiye'de Gezi, Ukrayna'da Turuncu Baharı, Ortadoğu'da Arap Baharı ve ABD'de Pembe Bahar hareketleri küreselcilerin desteğinde sosyal medya üzerinden kurgulanmıştır. Devleti yönetenler, alacakları kararların sosyal medyada nasıl maniple edilebileceğini düşünerek karar almak zorundadır. Dünya insanı, sosyal medya ile hegemonik medyaya karşı kendi medyasını, kendi haber kaynaklarını oluşturuyor. Sosyal medyada geleneksel medyadan farklı olarak dünyanın her yerindeki haberi anında öğrenmek mümkün olduğundan kamuoyunu

kontrol edip yönetmek isteyenlere karşı yeni mücadeleler de oluşuyor. Gezi Parkı olaylarını anlamayan Türk insanı, maliyetinin ne olabileceğini görünce şimdi sosyal medyayı daha iyi kullanıyor. Bunun örneği 15 Temmuz FETÖ darbe girişiminde, erkenden sosyal medya üzerinden örgütlenen vatandaşların sokakları darbecilerden önce doldurmasıyla görüldü. Bundan sonra dünyadaki her kitlesel eylem, sosyal medyadan başlayıp ve sosyal medyadan bitecek gibi görünüyor. Sosyal medyanın kitle üzerindeki organizasyon gücünü anlayan yönetimler süreci yönetebilecek, anlamayanlar ise kamu düzenini sağlamakta zorlanacaklardır.

Araştırmanın Amacı ve Varsayımlar

Bu çalışmanın amacı, neoliberalizm sonrasında küreselleşmeyle ve kitle iletişim araçlarının gelişmesiyle birlikte insanın varoluşsal özelliği olan egosunun, arzularının medya vasıtasıyla yönlendirilip yönlendirilmediğini açıklamaktır. Bu çerçevede, sermaye grupları ile medya grupları arasındaki ilişkinin; bir başka deyişle medyanın gücünün mü yoksa gücün medyası mı olduğu açıklığa kavuşturulacaktır. Bu paralelde haberin nasıl oluşturulup kitlelere yayıldığı, ilgili verilerin değerlendirilerek kamuoyunun nasıl yönlendirildiği, bu durumun kaçınılmaz olup olmadığı, yapılan işlerin toplum gözünde nasıl rasyonelleştirileceği ve bütün bunlar göz önüne alınarak demokratik toplum idealinin nasıl gerçekleştirileceği üzerinde değerlendirmeler yapılacaktır. Bu amaca yönelik olarak bir takım araştırma soruları sorulmuş ve bu sorulara cevaplar aranmıştır. "İnsan homo ekonomikus mudur?" "Ekonomik faaliyetlerde ahlaki erdemin rolü var mıdır?", "Medyanın etik kuralları var mıdır?" İnsan insanın kurdu olduğu, kendi çıkarı için önüne çıkan engellerle mücadele ettiği ve bunu yaparken de yumuşak ya da sert güç kullandığının tarih boyunca bütün toplumlarda görülmüş olması nedeniyle gelecekte de böyle olacağı varsayılmıştır. Öte yandan insanın ahlaki erdeminin olduğu, bunun için yardımlaştığı, paylaştığı, merhamet ettiği, fedakârlıkta bulunduğu, eylemlerinde adaletin gerçekleşmesine önem verdiği de tarih boyunca müşahede edilmiştir. Bu iki zıtlık içerisinde medyanın etik kurallarının olup olmadığı, bunun nasıl gerçekleştirileceği, bu anlayışlardan hangisinin egemen olacağına göre şekillenecektir. Bu soruların karşılığı, insanın kurmuş olduğu bütün yapılarda vardır ancak yoğunlukları zaman zaman farklılaşmaktadır. Bu nedenle bu çalışmada medya kullanılarak etkinlik sağlamada bu hususların nasıl cereyan ettiği, çeşitli örnek olaylardan yararlanılarak nasıl kamuoyu etkisi yaratıldığı konularında çıkarsamalarda bulunulacaktır.

Araştırmanın Önemi ve Sınırlılıklar

Medyanın yayınlarıyla medya üzerinde egemen olanların gücünü pekiştirmesi, kamusal çıkarın temsilinden ziyade sermaye grubunun çıkarının öncelenmesinin yarattığı tehdit, bu tezde önem verilen hususlardır. Çünkü eğer birkaç büyük grup medyayı kontrol edebiliyorsa demokrasinin geleceğinden endişe etmek gerekmektedir. Bu çerçevede hesap verilebilirlik ve şeffaflık kavramlarıyla birlikte rekabetçi bir medya yapılanmasının alt yapısını oluşturmak, hem demokrasinin korunmasına, hem de ekonominin etkinlik ve verimliliğine katkıda bulunacaktır. Bu nedenle bu çalışmada mevcut medya düzeni incelenip, bu kapsamda yapılan düzenlemelerin etkinliği değerlendirilerek daha iyi bir medya düzeninin oluşması için nelerin yapılabileceği tartışılacaktır.

Hegemonik güçlerin kurdurmuş oldukları ya da yönlendirdikleri El Kaide, El Nusra, Boko Haram gibi çeşitli örgütler olmasına rağmen bu Tez, DEAŞ esas alınarak yazılmıştır. Diğer örgütler üzerinde de çalışma yapılarak hegemonik güçlerin amaçları doğrultusunda nelerin hedeflendiği daha bütünlükçü bir şekilde ortaya çıkarılabilir.

Çalışmamızın birinci bölümünde "hegemonik güç ilişkileri" başlığı altında, öncelikle hegemonya ve iktidar kavramına yer verilmiş, sonra ekonomi politiğin liberalizm, milliyetçilik, Marksizm ideolojilerine, ayrıca çokça zikredilmese de, vahiyle ideoloji kavramlarının aynı düzlemde değerlendirilmesinin uygun olmayacağı düşünülse de İslam düşüncesine de yer verilmiştir. Vahyin ideoloji olmadığına katılan bir kişi olmakla beraber, İslam düşüncesinin vahiy kaynaklı ama insan yorumunu da içermesi, bu üç ideolojinin dışında insanları sistem arayışına iten dürtü olması nedeniyle bu kategoride yer verme ihtiyacında olunmuştur. Bu durumun, bu konudaki düşüncelere katkıda bulanacağı varsayılmıştır. Bu bölümde ekonomi politiğin ideolojileri çerçevesinde liberalizmden, ekonomik müdahaleciliğe, oradan sosyalizme ve neoliberalizme gidişin süreci anlatılmıştır. Bundan sonra ise dünya üzerindeki doğrudan ya da dolaylı güç unsuru olduğu düşünülen odaklardan önemli gördüklerimize yer verilmiştir. Bu bölümün sonunda ise insanın yapısından kaynaklandığı düşünülen iktisadi davranışlara ve onun oluşturduğu piyasa biçimlerine, son yıllarda gelişen davranış ekonomisinin işleyişi hakkında değerlendirmeler yapılarak yer verilmiştir.

Çalışmamızın ikinci bölümünde, medya ile ilgili temel kavramlar açıklandıktan sonra, kalkınma sermaye ilişkilerinin medya yapılanmalarına etkisi incelenmiş, daha

sonra küreselleşme kavramı, medyayla ilişkisi, gelişimi ve oluşumu anlatılmaya çalışılmıştır. Bu bölünün sonunda kamuoyu kavramı, belli başlı iletişim teorileriyle birlikte anlatılmaya çalışılmıştır.

Çalışmamızın üçüncü bölümünde ise başta ABD olmak üzere küresel hegemeonik güçlerce medya kullanılarak kitlelerin nasıl yönlendirildiği DEAŞ örneğinden yola çıkılarak anlatılmaya çalışılmıştır. Irak'ın istikrarsızlaştırılması ve Suriye'nin toplumsal ayaklanma sonrası bir iç savaşa sürüklenmesi ile doğan terör örgütü DEAŞ ile ilgili ortaya çıkan haberler ve söylemler üzerinden söylem analizi yapılmıştır. Bu Örgüt ve arkasındaki güç odakları, hedefleri doğrultusunda şiddet kullanarak toplumda korku ve paniğe yol açmak ve kamuoyunda infial yaratabilmek için kitle iletişim araçlarını kullanmış, bölgedeki otorite boşluğundan yararlanarak hâkimiyet alanını genişletmiştir. Aynı zamanda toplumsal rahatsızlıklardan beslenerek kendi ideolojisini ve eylemlerini etkili bir medya stratejisi ve kanallarıyla uluslararası kamuoyuna duyurmuştur. Bu sayede farklı ülkelerden binlerce kişi bu kanlı terör örgütüne katılarak acımasız eylemler gerçekleştirmiştir. Dijital medya devriminin getirdiği imkân ve kabiliyetleri hedefleriyle birleştirerek etkinliğini daha önce görülmemiş şekilde artırmış, burada hâkim olan küresel kültür dilini, göstergeleri ve kodları kullanmıştır. Özellikle Türkiye'nin, bölge üzerinde oynanmak istenen etnik ve mezhep çatışmasına dayalı politikayı etkisizleştirecek politikalar uygulaması nedeniyle Örgüt deşifre olmuş, sahadaki hâkimiyetinin önemli bir bölümünü kaybetmiştir. Ancak güç odakları arasında bir uzlaşma oluncaya kadar bölgenin kaotik durumuna etkisinin devam edeceği görülmektedir.

DEAŞ'ın gerek uluslararası sisteme, gerek kendi kamuoyuna gerekse bölge ülkelerine verdiği mesajların, onu ortaya çıkaran hegemonik güç odaklarının küresel ve bölgesel çıkarlarına nasıl hizmet ettiği üzerinden genellemeler yapılmıştır. Bu amaçla Örgütün kendi yayın organlarındaki mesajlarla birlikte daha çok uluslararası medyadan alınan ve Türk medyasında çıkan görüntülü haberler değerlendirilmiştir. Medyada kullanılan bu haberlerin soğuk savaş sonrasında Birinci ve İkinci Körfez Savaşı, 11 Eylül saldırıları ve Afganistan savaşıyla ilişkisi, El Kaide terör örgütünün türevi olarak DEAŞ'ın nasıl oluşturulduğu üzerinde durulmuş, dolayısıyla Örgütün faaliyetlerinin küresel hegemonik güçlerin bölgeyi tasarımlama çabasının bir parçası olduğu izlenimi edinilmiştir.

BÖLÜM 2. HEGEMONİK GÜÇ İLİŞKİLERİ

2.1. Hegemonya Kavramı

Hegemonya kavramı, Yunanca lider anlamına gelen "hegemon" sözcüğünden türemiştir (Gills, 2003, s.237). Bir kent devleti, ülke ya da devletin öbürleri üzerindeki üstünlüğü ve baskısı olarak tanımlanmaktadır (Ana Britanica, 1987).

Türk Dil Kurumu Sözlüğünde; bir devletin başka bir devlet üzerindeki siyasal üstünlüğü ve baskısı ya da bir kişinin başka bir kişi üzerindeki üstünlüğü ve baskısı olarak tanımlanmıştır (www.tdk.gov.tr). Raymond Williams tarafından bir kültür yaratma biçimi olarak tanımlanan hegemonya, egemenlerin başka bir sınıfa boyun eğdirmesi ve kültürünü beyin yıkayarak yeniden üretmesi olarak tanımlanmaktadır (Çoban, 2013, s.51)

Kavramı ilk önce Marksist yazarlar kullanmışlardır. Marksist teorisyen Antonio Gramsci tarafından kapitalist bir toplumda, yönetici sınıfın ideolojisini kitlelere çok büyük bir çoğunlukla güce başvurmaksızın dayatmada bulunması anlamında kullanılmıştır. Marx'ın tarihsel materyalizminde ortaya çıkan hegemonya kavramı esas Gramsci'nin çalışmalarıyla daha büyük bir önem ve anlam kazanmıştır. Ancak Gramsci tarafından kullanılmaya başlanmadan önce özellikle Rus yazar Plehanov 1883-1884 döneminden itibaren Çar rejimini devirme stratejisinin bir parçası olarak, proletarya liderliğinin, köylüler, burjuvalar, aydınlar gibi diğer gruplarla bir ittifak oluşturarak rejimi yıkması fikri bağlamında kullanılmıştır (Anderson, Gramsci, 1988, s.30-35).

Gramsci, hegemonya kavramını tanımlarken iki kaynaktan beslenmiştir. İlki üçüncü Enternasyonal bünyesinde yapılan tartışmalar olup, ikincisi ise Machiavelli'nin Prens adlı eserindeki açıklamalarıdır (Embel, 2004, s.18-19). Ona göre, modern toplumlarda iktidarın doğası hegemoniktir ve bu hegemonya iktisadi ve siyasi olduğu kadar ahlakidir (Gramsci, 1986, s.160).

Lenin'e göre hegemonya sadece ekonomik ve sınıfsal bir temele dayanırken, Gramsci'ye göre hegemonya kültürel, ahlaki ve politik işlevlere de sahiptir. Dolayısıyla

Gramsci sadece işçi sınıfıyla ilgili değil, sivil toplumun bütün katmanlarıyla ilgili hegemonya analizi sunar. Devleti politik toplum ile sivil toplumun bileşimi olarak gördüğünden, iktidara gelmeden önce kültürel hegemonyaya sahip olması gerektiğini düşünür. Gramsci ayrıca, Jakobenler ve faşistler tarafından yapıldığı gibi, siyasal toplumu sivil toplumla özdeşleştirme sonucu ortaya çıkan devlet tapınmasına karşı uyarır (Çoban, 2013, s.62).

Hegemonyadan daha geniş bir kavram olan ideoloji aslında onu da içerir. İletişim içinde ifade edilen fikir sistemi, bireyler ya da bilinçli gruplar tarafından taşınan duygular, kanılar ve tutumlar olarak tanımlanır (Lull, 2001, s.19). Hegemonik ideoloji egemen değerleri kitle bilincine ekleyerek o doğrultuda rıza üretmeye çalışır ya da olumsuz karşıtını oluşturur. Antonio Gramsci'nin düşüncelerinden yola çıkan yapısalcı Marksist teorisyen Louis Althusser ise hegemonyayı açıklarken, Batı toplumlarının çok çeşitli "ideolojik devlet aygıtları" (İDA) ile "baskıcı devlet aygıtları" (BDA)'ndan meydana geldiğini söyler. Ona göre, hâkim sınıfın ideolojik ilkelerini, gündelik yaşamın ayrılmaz bir parçası haline gelecek şekilde topluma yaymak, IDA'nın, yani eğitim sisteminin, sanatın, kitle iletişim araçlarının görevidir. IDA amaçlarına ulaşamazlarsa, BDA düzeni şiddet ihtiva eden yollarla sağlamak için vardır. Althusser'e göre, BDA yani hükümet, yönetim, ordu, polis, mahkemeler aracılığıyla zor kullanarak işlemekteyken; İDA ideoloji kullanılarak işlemektedir. Bir başka farklılık ise BDA'nın kamusal alanda, İDA'ın özel alanda işlev görmesidir (Althusser, 2000, s. 32-34).

Hegemonya kavramı siyaset biliminin yanı sıra ekonomi politik alanda da kullanılmıştır. Kindleberger, 1930'larda yaşanan ekonomik bunalımın nedeninin hegemonya olarak adlandırılabilecek bir önder gücün eksikliği olduğunu savunmuş, ayrıca uluslararası önder bir ülkenin varlığı halinde ekonomik bunalımın yaşanmayacağını ve dolayısıyla İkinci Dünya Savaşı'nın ortaya çıkmayacağını iddia etmiştir (Kindleberger, 2007, s.289-305). ABD'nin savaş sonrası etkinliğiyle birlikte bu kavramın kullanılması yaygınlaşmıştır.

Hegemonik dünya düzeni kavramı, yalnız devletlerarası çatışmayla alakalı değil, aynı zamanda ülkeleri çevreleyen sosyal sınıflar, şirketler arasında küresel boyuttaki üretim tarzı üzerinde kurulmaktadır (Cox, 1993, s.61). Üretim ve tüketimin küresel biçimde çok merkezli hale gelmesiyle hegemonya kendini buna göre şekillendirmektedir.

Yönetici sınıf egemenliğini koruyup sürdürmek için az ya da çok zor kullanır. Bunu sağlamak için az ya da çok kitlelere bir şey vermek zorundadır. Kitleler tatmin edilmediğinde ya da ikna edilmediğinde zor kullanım kaçınılmaz olur. Zor kullanım bir yere kadar iş görür ancak uzun vadede sürdürülemez. Uzun süren baskı karşı hegemonyayı güçlendirebilir. Siyasal hegemonya, sadece insanların geçici itaatlerini ya da oy desteğini değil, kalplerini ve zihinlerini kazanma mücadelesidir. Bu noktada hegemonyayı sağlamada egemenin geliştireceği söylemin önemi ortaya çıkmaktadır. Artık normlar ahlak kurumu tarafından değil, söylem tarafından inşa edilmekte ve teknokrasi tarafından sürekli yeniden üretilip meşrulaştırılmaktadır (Sarup, 1997, s.114). Hegemonyanın başarısı, bağımlı sınıflar tarafından ne ölçüde benimsendiğiyle ölçülür. Özellikle kültürel hegemonya, düşünme ve bakma biçimlerinin üretimiyle, alternatif bakış ve söylemlerin dışlanmasını içerir. Kurulu düzene kitlenin rızasının yönlendirilmesi ve benimsenmesi hegemonyayı sağlar.

Hegemonya devamlı olarak kazanılması ve sağlamlaştırılması gereken bir olgudur. Sürekli bir hegemonya yoktur, her an yitirilebilir. Bu nedenle hegemonya için devamlı güçlü olmak ya da kitleleri ikna etmek gerekir. Bunun için alternatif ideolojilerle, hem fiziksel hem de ideolojik kültürel donanımı artırmak suretiyle gücü muhafaza etmek gerekir. Hegemonya güç ve rızanın bileşimine dayanır. Zor unsuru rızayla birlikte her zaman kullanılmak durumundadır ve rızanın önündedir. Salt siyasal ve ekonomik kontrol değil, kendi ideolojisini alt katmanlara iletmek ve benimsetmek durumundadır. Bunun yolu da kültürel üstünlük kurmak suretiyle kitlelerin rızasını almaya dayanır. Kültür üstünlüğü hegemonyanın sürdürülebilirliğini belirler. İdeoloji ise egemen sınıfın güç ve baskı kullanmadan rıza elde etmesine yarayan araçtır (Qualter, 1980, s.22).

Hegemonya tüm toplumsal alanlarda kendini gösterir ve toplumun bütün katmanlarına nüfuz eder. Ortak değerler üzerinde bir uzlaşma, ortak duyunun içine yerleşir ve yöneticinin çıkarınadır (Dağtaş, 1999, s.346). Modern devlet, doğrudan baskıya dayanmayan, kuralların ve otoritenin içselleştirilmesine dayanan, bir başka deyişle iktidarı her alanda var eden bir yapı oluşturmuştur. Gelişmiş ülkelerde daha çok yumuşak güç araçlarıyla ikna sağlanırken, az gelişmiş ülkelerde bu daha çok zor kullanılarak elde edilmektedir.

2.2. Hegemonya ve İktidar

İnsan, iktidarının sınırlılığını kabul etmek istemez. Kan dökülmesine yol açan rekabet hırsı, canını ve şerefini tehlikeye atarak yönetme arzusu ve başkaldırma dürtüsü, hayata egemen olma arzusunun tezahürleridir. İktidar ve şan kazanma isteği sınır tanımaz noktaya götürebilmektedir. İnsanlar serveti kişisel ihtiyaçlarını tatminden çok, iktidarını arttırmak ve şan sahibi olmak için istemektedirler.

Bir işi gerçekleştirmek için gereken kuvvet, muktedir olma, yapabilme, takat, kudret, bir toplulukta ya da kuruluşta idareyi elde bulundurmak, hükümet etmek ile ilişkilendirilen iktidar kelimesi, otorite, etki, zorlama, ikna, güç gibi kavramlarını da ihtiva eder (Bulut, 2007, s.12). İktidara çatışma ve karşı koyma ekseninde yaklaşanlar olduğu gibi, kolektif bir kapasite veya başarı olarak görenler de vardır (Lukes, 1997, s.628). Buna göre iktidar, bir kimsenin çıkarlarına aykırı bir konuda, başka birisi tarafından etkilenmesidir. Bazı yazarlar ise iktidarı güç ya da etki kavramıyla özdeşleştirirler (Çam, 1990, s.288). Bu noktada iktidar, kişiler arasında ilişki ve etkileşim bağlamında, bireyin diğer birey üzerindeki etkisi olarak görülür. Weber iktidarı, bir ya da birden fazla kişinin toplumsal eylem içinde, o eyleme katılan başkalarının direnişine karşın da olsa, kendi iradesini gerçekleştirme şansı olarak görür (Weber, 1996, s.268). Benzer şekilde Russel'e göre iktidar, istenilen ya da tasarlanmış sonuçların üretilmesi anlamında nicel bir kavramdır (Russel, 2014, s.35). Bazen iktidar ile güç bir birleriyle karıştırılır. İlgili kavramlar olmakla beraber aralarında fark vardır. Güç sözcüğü zorlayıcı bir şeyi akla getirir, iktidar ise daha genel bir kavram olarak güçten daha fazlasını içerir. Güç kendisine zaman tanındığında iktidar haline gelir (Cannetti, 2016, s.303). Fakat iktidar için bu yeterli değildir. İktidar, kendisinin tehdit altında olmadıkları zamanlarda bile kendisine itaat etmeye hazır insanlara ihtiyaç duyar ve bir şekilde rıza unsurunu da içerir (Berle, 1979, s.15).

İktidar tutkusu, insanoğlunun en güçlü güdülerinden biri olmasına rağmen rahatlık, zevk, hatta bazen onaylanmak tutkusu ile sınırlanmıştır. İktidar tutkusu, fazla çekingenlerde öndere uydurur, bu da atılgan insanlarda iktidar alanını genişletir. İktidar tutkusu az olanların olayların akışını etkileyebilme olanağı azdır (Russel, 2014, s.14). Bazı insanların karakterleri kumanda etmeye, bazılarının ise boyun eğmeye yöneliktir. Bu ikisi arasında bulunanlar da hem yönetmeye hem de öndere uymaya eğilimlidirler.

İnsanlar iktidarı, kendi yetenekleriyle insanları idare edebileceklerine inandıklarında isterler. Aksi takdirde bir öndere uymayı tercih ederler. Boyun eğme dürtüsünün kökü korkuya dayalıdır. Büyük önderler, büyük cesaret ve kendine güvenle sorumluluk duygusu taşıdıklarından çekinmeden iktidar mücadelesine girerler.

Savaş ve tehlike durumlarında, grup üyeleri yalnız kalma korkusuyla dayanışırlar. İnsanlık yönetime muhtaçtır ancak anarşinin egemen olduğu bölgelerde ve örgütlerin kuruluşlarında zor kullanma görülür. Bunu demokratikleştirmek sonraki süreçte olur. Bazı insanlar zorba olmadığı halde boyun eğmeyi reddederek özgür yaşayabilecekleri sığınak ararlar.

İktidar, kuvvet ve rızaya dayanmakta, bütün toplumsal grupların ortak özelliği gibi görünmektedir. Rıza yoksa o sadece kaba bir güçtür. İktidarın çeşitleri olarak siyasal, dinsel, ekonomik, ailevi iktidar kavramları pek çok sosyolog tarafından ortaya atılsa da, bu ayrımların gerekliliği tartışılmıştır. Siyasal iktidar, toplumun çeşitli gruplarında görülen, özel ya da sosyal iktidarın aksine, toplumun tümünü örgütleyen, koruyan geliştiren ve başkalarına karşı savunan bir iktidar olarak nitelense de (Duverger, 1995, s.134), modern zamanlarla birlikte tanımlar çok çeşitlilik kazanmış, eskiye göre güçleşmiştir. Buna rağmen her toplum siyasi iktidarlı ve siyasi toplum olduğundan, siyasal iktidarın daha genel ve kuşatıcı olması onu öne çıkarmaktadır. Bir siyasal iktidar tipi olan devlet, modern bir kavram olan egemenlik sayesinde, yasa ile uygulama arasındaki ilişkiyi dünyevi alanda kurar. Yasa ile uygulamayı birleştiren tek kişiye veren kral devlet, modern zamanlarla birlikte meşruiyetini ulustan alan ulus devlete dönüşecektir. Burada yasayı yapan ulus, uygulayan ise devlettir (Akal, 1999, s.28). Buradan güçler ayrılığı kavramına gidilerek gücün tek bir elde toplanmaması adına, yasama, yürütme ve yargı erklerinin ayrılması gerektiği düşünülmüştür. Diğer iktidar tipleriyle benzeşse de, taşıdığı özellikler ve ayırt edici unsurlar nedeniyle farklılaşır. Yetki sınırları içerinde başka hiçbir aktör onun iradesini yok edemez. Modern egemenlik sayesinde devlet, belli bir toprak parçası üzerinde şiddet araçlarının denetim tekelini elinde bulundurur. Bu özelliğiyle kendinden önceki, çok merkezli ve çoğulcu iktidar yapısından ayrılarak iktidarın merkezileşmesini ifade eder. Devlet, diğer iktidar biçimlerinin aksine, sınırları açıkça çizilmiş belli bir toprak parçasının ve bu toprak parçası içerisindeki aynı idareye tabi olan ulusun sahibidir (Bulut, 2007, s.21). Ayrıca

kurumsallaşmış iktidar yapısı ve güçlü bir kamu bürokrasisi onun diğer ayrıt edici özellikleridir.

Aristo'dan Hobbes'a kadar pek çok düşünür politikayı açıklamak ve incelemek için iktidar ilişkileriyle ilgilenmişlerdir. Ancak bunlar, verili toplumdaki iktidar ilişkileriyle ilgilenmişler, iktidar, etki, otorite ve yönetim gibi iktidar terimlerini eleme yapmadan olduğu gibi kabul etmişlerdir (Bulut, 2007). Sözcük bazen gücü kullanan birini ya da grubu ifade etmek için kullanılır. Bazen iktidara gelmek, iktidarda olmak deyimlerinde olduğu gibi öznenin konumunu belirtir. Bazen öznenin gücü ya da yeteneğini anlatır. Bazen bir şey yapabilme hakkını bazen de gücün kullanma biçimi, yani rejim anlamında da kullanılır. Bunların dışında hiyerarşik üstünlük de iktidar sözcüğüyle anlatılır (Akal, 1999, s.40-41). Mills, devlet, şirket ve ordu hiyerarşisinden oluşan üç büyük kurumu en önemli iktidar araçları olduğunu ifade ederken (Mills, 1974, s.11) iktidarın meşruiyetine vurgu yapmaz. İktidarı meşru hale getiren yönetilenlerin rıza göstermesidir. Bu bağlamda yasayla uyum içinde ve onun adına kullanılan bir gücü anlamak gerekir. Buna göre iktidar, kanuna dayanan kurumsallaşmış bir kuvvettir (Çam, 1990, s.8).

Makyavelli'ye göre büyümenin üç metodu vardır. Birincisi birlik ve konfederasyonla işbirliği, ikincisi kendi egemenlik haklarını koruyarak diğer devletlerden ortaklar sağlamak, üçüncüsü fethedilmiş halkları tebaalaştırarak ortaklığı bozmak olarak sınıflandırılmıştır. Bu üçüncüsü en zordur, zira zora dayanarak rızaya dayanmayan egemenlik uzun vadede sürdürülemez. Egemenliği muhafaza edebilmek için Roma gibi size yardım edecek ortaklar bulmak gerekir (Fontana, 2013, s.275). Gramsci'nin düşüncesinde siyasal parti, mevcut toplumu yeni ve üstün olana dönüştürme gayesindeki Makyavelist hükümdarın modern dengi haline gelir. Devrimci parti toplumun bilmeyenlerini cesurca ve açıkça eğitecek, onlara yeni bir dünya kavramı ve yaşam tarzı aşılayacak modern hükümdardır. İdeolojik ve kültürel mücadele yoluyla hegemonya oluşturur. Zor ile rızayı birleştirmek için halkın doğasını iyi anlayarak strateji geliştirmek gerekir.

Devlet varlığını sürdürmek ve iktidarını toplumsal alanda sürekli hale dönüştürmek için ideolojiyi kullanır. İdeoloji aracılığıyla siyasal iktidar kendini ve ilkelerini topluma dayatır. Ortaçağda papa ve imparatorun ikili iktidarı modern devletin

tek ve bölünmez iktidarından farklıydı. Devletin otoritesi ve disiplini altında neyin iyi ya da kötü olacağına devletin karar verdiği, din, insan ve ekonominin kendi başına amaç olmayıp siyasal iktidarın aracı olduğu söylemi modern iktidarın devletini haber vermektedir (Ağaoğulları, 1991, s.194). Makyavelli'ye göre iktidar, bir, bütün ve sınırsızdır. İktidar tam denetimi sağlamak için mutlak denetime ihtiyaç duyar. Egemen bunu baskı ya da rızayla sağlar. Tuzakları tanımak için tilki, kurtları ürkütmek için aslan gibi olmalıdır. Egemenliğin sahibi prens ya da halk ise Tanrı dışında kimseye hesap vermek durumunda değildir (Makyavelli, 1994, s.110). Egemenlik bölünemez ve devredilemezdir.

Hobbes'a göre egemenlik, egemenin bireysel kuvvetlerin toplamını kendi iradesine göre kullanmasıdır. Siyasal iktidarın meşruiyeti halkın güvenliğinin sağlanmasında yatar ve bunun hesabını doğa yasalarıyla bağlantılı olarak sadece Tanrı'ya verir (Hobbes, 2018, s.234). Ona göre devlet mutlaka olmalıdır. Aksi takdirde savaş hali vardır. İnsanlar haklarını bir sözleşmeyle bir egemene devrederler. Bir kişi ya da heyetin bu egemenliği herkes adına temsil etmesi, barış ve güvenliği tesis etmesi gerekir. Bu birleşmiş güç devlet olarak adlandırılır. Devletler genelde ona egemen olan sınıflara hizmet ederler ya da herkesten çok onlara hizmet ederler. Ekonomik krizler, sermayenin ekonomik iktidarı kadar, politik iktidarını da sarsan sonuçlar doğurur. Kapitalizm kriz dönemlerinde ideolojisini yeniden üretmek ve hegemonyasını sağlamak için uğraşır.

Simgesel düzene sahip olan iktidar, aynı simgeler üzerinden kendisini yeniden üretmektedir. Nesneleri yeniden üreterek toplumsal hayat üzerindeki denetimini, toplumsal göz üzerinden kurmaktadır. Kapitalist iktidar, kurmuş olduğu aygıtlarla, toplumu süreğen bir denetim ve gözetim altına almıştır. Gözetim kavramı, iktidarın en temel denetim sistemi haline dönüşürken, göz de iktidarın organı haline gelmiştir. Göz, bu manada gerçekliği ifade etme yetisini kaybetmiş ve iktidar yapılarının ortaya çıkması ile eşitlikçi ilişkilerin tamamlayıcısı olma rolünden uzaklaşmıştır (Çoban, 2014, s.2).

İktidar kavramı zaman içerisinde farklılaşsa da, hiçbir zaman yok olmayacak bir gerçekliği yansıtmaktadır. İlk çağlarda kabile reisi olarak ortaya çıkan bu güç, günümüzde görünmez olan ancak eskisinden çok daha güçlü olan bir alanı işaret etmektedir. Bu güç, hayattaki her şeyden haberdar olan, hatta birçok gelişmenin mimarı ve gözetleyicisi rolündedir (Özdel, 2012, s.22).

İktidarlar toplumsal öznelere şekil verirken, gözetlemeyi normalleştirmektedir. Foucault, bu durumu söylemsel olmayan pratiklerin iktidar alanlarında oluşan varlıkları ile ilişkilendirmektedir. İktidar bireyi sınıflandırarak, kimliğine bağlayarak, bireyi hem kendisinin hem de diğer kişilerin onda tanımak zorunda bırakıldıkları bir hakikat yasası üretmektedir. Böylece iktidar, bireyin günlük hayatına da müdahale etmektedir. Bu durum, bireyleri özne haline getiren bir alanı ifade etmektedir. Özne, denetim ve itaat yolu ile başkalarına tabi tutulan, aynı zamanda kendi kimliğine bağlanmış olan kişidir (Foucault, 2000, s.63). İktidar için bilgi ve söylem birbirine paralel olarak ilerlemektedir. Söylemsel pratikler üzerinden kendisini gerçekleştiren iktidar, sonrasında bu pratiklere uygun olan kurumlar geliştirerek denetim ve kontrolü sağlamaktadır. Stratejik öneme sahip olmasından dolayı bilgi iktidara ulaştırmakta, iktidarın araçları ile yeniden şekil alarak ortaya çıkmaktadır. Bilgiyi elinde tutanlar, tartışma ve söylemin de gündemini kontrol ederler. Böylece fiziksel ve hukuki olduğu kadar ideolojik güce de sahip olurlar. Bu noktada iİktidarın önemli bir aracı olmasından dolayı bilim, bireyleri özgürleştirmekten öte iktidarların denetim mekanizmalarından biridir ve bireyleri baskı altına almaktadır. Bilgiyi oluşturan iktidar sürekli dolaşımda, sürekli işleyiş halindedir ve bireyler de ona boyun eğmek zorundadır (Çelebi, 2013, s.515, 517). İktidar sahipleri söylemin gücü ile kontrol altında tuttukları bilgi çerçevesinde söylemleri teşvik ederken, güç ve otoriteyi tehdit edebilecek alternatifleri dışlarlar.

Foucault'a göre iktidar, kendi başına özgürlükten vazgeçilmesi, hakların egemene devredilmesi değildir. İktidar ilişkileri önceden var olan ya da durmadan yinelenen rızanın ürünü olabilir ama bir uzlaşının dışavurumu da değildir. Devlet aygıtı, iktidarla özgürlüğün birlikte yürümesini ancak kendisinin belirleyiciliğinde sürdürür. İktidar ilişkilerinin özünde yatan ve onu devamlı kışkırtan etken, iradenin boyun eğmeyişi ve özgürlüğün inadıdır. İktidar ilişkileri ve özgürlüğün inadı arasındaki çekişmenin geliştirilmesi ve sorgulanması siyasi görev olmalıdır. Ona göre, her yeri kaplayan ve karmaşık bir yapıda olan iktidar, sadece devlette değil, bireylerin hayatının her alanına giren ilişkiler demetinde de görülebilir (Foucault, 2000, s.75-77).

Bu durumda, bir veya birden fazla kişinin eylemleri ile birlikte iletişimlerinin düzenli olarak takip edilmesi anlamına gelen gözetim kavramı, günümüzde internet gibi enformasyon araçlarının gelişimine paralel olarak elde edilen kişisel verilerle sürekli artmaktadır. Enformasyon teknolojileri, toplumları gözetleyenler için görünmeden izlenir

hale getirmekte ve bilgiler depolanabilmektedir. Bunun yanı sıra resmi otoriteler daha iyi hizmet adı altında, sıradan insanlarla ilgili sürekli olarak enformasyon toplamaktadır. DNA verileri de dâhil çeşitli alanlardaki bilgisayar hafızalarında depolanan kişisel bilgiler, iktidar için denetim amaçlı kullanılmaktadır (Bozkurt, 2014, s.103-105).

Siyaset ile medya etkileşiminde önemli bir yer tutan iktidar kavramı birtakım temel özelliklere sahiptir (Küçük, 2006, s.272-274):

- "İktidar kişiler, toplumsal gruplar ya da oluşumlar arasındaki ilişkinin bir özelliğidir.
- Bireylerin ya da grupların birbirleriyle etkileşimi çerçevesinde belirlenen iktidar uygulamasında, bir tarafın iktidara yönelik faaliyeti diğerinin eylem özgürlüğünü sınırlamaktadır.
- Toplumsal iktidarın elde edilmesine yönelik uygulamalar genel olarak dolaylıdır ve birey ya da toplum zihninin yeniden yapılandırılması söz konusudur.
- İktidarın ya da iktidara yönelik faaliyetin birey tarafından uygulanması durumunda, bireyin çıkarının o yönde olduğu kabul edilmektedir.
- İktidarı uygulayacak birey ya da grubun, iktidara tabi olacak grup ya da kimselerin zaaflarını, isteklerini, yönelimlerini ya da niyetlerini bilmesi gerekmektedir.
- Toplumsal iktidarın uygulanması ve korunması esnasında, ideolojik bir bakış açısı ile hareket edilmesi gerekmektedir."

İktidar olgusu, güç ve rıza kavramlarının bileşimidir (Chomsky,2016). Rıza gösterilmeyen bir iktidarın zora başvurması eğer şartları varsa muhtemeldir. Zora dayanan totaliter ve otoriter yönetim biçimlerinde bu durum böyledir. Demokratik iktidarların olduğu sistemlerde, rızanın kazanılması doğrultusunda toplumun ikna edilmesine yönelik faaliyetler yürütülmektedir. Bu faaliyetlerin yürütülmesi kapsamında en çok kitle iletişim araçlarından yararlanılmaktadır.

Bir ülkenin gücünü nelerin oluşturduğunu düşündüğümüzde; tarım (t), coğrafya (c), nüfus (n), kültür (k) sabit; ekonomik kapasite (ek), teknolojik kapasite (tk), askeri kapasite (ak)'nin potansiyel verileri oluşturduğu varsayılmaktadır. Bu durumda güç formülü, G=(SV +PV)*SZ*SP*Sİ şeklinde gösterilebilir (Davutoğlu, 2001, s.17). Bu veriler ışığında bir ülkenin gücü (G), sabit ve potansiyel verileri toplamının (SV + PV), Strateji zihniyet (SZ), Stratejik Planlama (SP), ve Siyasi İrade (Sİ) ile çarpımına eşit olduğu kabul edilebilir. Bir başka deyişle stratejik bir zihniyete sahip olmayan, bu zihniyet doğrultusunda planlama yapmayan ülkelerde bir de siyasi irade zayıfsa, ülke ya başka güçler tarafından etkisizleştirilecek ya da onların kontrolünde hayatiyetini

sürdürecektir. Bu durumda bağımsızlıktan söz etmek fantezi olacaktır. Kendisine yönelik tehditleri ikna ederek ya da zorla bastıramayan devletin gücünden ya da iradesinden bahsedilemez.

2.3. İktidar Biçimleri

Bireyler, bedeni üzerinde doğrudan güç kullanılarak, menfaatlendirilerek ya da cezalandırılarak propagandayla yayılan fikirlerle etki altına alınabilir (Russel, 2014, s.35). Önemli örgütler uyguladıkları gücün çeşidine göre ayrıt edilebilir. Örneğin asker ve polis beden üzerinde güç uygular. Ekonomik örgütler teşvik edici ve caydırıcı ödüllendirme ve cezalandırma mekanizmasını işletir. Okullar, inanç merkezleri ve siyasi partiler, fikirleri etkilemeye yönelik propaganda mekanizmasını işletir. Bazen bunlar arasında ayrım çok keskin değildir. Yasa yapma böyle bir şeydir. İçerisinde fiziksel zorlamalar olduğu gibi, ikna aracı olarak da işlev görür. Geleneğe ya da onaya dayanmayan iktidar yalın iktidardır. Genellikle askeridir; ülke içinde despotik, ülke dışında işgalcidir. Geleneksel iktidar sırtını alışkanlıklara dayar. Bu nedenle de topluma devrimci ya da yalın iktidardan daha çok güvenir. Geleneksel iktidar sona erdiği zaman onun yerini yalın iktidar değil, nüfusunun çoğunluğu ya da büyük azınlığın kontrolündeki devrimci iktidar alır.

İktidar, kaynağı bakımından demokrasi, monarşi ve oligarşi olarak ayrımlara tabi tutulmuştur. Yaklaşık 2500 yıllık geçmişi olan son iki yüzyılda Aydınlanma dönemiyle birlikte tekrar insanlığın yeniden keşfettiği demokrasi kavramı, halkın kendi yönetimini seçimlerle belirleme olarak tanımlanmaktadır. Bu doğrudan olabileceği gibi günümüz demokrasilerinde seçtiği temsilciler vasıtasıyla olmaktadır (Aktaş, 2015, s.89). Vatandaşın egemenliğinin yasalara itaat ile kendiliğinden sınırlandırılmasını ve egemenliğin seçilmişlere aktarılmasını içeren demokrasi, aynı zamanda güçler ayrılığını, bireysel hakların güvence altına alınmasını ve özel yaşamın korunmasını sağlar. Bu bağlamda, demokrasi, fikirlerin ve çıkarların farklı olabileceğini varsayar. Bu nedenle demokrasi, azınlıkların ve muhaliflerin var olma ve kendilerini anlatma hakkını kapsamalı ve çoğunluktan farklı olan fikirlerin anlatımına izin vermelidir (Morin, 2000,

s.197-198). Yöneticilerin isyan ve ayaklanma nedeniyle halkın arzularına uyduğu bir sistem, halk yetkili olmadığından demokrasi değildir (Erdoğan, 1999, s.206).

Cumhuriyet, hükûmet başkanının halk tarafından belli bir süre için ve belirli yetkilerle seçildiği yönetim biçimidir. Egemenlik hakkının belli bir kişi veya aileye ait olduğu monarşi ve oligarşi kavramlarının karşıtıdır. Dar anlamda cumhuriyet, devlet başkanının irsi olarak değişmediği, devlet ve yönetim biçimi olarak anlaşılmaktadır. Geniş anlamda ise bununla yetinilmeyerek, eşitlik, siyasal demokrasi ve siyasal katılım kavramlarını da içine alacak şekilde tanımlanmaktadır (Okutan, 2006, s.137-138).

Platon'un Devlet Adamı adlı eserinde, yönetimlerin döngüselliği kuramı monarşiden tiranlığa ve daha sonrada tiranlıktan monarşiye nasıl geçildiği anlatılır. Ona göre tarihsel süreç içerisinde ilk yönetim, gücün aile ya da klan şefinin elinde olduğu Patriarşidir. Kabilelerin birleşmesiyle oluşan toplumda yönetim tek bir kabile şefinin eline geçmişse, "monarşi" kurulur. Birkaç kabile toplumu birlikte yönetmeye başlamışlarsa en iyilerin yönetimi "aristokrasi" görülür (Platon, 1995). Aristokrasi ya da soylu yönetimi, iktidarın imtiyazlı ve genellikle soya bağlı bir toplum sınıfının elinde bulunduğu siyasi hükümet şeklidir. Babalarının ruha ve akla önem vermiş olmalarına rağmen, aristokratların çocukları büyüyüp başa geçtiklerinde, ruhtan çok bedene, akıldan çok duygulara ve zevklere önem vermeye başlarlar. Seçkin azınlık sahip olduğu erdemleri kaybeder ve yasaların dışına çıkarsa, militarist yani askerler sınıfının egemen olduğu bir yönetim şekli olan timokrasi oluşur. Buradan diğer yönetim şekline geçişin nedeni ise yöneticilerin sahip olduğu şeref ve onur gibi değerlerin yerini servet ve zenginlik gibi değerlere bırakmasıdır. Böylece timokrasi yerini oligarşiye bırakır (Topakkaya, 2015, s.194). Alabildiğine zengin olma hırsı, yoksulla zengin arasındaki iç savaş çıkmasına neden olur. Bu savaştan yoksullar galip çıkınca, oligarşiden demokrasiye geçilir. Bu yönetim herkese eşit haklar sağlar. Demokrasi döneminde, baştakiler herkese bol bol özgürlük dağıtırlar. Demokrasi karşısında kendisini güvende hissetmeyen zenginler, demokrasiyi yıkıp oligarşiyi kurmak için hazırlanmaya başlarlar. Silahlı taraftarlara sahip olan halk önderi, onlara dayanarak yönetimi ele geçirip tiran olur. Böylece "tiranlık" yönetimi kurulur. Her aşırılığın ardından sert bir tepki gelir. Demokrasinin özgürlükte aşırıya gitmesi, özgürlüğün zıttı olan köleliği ortaya çıkarmıştır. Bu özgür vatandaşların zorba tek bir yöneticinin buyruğu altına girmeleri anlamında köleliktir. Eğer baştaki tiran

akıllıysa yanına bilgin insanları toplar ve belli bir süre sonra kendi kararlarını bilge insanların kararı gibi göstererek monarşik topluma geçişi sağlar.

Toplumsal bir varlık olduğumuz ve bu dünyada yaşadığımız gerçeği, insanların meseleleri ve yaptıkları üzerinde düşünmemizi zorunlu kılmaktadır. Gelecekte nasıl bir düzen ve dünya istediğimiz de bu gerçeği görebilmeye bağlıdır. Bu açıdan konuya baktığımızda sömürgeciliğin ve savaşların tarihi, çevrenin acımasız tahribatı, terör ve bir türlü gerçekleşmeyen özgürlük vaatleri, insanlığın içindeki tiranca ruhun ölmediğini göstermektedir (Yılmaz, 2005, s.147). Bütün bunlara rağmen, her insan kişisel sorumluluklarının farkında olmalı ve insanlık adına ya da Allah'ın yeryüzündeki halifesi olma bilinciyle bilgiyi ilerletme sorumluluğunu üstlenerek, iyi ve adil bir yönetimi gerçekleştirmek için tiranlıkla mücadele etmek zorundadır. Aksi takdirde, mutlu olma şansını yakalayamayacak olması yanında geçmişte ve günümüzde olduğu gibi gelecekte de birçok insanın acı çekmesine yol açacaktır.

Aristoteles'e göre yönetim, her zaman toplumda egemen sınıfın elindedir. Yönetimler adlarını egemen sınıflardan alırlar. Yönetenler ya tek kişi, ya azınlık, ya da çoğunluktur. Yönetimler, bu kimselerin genel yararı gütmelerine ya da egemen kişinin veya sınıfın çıkarını kollamalarına göre adlandırılır. Tekin genel yararını izleyen yönetimi "monarşi", azınlığın genel yararını izleyen yönetimi "aristokrasi", çoğunluğun genel yararını izleyen yönetimi "politeia", çoğunluğun sınıfsal çıkarını izleyen yönetimi "demokrasi", azınlığın sınıfsal çıkarını izleyen yönetimi "oligarşi", tekin kişisel çıkarını izleyen yönetimi "tiranlık" olarak değerlendirir (Şenel, 1996, s.200).

Hem Platon hem de Aristoteles'in demokrasi eleştirisinde rahatsızlık duydukları esas nokta, bilgelik ve uzmanlık gereken önemli bir alanda bilgisi sınırlı yığınların, yani halkın söz sahibi olmasıdır. Onlara göre halk demek, bilgisizlik ve aklın hâkim olmamasıdır. İçgüdüler ve bedensel isteklerin hâkim olmasıyla gücü ele geçiren halk, toplumu akıl toplumundan uzaklaştırarak güçler çatışmasına götürür (Topakkaya, 2015, s.200).

Belli bir azınlığın yönetimi anlamındaki oligarşinin aristokrasinin dışında da değişik biçimleri bulunmaktadır. Bunlardan biri yönetme erkinin maddi açıdan üstün kişilerce paylaşılmasını öngören plütokrasidir (Yıldız, 2013).

Askeri yönetimler de hukukla ilişkisine göre değişik adlarla anılır. Doğrudan askeri yönetim de denilen Cunta, rejime destek ve uyumu zor kullanarak, hukuk olmadan sağlar. Dolaylı askeri yönetim olan stratokrasi ise hukuka dayanan bir askeri yönetimdir. Burada yönetim sivillerle paylaşılır, denetim ve veto gibi mekanizmayla kontrol sağlanır (Çitçi, 2006, s.17-44). Türkiye'de zaman zaman stratokrasi örnekleri diyebileceğimiz askerin, yönetim üzerindeki etkisi belirgin olmuştur. Siyasal iktidarlar, askeri yönetimin doğrudan ya da dolaylı kontrolleriyle yönlendirilmiştir. ABD'nde ise Pentagon hükümeti yönlendirmede en önemli güçlerden biridir.

Geleneksel iktidar, aristokratik karakter centilmen, rahip ya da allame olarak adlandırılan iki karakter üretmiştir. Centilmenin büyük erdemi onur ise allamenin hikmettir. Burjuvazinin doğması, eğitimin yaygınlaşması bu karakterleri zayıflatmıştır. Büyük örgütlerin ortaya çıkmasıyla birey doğmuştur. Başkaları üzerinde karar verebilen, karşısındakinin ruhunu okuyan, akranlarına saygı ve astlarına güven oluşturan bir tip olarak ortaya çıkmıştır (Russel, 2014, s.41-42).

Bir demokraside politikacıyı başarıya götüren nedenler barış ve savaş durumlarına göre farklılık gösterir. Fransız ihtilalinin önde gelen isimlerinden Robespierre ile Sovyet Sosyalist İhtilalinin en önemli lideri Lenin güzel konuşma sanatından yoksun, ancak tutkulu, kararlı ve cesur olmaları nedeniyle etkili olmuşlardır. Sıkı cumhuriyet yanlısı olmasına rağmen binlerce kişinin öldürülmesinde etkisi ve katkısı olması nedeniyle terör ve şiddet kavramlarıyla anılan Robespierre, ihtilalde birlikte oldukları yakın arkadaşı Danton'u bile giyotine göndermiş (Akyol, 2005, s.77), Danton'un ölüme giderken "ihtilal kendi evlatlarını yiyor" sözü tarihe geçmiştir.

2.4. Ekonomi Politiğin İdeolojileri

Bütün düşünce kesimleri tarafından tartışılan ideoloji kavramı, gündelik veya fikrî tartışmalarda farklı şekillerde ele alınmıştır.[1] Yaygın olarak kullanılan bazı sözlükler ideolojiyi şöyle tarif etmektedirler (Doğan, 1996):

[1] Ünlü siyaset bilimci David Easton'a göre ideoloji, geniş anlamda, bir "inanç sistemi" olarak anlaşılmalıdır. Duverger de kelimeyi hemen hemen aynı anlamda kullanarak

> "Siyasal veya toplumsal bir öğreti oluşturan, bir hükûmetin, bir partinin, bir grubun davranışlarına yön veren politik, hukuki, bilimsel, felsefi, dinî, moral, estetik düşünceler bütünü"[TDK) "Kendi içinde bütünlüğü olan siyasî, iktisadî, içtimaî (sosyal) sistem düşüncesine sahip, inanç, his ve fikir bütünü."

Sözlüklerde birbiriyle pek de çelişmeyen anlamlarla geçmesine rağmen düşünce kamplarında uzlaşılmış bir ideoloji tarifi yoktur. Geçtiğimiz iki yüzyılda liberalizm, milliyetçilik ve Marksizm ideolojileri insanlığı ayırmıştır. Ekonomi ve siyaset arasındaki ilişkiyi açıklamak için birçok teori üretilmiş olsa da, bu üçü dünyada derin etkiler bırakmışlardır. Modern zamanlarda devletin ekonomideki ağırlığı ile gelişen ekonomik milliyetçilik siyasetin ekonomi üzerine üstünlüğünü savunur. Milliyetçilik devlet kurma ideolojisidir. Piyasanın devletin çıkarlarına tabi olması gerektiğini savunur. Liberalizm ise milliyetçilik ideolojisinin kapitalist ekonominin ilk dönemlerdeki temsilcisi sayılan merkantilizme bir tepki olarak ortaya çıkmıştır. Piyasanın siyasi müdahalelerden uzak olması gerektiğini söylemektedir. 19'uncu yüzyılda liberalizme ve klasik iktisada tepki olarak ortaya çıkan Marksizm ekonominin siyaseti yönlendirdiğini iddia eder. Siyasi çatışmaların, zenginliğin dağıtımı konusunda sınıflar arasındaki mücadeleden doğduğunu söylemektedir. Bu nedenle, siyasi çatışma piyasanın ve sınıf toplumunun ortadan kalkmasıyla kesilecektir.

2.4.1. Liberalizm

Liberalizm, bireye, serbest piyasaya ve özel mülkiyete bağlılığın ideolojisidir. Liberal ekonomi asgari devlet müdahalesine ve serbest piyasaya, liberal siyasi teori ise bireysel eşitlik ve özgürlüğe dayanır. Adam Simit'ten bu yana klasik (liberal), neoliberal, monetarist, rasyonel beklentiler gibi birçok şekil almıştır.

Piyasanın insanın ihtiyaçlarını karşılamak için kendiliğinden ortaya çıktığını ve çalışmaya başladığında kendi mantığıyla merkezi yönlendirme olmadan işlediğini varsaymaktadır. Piyasa, görünmez bir el vasıtasıyla ekonomik verimliliği, ekonomik büyümeyi maksimize ederek insan refahını arttırır. Bireyler piyasada kendi çıkarlarının peşine düşerlerse, verimlilik ve sosyal refah artacaktır. (Smith, 2008). Bireysel tüketici, firma ve hane halkı toplumun temelini oluşturur. Bireyler rasyonel davranmakta, bazı değerleri mümkün olan en az maliyetle karşılamaya çalışmaktadır. Bireylerin piyasa

ideolojilerin "değerler sistemi" olduğunu öne sürmüştür. Karl Mannheim'a göre de, "bütüncül ideolojiler", belirli bir inanışlar dizisi ya da dünya görüşüdür (Say, 2012).

hakkında tam bilgi sahibi oldukları ve en yararlı hareketi yapacakları varsayımı vardır. Rekabetçi bir piyasada mübadele şartları güç ve baskıyla değil arz ve taleple belirlenir. Değişim gönüllü ise her iki taraf ta yararlanır. Fiyatlar artınca daha az, düşünce daha çok talep edilir. İnsanlar gelirleri artınca daha çok, azalınca daha az harcama eğilimindedirler. Her şeyin bir fırsat maliyeti vardır. Bir şey elde etmek için bir başka şeyden vazgeçilmelidir (Gilpin, 2011, s.46). Eğer tüketicilerin beğenilerinde ve üretim teknolojilerinde değişim gibi harici etkenler sonucunda piyasa dengesi bozulursa, fiyat mekanizması yeni dengeyi kuracaktır.

Neoliberaller, devletlerin ekonomik konulardaki işbirliği çabalarının daha yoğun ve başarılı olduğunu ve gücün her zaman sıfırlı toplamlı oyun olmadığını savunmaktadır (Bozdağlıoğlu ve Özen, 2004, s.63).

Liberaller, ilerlemenin siyasetten ayrı ekonominin gelişimine bağlı olduğunu savunurlar. Siyasetin insanları böldüğünü, ekonominin birleştirdiğini düşünürler. Onlara göre ticaretin karşılıklı faydaları, uluslararası ilişkilerdeki bağlılık derecesini arttırarak ılımlı siyaseti geliştirecek, ulusları birbirine yaklaştıracaktır. ABD iç siyasetinde bu konuda ters bir ilişki bulunmaktadır (Frieden, Lake & Broz, 2010, s.10-11). Muhafazakârlar genellikle serbest piyasa ekonomisine ve daha az devlet müdahalesini desteklerken, büyümeyi teşvik ve eşitsizliği azaltmak adına liberaller, piyasaya daha fazla merkezi otorite müdahalesini savunmaktadırlar. Bireysel özgürlüklerin temini için kamu otoritesinin düzenlemelerini önemserler.

Ekonomik liberalizme getirilen temel eleştiri, rasyonel ekonomik aktörler, rekabetçi piyasa gibi temel varsayımların gerçek dışı olmasıdır. Liberalizmde, ticaretin her zaman serbest ve rekabetçi bir piyasada eşit bireyler arasında geçtiği, dolayısıyla karşılıklı olarak menfaatlenecekleri varsayımı da problemlidir. Ticaret, baskı, pazarlık gücü farklılıkları (tekeller) diğer siyasi faktörlerce derinden etkilenebilir. Ticaretin siyaset üzerine etkisini ihmal etmesi nedeniyle ekonomi politiğin eksikliği hissedilir. Bir diğer eksiklik, analizlerinin durağan olmasıdır. En azından kısa vadede tüketici talepleri, kurumsal ve teknolojik çerçeve sabit olarak kabul edilmektedir. Oysa bunlar da, zaman ve mekâna, ilişkilere göre değişebilmektedir. Bir diğer eleştiri ise liberalizmin varsaydığı gibi toplumların her zaman ekonomik insandan (homo ekonomikus) oluşmadığıdır. İşleyen toplum, etkili bağlara ve bireysel çıkarlardan daha üstün sosyal ve manevi

değerlere ihtiyaç duymaktadır. Eğer böyle olmazsa toplumu bir arada tutan bağ çözülmektedir.

2.4.2. Milliyetçilik

Ekonomik milliyetçilik, Merkantilizm, devletçilik, realizm, korumacılık, yeni korumacılık gibi çeşitli değişimlerden geçmiştir. Temel fikri, ekonomik faaliyetlerin devlet inşaası amacına ve devlet çıkarlarına tabi olması gerektiği üzerindedir. Uluslararası sistemin işleyiş ve uygulamasında devletin ve milletin çıkarları ile milli güvenlik önceliklidir. Birinci Dünya Savaşının sonrasında "idealist" yaklaşımın bir eleştirisi olarak ortaya çıkan "realizm" ideolojisi, uluslararası ilişkileri devlet merkezli yorumlamakta ve sistemin "anarşik" olduğu varsayımından hareketle, aktörlerin farklı çıkar dengeleri arasındaki güç mücadelesini savunmaktadır (Hollins & Smith, 2003, s.19-97). Liberallerin aksine güç ve zenginliği birbirlerinin tamamlayıcısı olarak görürler. Siyasal bağımlılığın temelinde ulusların bulunduğu varsayımından hareket eden ekonomik milliyetçilik, 16, 17 ve 18'inci yüzyılın ekonomi politik ve askeri gelişmelerine açıklama getirebilmiştir (Caşın, 2007, s.268). Güvenlik, zenginlik ve güç arasında kurulan ilişki, geçmişten günümüze korumacı politikaları yönlendiren felsefe olmuştur. Günümüzde birçok devlette, yerli sanayii koruma ve/veya ekonomiyi dış güçlere karşı koruma eğilimi vardır. Ülkeler, aralarındaki karşılıklı kazançtan ziyade nispi kazancın peşindedirler. Ekonomik bağımlılık çatışma ve güvensizlik yaratmaktadır. Bu nedenle ekonomik bağımlılıktansa, kendi kendine yetebilmeyi tercih etmişlerdir.

Milliyetçilerin öncelikli hedefi sanayileşme vasıtasıyla kalkınılacağına inanmalarıdır. Sanayi varlıklarına sahip olmayı, kendine yeterlilik ve siyasi özerklikle özdeşleştirirler. Askeri güç ve milli güvenliğin temeli olarak sanayileşme görülür. Milliyetçiliğin en önemli noktası uluslararası ilişkilerde ve kalkınma araçlarında devlete yaslanmasıdır. Birçokları modern ekonominin ve teknolojik gelişmelerin ulus devleti çağdışı hale getirdiğini iddia etse de, toplumlar ulusal ekonomileri yönetebilen ve biçimlendirebilen güçlü devlet olmaya çalışmaktadır. Bağımsızlığa ulaşmanın en önemli yolu güvenliğin sağlanmasında görülür. Milliyetçiler ekonomik faaliyetlerin çerçevesine vurgu yaparak piyasanın devletlerarasında işlemesi gerektiğine vurgu yaparlar. Piyasa ilişkilerinde güç önemli bir belirleyicidir. Güç te en çok devlette vardır.

Milliyetçiliğin zayıf yönlerinden biri, bir taraf kazanırken diğer tarafın kaybedeceğine olan inançtır. Oysa uluslararası ticarette belki bir taraf daha fazla kazanır ama herkesin kazandığı görüşü de tarihsel olarak ortadadır. Bir diğer zayıf yönü, güç ve zenginlik peşinde koşmanın kısa vadede çatışma maliyeti doğuracağıdır. Çatışma durumundaki ekonomiler uzun vadede kendi ayaklarına sıkarlar.

Milliyetçilik bir devlet inşası projesi olarak görüleceği gibi belli üretici gruplarının çıkarlarının perdesi olarak ta görülebilir. Geçmişte toprak ve sermaye milliyetçi düşüncenin temel taşıyıcıları olmuşsa da, emek bu faktörlerin devleti kullanmak suretiyle en milliyetçisi ve koruyucusu olmuştur. Korumacılık ve sanayileşme konusu karmaşık bir konudur. Sanayileşmenin erken dönemlerinde korumacılık işe yaramış olsa da, aşırı korumacı politikanın yetersiz sanayi ve hatta geri kalmış ekonominin sebebi olduğu da bir gerçektir. (Kindleberger'den aktaran Gilpin, 2011, s.68). Öte yandan 17'nci yüzyıldan bu yana hem istikrarlı askeri güç kullanmak, hem de sanayinin tarımdan daha fazla katma değer yarattığı düşüncesiyle devletler, bilinçli olarak sanayileşme ve teknolojik kalkınma programları uygulamışlardır.

1.4.3. Marksizm

Marksizm, tarihin diyalektik materyalist bir yorumuna dayanan ekonomik ve toplumsal bir dünya görüşüdür. Bir öğreti olarak, siyasal, ekonomik ve felsefi bir bütünlük içerir. Marksizm, ideolojik alanda esas olarak sınıflar savaşımı teorisini ortaya atan ve bu savaşımın zorunlu sonucu olarak proletarya diktatörlüğüne ve oradan da toplumsal eşitlik ve özgürlük dünyası komünizme varılacağını öngören bir öğreti olarak tanımlanır (Sosyalizm ve Toplumsal Mücadeleler Ansiklopedisi, 1987).

Tarihsel görevi evreni geliştirmek ve birleştirmek olsa da Marksizm, kapitalizmin başarısının kendisinin yok oluşunu hızlandıracağı düşüncesindedir. Kapitalizmin ölümü şu üç yasayla açıklanır (Gilpin, 2011, s.53-54):

- *1-Orantısızlık yasası*: Her arz kendi talebini yaratır önermesi reddedilir. Üretim ve tüketim arasında meydana gelen dengesizlik periyodik depresyon ve krizlere yol açar. Bu krizlerden çokça etkilenen proletarya (işçi sınıfı) sistemi değiştirecektir.
- *2-Sermaye Birikimi Yasası*: Kapitalistin itici gücü kar elde etme isteği ve onun sonunda birikim ve yatırımdır. Rekabet ve çatışma sermayenin azınlık bir grupta toplanmasını sağlar ve bundan zarar gören geniş yığınlar sistemi değiştirir.

- *3-Azalan Kar Oranı*: Sermaye birikip daha verimli hale geldikçe getiri oranı azalacaktır. Rekabet baskısı kapitalistleri işgücünden kısarak daha üretken teknolojilere yatırıma zorladığından kar oranı azalacaktır.

Kapitalist ekonomiler olgunlaştıkça, sermaye biriktikçe ve kar oranları düştükçe sömürgeler ele geçirmeye zorlanması, sömürü payının yeniden dağıtılması isteği, bu ülkeler arasında çatışma yaratacaktır. Sömürge bölüşme savaşlarında bölüşme ve yeniden bölüşmenin, sömürgelerin sanayileşmesi ve kapitalist ekonomilerin proletaryanın sisteme karşı ayaklanmasına kadar devam edeceği iddia edilmiştir (Gilpin, 2011, s.57). Marks'ın kapitalizmin devrimci bir krizle karşılaşıp sınıf isyanları sonucunda sosyalizme geçileceği tezi gerçekleşmedi. Lenin, kapitalizmin doğal çelişkisinin sınıf mücadelesinden ziyade ulusların çatışmalarında yer aldığına inandı. Kapitalizmin doğal çatışmasının teknoloji, sanayi ve askeri güç geliştikçe, kendi kendini mahvedecek siyasi tohumları atacağı düşüncesindeydi. Kapitalist ülkelerin sömürdükleri işçi tabanını genişleterek bu sondan kaçındıklarını gözlemlemişti (Altan, 2013, s.40-42). Lenin, kapitalist ülkelerde ortaya çıkan tekelci sermayenin emperyalizm sayesinde iç çelişkilerini dünyanın diğer bölgelerine ihraç ettiğini ve bu şekilde krizini ve sosyalizme geçişi geciktirdiğini ileri sürdü.

Gerileyen ve yükselen güçler arasındaki rekabet ekonomik çatışmalara ve en nihayetinde savaşlara yol açmaktadır. Refah devleti kapitalizmi, Lenin'in gerçekleşmesini imkânsız gördüğü birçok gelişmeyi hayata geçirmiştir Sömürgelerin siyasi kontrolü artık Marksistlerce emperyalizmin gerekli niteliği olarak görülmemektedir. Lenin döneminin finans kapitalistlerinin yerini yeni dönemde çok uluslu şirketler almış, az gelişmiş ülkeler üzerinde sömürünün devamı sağlanmıştır. Kapitalistler, sömürgeler üzerinde savaşmayacak ve sömürgelerdeki insanlarla ittifak kuracak kadar rasyonel davranmaktadırlar. Bu yeni haliyle Marksizm varlığını ekonomi politiğin ideolojisi olarak devam ettirmektedir. Ancak teknolojik değişimlerin yarattığı genel refah nedeniyle kitleler üzerindeki devrimci etkisi azalmıştır.

2.4.4. İslam Düşüncesi

İslam ile ideoloji kavramları genel olarak bir arada değerlendirilmez. Vahyin, inanmayanlar açısından dogma olarak görülmesi, inananlar açısından ise mutlak bir hakikate tekabül etmesi ve sistematik düşüncenin toplulukları harekete geçiren güç anlamındaki ideolojinin görelilik taşıyan bir kavram olması bunun nedeni olarak

görülebilir. Bu anlamda vahiy, bilimsel anlamda yanlışlanabilir olmadığından bir ideoloji değildir. Bu nedenle elbette İslam bir ideolojiye indirgenemez. Ancak ana kaynak Kur'an ve Peygamberinin söz ve davranışlarını merkeze alan ve tarih boyunca yaşanılan problemleri bilginleri vasıtasıyla çözme arayışları nedeniyle birçok fıkıh ve kelam ekolü ortaya çıkmıştır. Bu nedenle insan düşüncesinin temel kaynakları anlayıp yorumlamada devrede olduğu sistem arayışlarını, İslam'a dayalı ideolojiler kapsamında değerlendirmek mümkündür. İslam'ın bir ideoloji olduğunu söyleyen aydınlardan biri Ali Şeriati'dir. Bilhassa Öze Dönüş kitabında bunu birçok kez yineleyerek vurgulamıştır (Şeriati, 2009). Diğer yandan ideoloji yerine "dünya görüşü" kavramı da kullanılmaktadır. Bir de Takiyyuddîn en-Nebhanî daha geniş, anlaşılır ve uygulanabilir bir ideoloji tarifi yapmıştır (Nebhani, 2011, s.33):

> "İdeoloji, kendisinden bir nizam kaynaklanan Aklî Akidedir. Akide[2] ise; kâinat, insan ve hayat hakkında, dünya hayatının öncesi ve sonrası hakkında ve dünya hayatının öncesi ve sonrası ile olan alâkası hakkında bütünsel bir fikirdir. Akideden kaynaklanan nizama gelince; insanın sorunlarına yönelik çözümler ile bu çözümleri uygulama, inancı koruma ve ideolojiyi taşıma keyfiyetinin açıklamasıdır. Uygulama, koruma ve taşıma keyfiyetini açıklayan metottur."

Aklî olması ise onun duygusal, içgüdüsel ve salt vicdanî olmadığına dair bir vurgudur. Bir akideyi ideoloji yapan şey, onun dünya hayatı ile kurduğu ilgidir. Kurulan bu ilgiyle insan ilişkileri, uluslararası ilişkiler, iktisat gibi problemler hakkında bir çözüm sunulur. Bu durum, bir nevi Mehmet Akif'in "Doğrudan doğruya Kur'an'dan alıp ilhamı / Asrın idrakine söyletmeliyiz İslam'ı" mısralarıyla kastettiği şeye tekabül etmektedir (Ersoy, 2008).

İslam'ın hayatın diğer alanlarıyla olduğu kadar iktisat alanıyla da ilgili olan bir meşruiyet talebi vardır. İnsan, sürdürmek zorunda olduğu hayatı devam ettirirken, Allah'a, ailesine, çevresine karşı sorumluluklarının bilincinde hareket etmek durumundadır. Ekonomi açısından din, teorik ve doktrin yanından çok, büyük kitlenin tavır ve davranışlarını yönlendiren, değer ifadeleri ile dağınık ve küçük gruplardan ziyade geniş toplum kitlesine hitap eden iki temel özelliğe sahiptir (Ülgener'den aktaran Torun, 2003, s.108).

[2] İnanan kimse nezdinde şüphe söz konusu olmayan hüküm ya da Dinde akide(çoğul akaid), amelin dışında kalan ve kendisine inanılan şey demektir. Kısaca inanç esaslarının bütünüdür (Doğan, 1996).

Kur'an'ın ekonomi anlayışına yaptığı bu katkıların en önemlisi, hiç kuşkusuz, iktisat düşüncesiyle ilgili olandır. İktisadi tercih, karar ve faaliyetler, neticede düşünsel zemini oluşturan referans alanına dayanır. Bu referans alanı, hem iktisat zihniyetinin veya düşünüş biçiminin, hem de iktisadi ilkelerin kaynağı, dayanağı ve temelidir. Uygulamaları doğrudan ve dolaylı olarak etkiler. Bir yandan adalet, meşruiyet, ahlâklı olmak gibi ilkeler, diğer yandan sadaka, mülkiyet, kazanç gibi uygulamalar, bu referans alanına bağlı olarak biçimlenmeye başlar. İktisadi faaliyetlere bu referans alanı anlam ve amaç kazandırır. İnsanların mallarını haksız yollarla almaya kalkışanlara ahiret günündeki hesap verme işlemi hatırlatılmakta, böylece bu kötü yoldan vazgeçmeleri telkin edilmektedir. Buna karşılık salih (iyi) amel işleyenler ise mükâfatlandırılır (Kur'an, 4/30, 16/97, 22/56, 29/7). Manevi sorumluluk duygusuyla, müminler infakta bulunmaya ve sadaka vermeye teşvik edilirler (Kur'an, 2/274).

İslam'ı, ekonomi politiğin diğer ideolojilerinden ayıran hususlar vardır. En temel ayrım, her ne kadar nefsi (negatif öz bilinç) insanı zorlasa da, "homo ekonomikus" insan tipinin davranış kalıplarından uzak durması gerektiği temel kaynaklar olan Kur'an ve Onun Peygamberinin söz ve davranışlarını ihtiva eden Sünnet'ten anlaşılmaktadır. Bu noktada "bir topluluğa duyduğunuz öfke sizi adaletten uzaklaştırmasın" (Kur'an, 5/8), "yakınların aleyhine de olsa doğruluktan vazgeçmeyin" (Kur'an, 4/135, 6/152) çarpıcı ayetlerdir. "Kendisi için istediğini, mümin kardeşi için de istemeyen gerçek mümin olamaz" anlamındaki Peygamber sözü bu hususlara ışık tutmaktadır (Hadis, Enes'den Aktaran Buhari-İman 7). Yasalar müsaade etse de, kendi faydasını maksimize etmek için her şeyi yapamaz. Bu nedenle liberalizmin özgürlük anlayışı burada sınırlıdır. Bu özgür olmadığı anlamını gelmemektedir. İnsan, sorumluluğu karşılığında özgür bırakılmıştır. Ancak diğer canlıların ve kendi türünün rahat yaşamı için bu sınırlarla hareket etme durumundadır. Marksizm'den farklıdır. Üretim araçlarının mülkiyetine sahip olma imkânı vardır. Ancak üretim araçlarını emekçilerin emeğini sömürmede kullanamadığı gibi, insanları aldatarak ta kazanç sağlayamaz. Alış veriş helaldir, paranın bir değer yaratmadan karşılık alması (faiz) haramdır. Oluşan artı değeri her yıl belli ölçüde, artı değer oluşturamayanlara zekât ve sadaka yoluyla aktarmak durumundadır. Milliyetçilik ideolojisi gibi sadece sınırları içerisinde bulunan insan kitlesinin çıkarlarını değil, nimetlerden bütün insanlığın yararlanmasını ve onların mutluluğunu hedefler. Gerek iç ilişkilerde, gerek dış ilişkilerde menfaati değil, değerler ve ilkeleri benimser.

İslam ekonomisi çalışmalarında izlenecek metot, akıl yoluyla ulaşılacak sonuçların vahiyden gelen ilkeler ışığında yorumlanması ile ortaya konmasını (Tabakoğlu, 2005, s.18), ilkeler ve araçlar arasında açıklayıcı teoriler geliştirilmesini içermelidir. Kaynağını İslam düşüncesinden alan yeni ekonomik araçların türetilebilmesiyle hayata geçirilebilen bir paradigmayı ifade eder (Sili ve Çürük, 2013, s.120). Bugün Türkiye de dâhil birçok İslam ülkesindeki sistemsiz ve eğreti yapı, mevcut neoliberal araçların 'İslamileştirilme' çabalarına yakın durmaktadır. Bu durum kendi kültür havzasının dışındaki değerlerden yararlanmayacağı anlamına gelmemekte, insanlık tarihi boyunca insanın lehine üretilmiş bütün değerler, temel ilahi ilkelerle uyuştuğu ölçüde İslam kültürünün bir parçası olur.

2.5. Liberal Kapitalizmin Oluşumu

Feodalizmin çözülmeye başladığı aşamadan, Sanayi Devriminin oluştuğu döneme kadar geçen dönem, kapitalist sistemin ilk aşaması olan Ticarî ve Kuralcı Kapitalizmin dönemi olarak bilinir. Feodal üretim biçiminden kapitalizmin ilk üretim biçimine geçen Batı Avrupa ülkelerinin izledikleri iktisadi politikaların tümünü kuşatan doktrin ise "merkantilizm"dir. Merkantilist ekonominin dayandığı en önemli unsur değerli metaller altın ve gümüşe sahip olmaktır (Savaş, 1997, s.138). Bu metallere sahip olan güçlü olduğundan, devletler bu dönemde altın ve gümüş elde etmeye ve onu muhafazaya çalışmışlarıdır. Birey, henüz ekonomik aktör olarak ortada olmadığından ekonomik faaliyetlere devletler egemendir. Bu doktrin, altın ve gümüş madenlerinin zenginliği oluşturduğunu savunuyor ve paranın "değer muhafazası" fonksiyonunu aydınlığa çıkarıyor ve paranın bir «değişim aracı» olduğu hususunu karanlıkta bırakıyordu. Portekiz, İspanya, sadece bu nokta üzerinde durduğundan çok miktarda bu metallere sahip olmasına rağmen iflasın eşiğine giriyordu. Bu husus, birçok ülkeyi bir diğeri ile savaşacak bir hale getirdiği gibi, dünya ticaretini de kısır, durağan bir sürece itiyordu. Bu doktrin, ekonomik faaliyetlere devlet müdahaleciliğini öngörmekle birlikte, mekanizma her ülkede aynı şekilde işlemiyordu. Özel çıkar grupları rekabet ve özgürlüğün yararlarına inanmakla beraber, İngiltere, Hollanda ve Fransa, devlet müdahalesinin verimli olabilmesi uğruna özel teşebbüsün tespit edilen belli bir çerçeve içinde hareket etmesi gerekliliğine inanıyorlardı.

Büyük keşifler, ticarî gelişmeler kısaca «kolonyalizm», doğurdukları ekonomik ve politik sonuçlarla kapitalist sistemin oluşmasında büyük bir rol oynadılar. Haçlı seferlerinin sona ermesi, Kudüs'ün ve İskenderiye gibi önemli bir liman şehrinin Müslümanların eline geçmesi, baharat ve ipek yolunun getirmiş olduğu mallara ulaşabilmenin yeni yollarını aratmıştı (Pirenne, 1983, s.31). 13'üncü yüzyıldan beri, "Doğunun baharatı ve ipeği", Avrupa Kıtasında büyük bir talep yaratmıştı. İstanbul'un 1453 yılında Türkler tarafından fethedilmesi Osmanlı İmparatorluğundan geçen ve Avrupa'ya akan malların arzını azalttı (İmbert'den aktaran Hamitoğulları, 1982, s.44). Miktarı azalan bu malların, Avrupa pazarlarında fiyatları çok yükselmiş, Avrupalı tüccarları bu malların temini yönünde yeni arayışlara doğru özendirmiştir. Cenova ve Venedikliler bütün bilgilerini birleştirerek uzun yollara dayanıklı gemiler üretiminde çok aşama kat etmişlerdi. O sıralarda ve özellikle 15'inci yüzyılda bir serüven zevki ile bazı keşifler birbirini izlemeğe başlamıştı. Marco Polo gibi hayal gücü geniş denizciler büyük denizlere ulaşım yollarını açmış, yeni ülkeler ve topraklar bulunması da sayısız milleti etkilemişti. Bu sebeple, Portekiz Kralı baharat temini için Vasco da Gama'yı; İspanya Kralı da, Kristof Kolomb'un Atlantik denizini aşarak Hindistan'a gitme çabasını finanse etmiştir (Chanda, 2009, s.52).

Yeni endüstriler doğmuş, kitap sanayi ve matbaa ortaya çıkmıştır. Sermaye, toplu ve ateşli silahlara ihtiyaç duyulduğundan mekanik çalışma yayılmağa başlamıştır. Devletten ayrı olarak özel teşebbüs gelişmiş, şirketlerde yönetim kadrosu, zanaattan farklı olarak işgücünden ayrılmıştır.

Zihinsel yapıyı değiştiren diğer bir neden ise inanç alanındaki reform hareketleridir. Almanya'da Luther ve Fransa'da Calvin'in dinde Reform çalışmaları, ekonomik alanda bir hareketlilik yaratmıştır. Çalışma ve sanata büyük önem verilmeğe başlanmıştır. Kapitalizmi sadece, Püritanizm veya Protestanlığa dayatmak mümkün olmazsa bile, bu akımların kapitalist sistemin oluşma ve gelişmesinde büyük etkileri bulunduğu söylenebilir. Nihayet Orta Çağın Mistisizmi, yerini maddesel hayatı yücelten Protestanlığa bırakır. Maddesel refah, ilahi gücün bir ödülü olarak görülür. Manastırın kapısına kilit vurulmuş, yaşam pazarına doğru adımlar atılmıştır. Bu nedenle Tanrı katında makbul bir kişi olmak için, insanlar dünyalıklarını zenginleştirmeğe gayret edeceklerdir (Weber, 1905).

İngiliz tarihçi Tawney, bir Protestan mezhebi olan Calvinizmin ilahi öğretisinden daha çok, bireyselliğe, tutumluluğa ve çok çalışmaya dayalı ahlak anlayışının kapitalizmin gelişmesinde önemli rol oynadığını ileri sürmüş ve Marx'ın 19'uncu yüzyıl proletaryasına yaptığını, Calvin'in 16'ncı yüzyıl burjuvazisi için yaptığını söylemiştir (Tawney, 1926). Weber'in Protestan ahlakının kapitalizmi doğurduğu düşüncesinin aksine Tawney, kapitalizmin Protestanlığı doğurduğunu düşünmüştür. Tüccarların Protestanlığa verdiği desteğin nedeni, yaptıkları işin dini meşruluğunu onaylama yanında, sermaye birikimine destek vererek toplumsal konumunun yükselmesine yaptığı katkı olmuştur (Omay, 2010).

Merkantilist ticari kapitalizm, paranın sadece değer ölçüsüne odaklanması, değişim aracı olduğunu göz ardı etmesi, devletlerin bölgesel ekonomiden ulusal ekonomiye geçişe katkıda bulunmasına rağmen ulusal ekonomiler arasında çatışmalara yol açmıştır. Merkantilizm, özel teşebbüsü sınırlayan merkezi devletlerin gereksiz müdahaleleriyle değerini kaybetmiştir. Soylular, işçiler ve köylüler yoksullaşma sürecine girmişlerdir. Bu dönemde henüz, işçiler ve köylüler örgütlenmiş değillerdir. Soylular ise üstünlüklerini kaybetmemek adına daha çok sertleşmekte, feodal tepkiler göstererek direnmektedirler. Burjuvaziye sosyal hiyerarşide yükselme yollarını tıkamışlardır. Özellikle Fransa'da burjuva, feodal beyler ile kilise otoritesini kırmaya çalışmış ve yoksul kitleleri kullanarak 1789 ihtilalini yapmıştır. Para stokunun büyümesi sonucu oluşan fiyat artışları, dış ticaretin kolonilerle gelişmesi, tekstilde mekanik dokuma ve buharlı makinanın icadı gibi endüstriyel devrimler, Fransa ve özellikle İngiltere'de endüstrinin görülmemiş ölçüde gelişmesine yol açmıştır (Hamitoğulları, 1982, s.79).

Immanuel Wallerstein, jeopolitiğin belirlenmesinde Fransız ihtilalinin kapitalist dünya ekonomisine başlıca etkisinin, sermayenin sonsuz birikimiyle uyumlu bir değer sisteminin kültürel bakımdan olgunlaşması olduğunu ve bu olayın siyasi bilinci dönüştürdüğünü söyler (Wallerstein, 1998, 24). Liberal kapitalizmin en önemli ilkelerinden biri "bırakınız yapsınlar ve bırakınız geçsinler", Fransa da fizyokratlar tarafından tarımsal tabanlı bir ekonomik yapının oluşmasıyla ortaya çıktı (Aktan, 1995). Bunlar, servetin ve zenginliğin kaynağı olarak tarımsal üretimi gördüler. Doğal düzen mekanizması içerisinde, üretimin müdahale edilmeden serbestçe yapılmasını savundular. Muhasebe düzeninin oluşmasına katkıda bulundular. Bu görüş, daha sonra İngiltere'de gelişen sanayi kapitalizminin tarımın nispi önemini azaltmasıyla önemini yitirmiştir.

Fizyokrasi sayesinde, Fransa'da kaynağını doğal kanunlardan alan tarımsal temelli iktisadî liberalizm oluşurken, İngiltere'de Adam Smith'in öncülüğünde, endüstriyel temeller ve insan psikolojisine dayalı olarak geliştirilecektir.

Adam Smith ile birlikte ekonomide minimum devlet müdahalesi savunulmuştur. En iyi devletin en az müdahale eden olduğunu söylenmiştir. Ekonominin devlet tarafından müdahale olmadan piyasa tarafından görünmez bir el tarafından kendi kendini yenileyebileceği savunulmuştur. Tüccarların kar elde etmek için, işçilerin ise emeklerinin karşılığı olan ücreti almak için çalıştıkları varsayılmıştır. Kişi kendi çıkarının peşindeyse, toplumun çıkarına da hizmet etmiş olmaktadır. Devlet sınırlı bir alanda mal ve hizmet üreteceği için harcamaları da bu çerçevede sınırlı kalacak ve bu harcamaların finansmanında özel kişi ve kuruluşlardan az miktarda vergi alacaktır (Eker, Aytaç, 1994, s.22). Klasik iktisatçılar maliye politikası aracı olarak küçük denk bütçeden yanadırlar. Buna göre bütçe açığı kadar bütçe fazlası da olumsuz karşılanır. Çünkü bütçe fazlası özel tasarrufların daraltılması pahasına sağlanmaktadır. (Orhan, 1989, s.64).

Çağının en önemli teologlarından olan ve münzevi bir hayat yaşayan Adam Smith'in ölümsüz eseri "Ulusların Zenginliği" eserinde ortaya attığı "görünmez el" kavramı günümüz liberal düşüncesinin temel taşıdır. Bu kavramı kendisi şöyle açıklamaktadır (Smith, 2008, s.485):

> "Akşam yemeğimizi soframızda bulmamız kasap, biracı veya fırıncının cömertliğinden değil, onların kendi menfaatlerine itibarlarından ötürüdür. Sermaye… Ve emek harcayan her birey… Ne kamu menfaatini destekleme niyetindedir, ne de ona ne kadar destek olduğunu bilir. … Niyetinin bir parçası olmayan bir amacı desteklemek için görünmez bir el tarafından yönlendirilir. … Kendi menfaatinin peşinden koşmakla toplumun da menfaatine destek olmuş olur"

Klasik İktisat Teorisinin diğer önemli temsilcisi de J.B. Say'dır. Say'in üzerinde en çok durulan ve Klasik Teorinin temel taşlarından birisi Say Kanunu veya Mahreçler Kanunu diye adlandırılan görüşüdür. Say, tasarrufun tüketimi azaltmayacağını, tasarrufun bir gün mutlaka değişik şekillerde tüketileceğini ve paranın sadece bir mübadele aracı olduğu görüşünü ileri sürmüştür (Güngör, 2014). Say'a göre, insanların benliğine kişisel çıkar zembereğini koyan Allah, sosyal düzenin sinesine de yerleştirdiği yarışma zembereği ile de toplumculuğun yararlarını bölüştürme olanağı vermektedir (Hamitoğulları, 1982, s.137). Nasıl ki bireysel çıkarlar sayesinde oluşan icat, buluş ve

ilerlemeler sonucu elde edilen meyveler, kişiyi kendi özel tekeline alma yönünde bir eğilime itiyorsa, yarışma ya da rekabet te gerçekleşebildiği ölçülerde ilerlemeyi sağlar ve doğanın bedelsiz sağladığı tüm hizmetleri insanlığın emrine sunar. Bu iki güdücü gücü tek tek ele alındıklarında tenkit etmek mümkünse de, ikisi birlikte uygulandığı zaman oluşturabildikleri bileşimlerin işleyişi sayesinde sosyal denge sağlanır.

Bir başka klasik iktisatçı olan Stuart Mill, kötülüklerin kaynağını her şeyin kendi haline terkedildiği doğal düzende görür (Mill, 1964). Doğada oluşacak düzensizlikler, insanın yaratıcı ve etkin faaliyetleriyle düzeltilebilir. Bütün doğal ve sosyal adaletsizlikleri meşrulaştırılmasına karşı çıkar. Bir çalışma ve emeğe dayanan kazançların meşruluğunu savunmasına rağmen sosyalist değil, bireyci ve liberaldir. Çünkü özgürlük olmadan bireyin, yaratabilme ve geliştirebilme istidatlarının yeşermeyeceğini düşünmektedir (Mill'den aktaran, Hamitoğulları, 1982, s.142).

Klasik İktisada en önemli katkısı Mukayeseli Üstünlükler Teorisini kazandıran David Ricardo'ya göre; serbest ticaret ilkeleri çerçevesinde her ulus kendine en uygun malların üretiminde uzmanlaşacaktır (Ricardo, 1821).

Bir diğer ünlü Klasik iktisatçı Thomas Robert Malthus ise nüfus artışı nedeniyle eşitliğin ve mutluluğun egemen olacağı bir altın çağ kurmanın hayal olduğu düşüncesindedir. Nüfusun artma potansiyeli kontrol altına alınmadığı sürece geometrik oranlı, buna karşılık geçim vasıtalarının artışı aritmetik oranlıdır. Bu nedenle nüfus kontrolünü savunmuştur (Malthus, 1798, s.20-25). O, daha sonra 1803'te aynı eserinin ikinci baskısında eklemeler yaparak dengeyi sağlamak için insanların geç evlenmelerini, doğum sayısını azaltmalarını söylemiştir. Bunun ahlak dışı önlem olduğunu düşünse de gelişmemiş toplumlarda nüfus artışının kaçınılmaz biçimde devam edeceğini, zaten savaş, gıda yetersizliği, doğal afetler gibi nedenlerle, çocuk ölümleri ve hastalıklarla fazla nüfusun telef olacağını ileri sürmüştür (Glass, 1953, s.27-30).

2.5.1. Sanayi Kapitalizmi

Kapitalizmin ticarî ve kuralcı aşamasında, dağınık ve kendi evlerinde çalışan zanaatkârlara ilk ve ilkel üretim mallarını sağlayan tüccar olmuştur. Ücretleri sabit bir seviye üzerinden ödeniyordu. El emeği, insan gücü, üretim tekniğinin temel araçlarıydı. Sonraki aşamada, kapitalist tüccar işçileri kendisine ait bulunan binalara toplayıp

çalıştırmayı daha kârlı bulmuştur (Huberman,2014). Buradaki alet ve araçların sahibi patron olsa da, üretim yine insan emeğine dayalıdır. Daha sonraki aşamada insan emeği ve basit aletlerin yerini makina almış, insan emeğinin makinalar ile ikamesi yığın halinde üretime olanak vermiştir. Üretilen mallar pahalı olduğundan bu mallar işçiler tarafından kolay alınamamış ve böylece sermaye ile emek ayırımı başlamıştır. Sermaye ve emeğin ayrı ellerde toplanması, üretim araçlarının maliki olan kapitalist sınıf ile yaşamak için çalışma güçlerini satmaktan başka geliri olmayan işçi sınıfını karşı karşıya getirmiştir. Bu süreçten anlaşılacağı üzere, başlangıçta kapitalist sistemin egemen kişisi müteşebbis kapitalist tüccar ya da aracı iken, daha sonra imalâtçı ve üçüncü aşamada da sanayici olmuştur.

Bu gelişmenin temeli sayısız bilimsel, mekanik ve teknik icadın yapıldığı Sanayi Devrimi ile atılmıştır. Bu devrimi oluşturup sanayi kapitalizmini doruklara çıkaran icatların başında buhar makinası bulunmaktadır. Tekstil ve ulaştırmadaki yeni icatlar üretimde yeni çığırlar açmıştır. Şöyle ki; ipeğin bükülmesine olanak veren çıkrığın (1716), dokuyan mekiğin (1733), iplik eğiren tezgâhın (1767), dokuma tezgâhının (1785) bulunmaları tekstil üretimini arttırmıştır. Demir cevherinin, kok enerjisine dayalı dökümün bulunmaları (1735), hafifletilmiş çeliğin üretilmesi ve ilk modern çelik fabrikasının kurulması (1750), buhar makinasının icadı (1764), demir ve çeliğin ocakta dökümünün yapılması (1789) gibi buluşlar da (Küçükkalay, 1997, s.60), ulaştırma maliyetlerini aşağıya çekerek üretimin büyük miktarda artmasına neden olmuştur. 20'nci yüzyılda elektrik ve benzin ile çalışan motorların icadıyla birlikte üretim patlaması yaşanmıştır.

Avrupa'da başta buhar gücüyle çalışan makineler ve bu yeni icatların üretime uygulanmasıyla sanayi devrimi ortaya çıkmış ve bu gelişmeler Avrupa'daki sermaye birikiminin artmasına yol açmıştır. Sanayi devrimi sonrasında sermaye birikiminin artması sanayi kapitalizmini oluşturmuştur. Böylece kapitalizm ticaret ve tarımdan sonra sanayi alanında da yaygınlaşmıştır (Eğilmez, 2012). Liberal kapitalizmin hem doktrini, hem de yapıları bu dönemde oluşacaktır. Fakat bu noktadaki oluşumlar, tabiata egemen olma arayışı, burjuvazinin iktidara geçmesi, "Bırakınız yapsınlar, bırakınız geçsinler" ilkesinin doğması gibi uzun bir süreçte gerçekleşmiştir. Endüstriyel nitelikteki bu gelişmeler, Batı Avrupa'ya ve ABD'ne yayılmadan önce İngiltere'de oluşmuştur. Liberal

iktisadî doktrin, İngiltere ve diğer Avrupa ülkelerine geçmeden önce Fransa'da ve tarımsal bir taban üzerinde doğmuştur.

Hristiyanlıkta reform, dünya nimetlerine karşı farkındalığı arttırmıştı. İngiliz Püritanizminin maddesel alandaki zenginliği, Allah nezdinde çok «makbul» kişi olmanın bir belirtisi sayması, yoksulluğu mahkûm etmesi, zenginliğe yönelmeleri özendirmiştir (Weber, 1905). Artık üstünlük ve güçlü olmak, soyluluğa değil zenginliğe dayanacaktır. Düşünce alanındaki bu gelişmeler sonunda Batı insanı, rasyonel, faydacı, «ekonomik adam» olacaktır. Böylece moral ve entelektüel alanda doğan gelişmeler, sermaye gibi üretimin en önemli maddi kaynağına sahip olmayla teknik gelişmelerin önünü açıyordu. Aklın en büyük güç kaynağı oluşuna inanma Rasyonalizmi; özgürlük fikrinin yürütülmesi Liberalizmi; insan unsuruna onun iyilik ve yaratıcılığa güvenme Bireyciliği oluşturacaktır. Her türlü frenleyici, bağlayıcı kayıtlamalardan kurtulan, genellikle akla dayanan ve doğaya egemen olup maddî dünyasını zenginleştirmek üzere bütün yaratıcı gücünü harekete geçiren Batı insanı, Sanayi Devriminin tüm koşullarını kişiliğinde toplamış oluyordu.

Endüstrileşme daha doğum halinde iken, nüfus patlaması ve tarımsal gelişim belirleyici olmuştur. Nüfusu artıran ve artan bu nüfusun baskısı altında gelişen ve sanayileşmenin ilk aşamasını oluşturup Sanayi Devrimine sağlam dayanaklar oluşturan Tarım Devrimine geçilmiştir. Gerçekten Tarım Devrimi, endüstriyel kesimin ürettiği teknik malların kullanılıp verim ve üretim arttırabilecek bir duruma gelince, sanayi kesimine hem üretim ham maddesi, hem tüketim maddesi temin ediyordu. Bununla birlikte doğmuş bulunan kapitalist sınıfa, son derece ucuza gelen bir iş gücü de sağlamış olmaktaydı. Bu noktanın sonucu olarak denilebilir ki, Tarımsal Devrimin tarımsal bir fazla oluşturması gibi uzun bir gelişimin yörüngesinde yer alan gelişmeler, Sanayi Devrimini belirleyen, destekleyen, besleyen unsurları taşımış olmaktadır. Bir diğerine karşılıklı olarak arz ve talep alanları oluşturan tarım ve endüstriyel kesim, böylece yalnız ulusal ticarete değil, uluslararası alanda da geliştirici etkiler oluşturmuştur. Diğer yandan verimin artması, aktif iş gücünün bir kısmını tarım dışına iterek endüstrinin ihtiyaç duyduğu emek gücünü sağlanmıştır (Hamitoğulları, 1982, s.145-168). Uluslararası ticaret ise sanayi için gerekli girdi fiyatlarının yükselmesine engel olarak sürekli iktisadi büyümeyi sağlamıştır (Güran, 2013, s.138).

Ulusal düzeyde ekonomiyi bütünleştirmek ve piyasaları bir diğerine bağlamak için ulaşımın geliştirilmesi gerekli olmuştur. 18'inci yüzyılda, Fransa ve diğer Batı Avrupa ülkelerine göre iç ticaret ulaşımında biraz geri durumda olan İngiltere, bir deniz ülkesi olmanın avantajlarını kullanarak uluslararası ticarette daha başarılı olabilmiştir. Batıda ulaşım yollarının gelişmeye başlaması, ulaşım ağının kolaylaşması, hem ham madde hem de işlenmiş mallarının fiyatlarını düşürüp satışları arttırmış, bu yeni gelişme Sanayi Devrimini özendiren bir diğer unsur olmuştur.

Avrupa'nın başlattığı haçlı seferleri dolayısıyla 12'nci yüzyılda, Doğu ile ticarî ilişkilerin temelleri atılmıştı. 15 ve 16'ncı yüzyılın yeni fetihleri sonucunda Yeni Dünya, Asya ve Afrika'ya yönelik deniz ticareti, Avrupa'ya değerli madenlerin akmasını büyük ölçüde kolaylaştırmıştı. 18'inci yüzyıla doğru Latin Amerika'nın yağmalanması ile sonraları Meksika altın madenlerinin işletilmesi, bu değerli maden akımını giderek besleyen önemli kaynaklar olmuştur (Yarar, 2013).

Gerçekten açık olarak mali sermayenin Merkantilist akım sonucu bol miktarda toplandığı, Portekiz, İspanya, İtalya'da değil de, görece daha az olduğu İngiltere, Fransa, Almanya' da Sanayi Devriminin başlamış ve devam etmiş olması, mülkiyet hukuk ilişkileri çerçevesinde kurulan düzenle ilişkilendirilmektedir (Acemoğlu ve Robinson, 2014). Ayrıca malî kurumları inceleyen tarihçiler, sanayileşmenin başlarında banka sisteminin büyük bir rol oynamadığında da birleşmektedirler.

2.6. Sosyalist Sistemin Doğuşu ve Liberal Kapitalizmden Müdahaleci Kapitalizme Geçiş

2.6.1. Sosyalist Sistemin Doğuşu ve Gelişimi

Kârlarını ve güçlerini arttırmak arzu ve hırsı ile dolu olan kapitalistlerin tasarrufa ve yatırıma ayırdıkları payları giderek çoğalmıştı. Kapitalist Sistemin teknik gelişmelere olan bağımlılığı, refah, mutluluk, ekonomik güç gibi olgular sermayeye sahip olmayı ve onu çoğaltmayı yani fazla değeri artırmayı gerekli kılmıştı. Sermayedarlar, "Fazla-Değer" düzeyini korumak, kâr oranlarının düşmesini engellemek amacı ile işçileri makina ile ikame etmeye yönelmişlerdi. Bu durum, çalışmanın verimini ücret seviyesinin sabitliğine rağmen çoğaltmış, fazla değerin ortalama düzeyini arttırmıştır. Ayrıca İşçilerin

bir kısmını işsizliğe sürükleyerek, ücretlerin artmasını engelleyen bir «yedek sanayi ordusu» oluşturmuştur. Bunun sonunda azalan kâr oranı ve işçilerin yetersiz tüketimi nedeniyle, talep tüketim mallarından üretim malları üretimine doğru kaymıştır. Diğer yandan, işçileri sefalet düzeylerine iten âdil olmayan bir gelir dağılımı ve kapitalistlerin tüketim mallarına yeterli gelir ayırmamaları, toplam tüketimin yetersiz kalmasına yol açmıştır (Hamitoğulları, 1982, s.605-615).

Üretim tekniklerinin gelişimiyle sermaye birikimi artmış, üretim araçlarının bir kısmı saf dışı kalmıştır. Böylece sermaye birikimi, köylü, zanaatçı gibi küçük girişimci ve teşebbüsleri önemsizleştirmiştir. Bu kişiler müteşebbisken, işçi sınıfına dâhil olmuşlardır. Diğer yandan kadın ve çocuklar da dâhil olmak üzere, işçi ailesinin çevresinde çalışmak zorunluluğunda olanların sayısı çoğalmış, çalışma saatleri artmıştır. Bu gelişmeler karşısında işçiler örgütlenmiş, oluşturdukları sendikalarda birleştirdikleri güçleri ile Kapitalist Sistemin yapılarını değiştirmeye yönelmişlerdir.

Kapitalizmin dinamiğini oluşturan sermaye birikimi sistemi sarsmaya başlamıştır. Bir yandan kâr oranları seviyesinin düşmesi sonucu bunalımların artması, bir yandan işsizlik ve tüketim yetersizliği nedeniyle düzen kan kaybetmeye başlamıştır. Marks ve Engels'in ilk kez 1844'te formülleştirdikleri ve 1848 yılında yayınladıkları "Komünist Parti bildirisi" adlı eserlerinde bu sistemin kıvılcımını yakmışlardır (Marx & Engels, 2003). Böylelikle üretim araçlarının mülkiyetinin özel şahıslardan alınarak topluma ya da devlete verilmesini sağlayan sosyalist ekonomi kendini hissettirmeye başlamıştır. Lenin ve arkadaşları, Marksizmin tarihsel materyalizmine aykırı olarak komünist devrimi Rusya'da gerçekleştirmişlerdir. Sosyalizmin endüstriyel bir toplumda gerçekleşeceğine inananlar, feodal aşamadayken daha kapitalist toplum sürecini yaşamamış Rusya'da devrimin ortaya çıkışı nedeniyle kuşkuya düşmüşlerdir. Süreç içerisinde oradaki demokratik olmayan uygulamaları da görerek, Leninist ve Stalinist çizginin sosyalist çizgiden saptığını düşünerek, siyasal şiddeti içermeyen demokratik haklar ekseninde bireyi yücelten bir anlayışla Avrupa komünizmine, demokratik sosyalizme ya da sosyal demokrasiye yönelmişlerdir (Cem, 1998).

2.6.2. Müdahaleci Kapitalizm

1929 depresyonunun ortaya çıkardığı sorunların klasik iktisadın temel prensiplerinden biri olan "bırakınız yapsınlar" politikasına dayalı olarak açıklanamaması

depresyon sonrasında alternatif bir iktisat politikası olarak talep yönlü iktisadı gündeme getirmiştir. İngiliz İktisatçı John Maynard Keynes, "İstihdam, Para ve Faizin Genel Teorisi " adlı eseriyle (Keynes, 1967), ücretlerle fiyatların esnek olduğu bir ekonomide tam istihdamın kendiliğinden sağlanacağını öne süren Neoliberal Teoriyi reddetmiştir. Keynes'e göre toplam talebin ana unsuru yatırım harcamalarıdır. Belirsizliklerle dolu bir dünyada düşük faiz uygulamak suretiyle tam istihdama ulaşmayı amaçlayan bir politikaya güvenilemez.

20'nci yüzyılın iki dünya savaşı arasında kalan dönemi, hem Avrupa hem de Amerika için bir buhran dönemi olmuştur.1921'de İngiltere'de başlayan kriz, 1930'lu yıllardan itibaren bütün dünyayı sarmıştır. İşsizlik ve durgunluk gibi iki büyük meseleyle karşı karşıya kalmış olan piyasa ekonomilerini darboğaza sokmuştur (Savaş, 1997, s.640-742). Keynezyen İktisadın başlıca varsayımları şunlardır:

- Ekonomik yaşamda meydana gelecek enflasyon, işsizlik, deflasyon[3], durgunluk gibi dengesizlikler toplam talep ayarlamaları ile giderilebilir.
- Özel sektörün dengesizliğini gidermek için ekonomiye devlet müdahalesi gerekir.
- Ekonomik olaylar kısa dönemli gerçekleştiğinden, üretimde kullanılan sabit sermaye miktarı ile üretim tekniği değişmez.
- Ekonomide tam rekabet geçerli olduğundan, değişen derecelerde tekel veya ücret-fiyat politikası tamamen ihmal edilmiştir. Kapalı ekonomi varsayıldığından dış ekonomiyle fazla ilgilenilmemiştir.
- Sadece talep yetersizliğinden ortaya çıkan işsizlik üzerinde durulmuş, sermaye kapasitesi yetersizliği, döviz dar boğazı gibi ekonominin toplam arz cephesindeki yetersizliklerden doğan işsizlik üzerinde durulmamıştır. Fiyatlar genel seviyesi veri alınmıştır.
- Klasik teori belirlilik içinde bulunan bir ekonomiyle ilgilendiği halde Keynes, belirsizlik ve ileriye dönük bekleyişleri önemli bir nokta olarak göz önüne almıştır. Keynes'in teorisinin önemli bir parçasını oluşturan özel yatırım harcamaları, belirsizlik ve bekleyişlerden önemli ölçüde etkilenmektedir (Orhan, 1989, s.38-41).

[3] Enflasyonun tersi paranın kıt olup fiyatların düşmesi

- Tam istihdam denge düzeyine kadar toplam talepteki her artış arzı da peşinde sürükler. Bu bakımdan efektif talep olarak ifade edilen denge gelir düzeyi, müteşebbislerin mevcut istihdam seviyesinde sahip oldukları üretim faktörlerinden elde etmeyi umdukları gelirlerin toplamıdır. Makro denge, toplam arz ile toplam dengenin veya toplam tasarruflarla toplam yatırımların eşitlendiği noktada sağlanır. Bu denge sağlanamadığında ekonomide "enflasyonist açık" ya da "deflasyonist açık" ortaya çıkar. Bu istikrarsızlıkların giderilmesi için devletin efektif talebi yönlendirmesi gerekir (Aktan, 1994, s.60-61).

Keynes'in en büyük mirası, kapitalist ülkelerde ekonomi yönetiminin hükümetin zorunlu ve doğal bir faaliyet alanı olduğu anlayışını yerleştirmesidir. Bu, devleti ekonomik sistemdeki eski rolünün oldukça ilerisine taşır. (Tekelioğlu, 1993, s.212).

Keynezyen iktisatçılar, kaynak kullanımında ve dağılımında etkinliğin, adil gelir ve servet dağılımının, iktisadi istikrarın, iktisadi büyüme ve kalkınmanın, ödemeler bilançosunda denkliğin sağlanması için ekonomiye aktif olarak müdahale edilmesi gerektiği görüşündedirler (Aktan, 1992, s.39).

2.7. Neo Liberalizm ve Çok Uluslu Şirketler

2.7.1. Neo Liberalizm

19'uncu yüzyıl ortalarından sonra Klasik Teoriye bazı eleştiriler getirilmiştir. Örneğin hem nüfusun hem de tarım üretiminin artması, yaşam şartlarında görülen göreli iyileşme Malthus'un nüfus teorisine duyulan güveni sarsmıştır. Bunların dışında, bu yıllarda hız kazanan sanayileşme ve kentleşme beraberinde pek çok sosyal problemi de getirmiştir. Bu sorunların bir sonucu olarak devletin gittikçe daha fazla ekonomiye müdahale etmesi, klasik teorinin temel taşını oluşturan" bırakınız yapsınlar" ilkesine istisnalar getirmeye başlamıştır. Bu dönemde Klasik Teoriye çok sayıda eleştiri getirilmiş ancak hiçbirisi Alfred Marshall'ınki gibi etkili olmamıştır. Marshall'ın üzerinde önemle durduğu konulardan biri de ekonomik analizde zamanın oynadığı roldür (Marshall,1961, s. 7).

1970'li yıllarda, Neoliberal iktisatçılar, Keynezyenlerin maliye politikasını, ekonominin arz cephesini ihmal etmiş olmaları nedeniyle şiddetle eleştirmiştir. Bu çerçevede "Monetarizm", "Rasyonel Beklentiler Okulu", "Kamu Tercihi Teorisi" ve buna dayalı olarak oluşturulan "Anayasal İktisat", arz yönlü iktisat teorileri ortaya atılmıştır. Kendilerini Klâsik Liberallerden daha ilerici sayan bu «Neo Liberaller», eski liberalizmin fiyat, piyasa ya da kısaca ekonomik kanunlarına inanmaktadırlar. Bu noktada insan psikolojisine bağlı davranış yapısına güvenmekte, üretim ve değişim dengelerinin bu piyasa mekanizmaları ile oluşmasının en iyi yol olduğuna inanmaktadırlar. Neoliberaller, bu yasaların kendiliğinden işleyemeyeceğini, bunları işletmek için fiyat mekanizmasını bozan nedenlerin düzeltilmesi yolunda devlet müdahalelerinin yararlı ve Liberal doktrin ile uyumlu olabileceğini belirtmiştir (Hamitoğulları, 1982, s.336-337).

2.7.1.1. Monetarizm (parasalcılık)

Modern miktar teorisini, makroekonomik politikalarında temel olarak ele alan ve para stokundaki değişmelere önem veren iktisatçılar Monetarist olarak adlandırılmaktadır. Nobel ödüllü iktisatçı Milton Friedman tarafından geliştirilmiştir (Friedman, 1956, 1975).

Monetarist düşünce, enflasyonun nedeni olarak para arzının hükümetlerce gereksiz yere aşırı artırılmasında görmektedir. Bunlara göre, ekonomideki birçok istikrarsızlık parasal kökenlidir. Bu yüzden iktisadi sorunların çözümlenmesinde, para politikası diğer politikalardan daha etkilidir (Aktan, 1990, s.212). Hayek'in "Köleliğe Giden Yol" isimli eserinde de belirtildiği üzere (Hayek, 2004), bireysel özgürlüğün yok edilmemesi için rekabet engellenmeden işletilmeli, herkese asgarî bir geçimlik garanti edilmeli fakat hiç bir gruba ya da kesime özel ayrıcalıklı güvenlik tanınmamalıdır. Sektöre girişler engellenmeden gruplara piyasa güvenliği sağlanmalıdır. Monetaristler bu görüşlere benzer biçimde, devlet müdahalelerinin ve devlet sektörünün giderek büyümesinin, insanların teşebbüs ve çalışma arzularını kırmak suretiyle insanlığı köleliğe, iktisadi ve düşünsel gerilemeye götürmekten başka bir işe yaramayacağını savunmaktadır (Tekelioğlu, s.1993, s.241).

2.7.1.2. Rasyonel Beklentiler Teorisi

Rasyonel beklentiler hipotezinin dayanak noktası, ekonomik değişkenlerin sistematik süreçlerle oluşturulmasıdır. Ekonomik aracılar, bir değişkeni belirleyen sürecin ne olduğunu zamanla öğrenir ve o değişkenle bağlantılı olan beklentileri düzenlemek için bu bilgiyi kullanarak süreci meydana getiren değişken hakkında bilgi sahibi olurlar. Bu durumda, firmaların beklentileri aynı bilgi seti için teorinin yaptığı tahmin ile aynı olacaktır (Muth, 1961, s.316). Bu tahminler sadece geçmiş verilere bakılarak yapılmaz. O an için mevcut bilgilere bakılarak doğru bir modellemeyle yapılır.

1960'lı yılların sonlarında klasik iktisat teorisinin temel ilkelerini benimseyerek ortaya atılan bu teori, Monetarizmin bir dalı olarak görülebilir. Rasyonel Beklentiler en doğru tahmini yapmamıza imkân verir. Bu da doğrudan doğruya ilgili değişkeni belirleyen sürecin bilinmesine bağlıdır. Rasyonel Beklentiler Teorisi, aktif iktisat politikalarının toplu durum dalgalanmalarını yumuşatamayacağından terk edilmesini ister. Ayrıca para politikasının kısa ve uzun dönemde ekonomide sadece fiyatlar genel seviyesini etkileyeceğini öne sürerken, maliye politikasının uzun dönemde istihdam ve üretim üzerinde olumsuz etkiler yapacağını iddia eder (Savaş, 1994, s.242-243).

2.7.1.3. Kamu Tercihi Teorisi ve Anayasal İktisat

Keynezyen iktisatçıların önemli yanlışlarından birisi vergilemeden harcama yapılabileceğini savunmalarıdır. Bu nedenle kamu harcamaları vergilerle değil, emisyon ve borçlanma yolu ile finanse edilmiştir. Keynezyen İktisadın İktisat politikasına bıraktığı bu kötü miras bugün aktif olarak kullanılmaktadır. Devletin aşırı büyümesi ise ekonomik ve politik yozlaşmayı beraberinde getirmektedir (Aktan, 1992, s.76-78). Hatta bir sonraki yönetime çok ciddi borçlar devredilmekte, borç sarmalına giren ekonomiler borcu borçla bir noktaya kadar çevirebilmekte, çevrilebilir olmaktan çıkan borçlar nedeniyle uluslararası güç odaklarının o ülke üzerindeki operasyonel faaliyetleri belirginleşmektedir. Bu teori, kamu ekonomisinin başarısızlığını; seçmenlerin bilgisizliği ve ilgisizliğine, baskı gruplarının rant kollama faaliyetlerine, oy ticareti uygulamalarına, politik miyopluk ilkesine, oybirliğinin sağlanamamasına, kamusal mal ve hizmetlerin her kesime bir bütün halinde arz edilememesine dayandırmaktadır (Kızılboğa, 2012).

Devletin ekonomiye "bütçe politikası" ile müdahale edebileceğini savunan Keynezyenler "denk bütçe" ilkesini zedelemişlerdir. Kamu Tercihi Teorisinin bir sonraki aşaması kabul edilen Anayasal iktisadın temel amacı, iktidarların ne gibi yasal, kurumsal ve anayasal sınırlarla sınırlandırılmaları gerektiğini araştırmaktır. Kişilerin hak ve özgürlükleri sınırlandığı kadar devletin de sınırlandırılmaya tabi tutulması gerekir (Işık, Sakal ve Meriç, 2010). Siyasal alanda yer alan aktörlerin kendi çıkarlarına hizmet etme anlayışı sonucu ortaya çıkan sonraki dönemlere sirayet edecek dengesizlikleri önlemeye yönelik anlayışı savunmaktadır. Devletin ve bireylerin hem siyasal hem de ekonomik yetki, hak ve özgürlüklerinin anayasalarda belirli kurallara bağlanmasını öngörmektedirler (Akıllı, 2010, s.30-31). Buradaki amaç, devletin ekonomi alanındaki yetkilerini kısıtlamak ve devletin anayasal haklarını bireylerin hak ve özgürlüklerini güvenceye alarak kullanması gerektiğine vurgu yapmaktır.

2.7.2. Çok Uluslu Şirketler

20. yüzyılın sonlarında küreselleşme sürecinin en önemli bileşenlerinden birisi olarak ortaya çıkan çok uluslu şirketler, iki ya da daha fazla ülkede ekonomik birimi olan veya ekonomik birimi yöneten firmalardır. Bu şirketler hakkında birçok tanım yapılmaktadır. Uluslararası faaliyet gösteren işletmelerde, seçime bağlı olarak birden fazla ülkede sürekli personeli olan, personel yapısının bu özelliğine bağlı olarak günlük faaliyetlerde tek bir ülke yönetiminin tamamıyla kontrolünde olmayan yatırımlar olarak tanımlanmaktadır (Tağraf, 2002, s.37). Bu şirketlerin uluslararası işlemleri liberalizmle uyumludur ancak ekonomik milliyetçilik, Marksizm ve sosyalizm ile devletin ekonomiye müdahale etmesine karşıdırlar. Bu şirketlerin birçoğu pek çok ülkenin ekonomik gücünden daha fazla güce sahiptirler.

Küresel şirket; her parçasının bütüne hizmet etmesi beklenen organik bir yapıdır. Bu organik yapının içinde ana şirket ile yavru şirket arasındaki ilişkiler, karar alma mekanizmasının da çokuluslu ve çok merkezli olarak genişlemesi sonucu farksızlaşmış ve güç yalnızca merkezin elinde olmaktan çıkarak küresel düzeyde yerel birimlere doğru kaymıştır. Bunun sonucu olarak yavru şirketler de kendi etki alanlarını genişletmiş, bulundukları ülkenin siyasi yapıları ve yerel özelliklerini de göz önüne alan özel stratejiler geliştirir hale gelmişlerdir (Arıboğan, 2001, s.179).

Çok uluslu şirketlerin dünya ekonomisinde baskın hale gelmeleri, 1973 te meydana gelen OPEC'in petrol ambargosu ve müteakiben petrol fiyatlarındaki büyük artıştır. Çoğunluğu Amerikalı olan şirketlere Avrupa ve Asya'dan rakipler çıkmıştır. Bazılarının büyüklüğü Dünya üzerindeki birçok ülkenin gelirinden, personeli ise bazı ülkelerin ordusundan ya da nüfusundan fazladır. Örneğin dev süpermarket zinciri Wallmart'ın 2011 cirosu ilk 25 ülke dışındaki bütün ülkelerden fazladır. 2.1 milyon çalışanı ile de Makedonya ve Slovenya'dan fazla personeli bulunmaktadır (Bıçakçı, 2016, s.23). Aynı şekilde Apple Hırvatistan, Yahoo Kırgızistan'dan fazla gelir elde etmektedir.

Bu şirketlerin çok geniş yönetim marifetleri, finansal varlıkları, teknik kaynakları ve fonları vardır. Bu şirketler, devasa işlemlerini eşgüdümlü bir küresel strateji ile yürütürler. Pazar pozisyonlarını dikey bütünleşme ve karar alma işinin merkezileşmesi sayesinde genişletmek ve ebedileştirmek için girişimde bulunurlar. IBM, Exxon, General Motors, Mitsui, Toyota, Fiat ve Nestle tipik örneklerdir. Yirminci yüzyılın son çeyreğine kadar OECD ekonomilerindeki üretim yatırımları, az gelişmiş ülkelerde maden endüstrisi özellikle petrol yatırımları belirgin olmuştur. Daha sonraki yıllarda bu şirketler hizmet sektörüne çok daha fazla egemen olmaya başlamışlardır (Gilpin, 2011, s.215).

Bu işletmelerin küreselleşme sürecine hız kazandırdığı açıktır. Yirminci yüzyılın ikinci yarısında küresel işletmeler dünya ticaretinde ve ekonomisinde ağırlıklı olarak etkisini hissettirmeye başlamışlardır. (Dirik, 2007, s.38). Dünya toplam ticaretinin çok büyük bir bölümünü ellerinde bulunduran bu şirketler, aynı zamanda teknolojik gelişmeyi de denetlemektedirler. Dünyanın hangi bölgesinin gelişeceğini ve hangi bölgesinin yeni teknolojiye sahip olacağını belirleyen bu dev şirketler, üretimde yenilik tekellerini de ellerinde bulundurmakla birlikte, üretim yeri seçiminden, dağıtım ve servise kadar büyük oranlarda esneklik göstermektedirler (Şaylan, 1997, s.149).

Uluslararası sistemin yeni aktörlerinden birisi olarak ifade edilen bu şirketler, dünya sahnesinde ulus devletlerden çok daha sonra görünmelerine rağmen ekonomik güçlerinin yansıması olarak uluslararası ilişkileri de etkilemektedirler. BM'nin son verilerine göre, dünyanın en büyük 200 çok uluslu şirketin toplam kaynakları 7.1 trilyon ABD Doları tutarındadır. Dünyadaki ekonomik faaliyetlerin yaklaşık dörtte biri dolayında olan bu rakam, BM üyesi 189 ülkeden 182'sinin toplam ekonomik büyüklüklerinden fazladır (Öztürk, 2004).

Küreselleşen dünyada faaliyet alanlarını artırarak dünya geneline yayılmayı amaçlayan bu şirketler, birleşme ve satın almalar yoluyla dünya ekonomisindeki etkinliklerini artırmaktadır. Karar almak ve yönetim süreçlerinde küresel bir bakış açısına sahip olmakla birlikte, bu şirketlerin kabul edilebilir bir orandaki varlıklarının yatırımı uluslararası alana yapılır. Fabrika düzeyindeki üretimleri pek çok ülkeyi kapsamaktadır. Bu fabrikalar montaj fabrikalarından tamamen entegre fabrikalara kadar değişik türdedir. Aldıkları kararlar dünya perspektifi üzerine kuruludur. Dünyadaki ilk modern çok uluslu şirket, 1950 yılında Alman işletmesi "Uni" ve İngiliz işletmesi "Lever Brothers" tarafından gerçekleşen ve "Unilever" ismini alan kuruluştur (Hunger'dan aktaran Tağraf, 2002, s.37-38).

Dünyanın iki kutupluluktan çıkıp tek kutuplu hale gelmesi, bu şirketlerin gelişmelerini hızlandırmıştır. Soğuk savaş sonrasında, Doğu Bloku ve eski SSCB coğrafyasında pek çok yeni devletin ortaya çıkması, yeni pazar fırsatları, üretim ve kârlılık birçok şirketi buralara yöneltmiştir (Acar ve Yavuz, 1999, s.29). Bugün küreselleşmenin itici gücü olarak karşımıza çıkan çok uluslu şirketlerin yerini daha önceki dönemlerde başka güçlerin aldığı görülmektedir. Örneğin, ellili ve altmışlı yıllarda uluslararası ticaretin hızla artması küreselleşmenin itici gücü olarak gösterilirken, yetmişlerde ticaret bankalarının finanse ettiği sermaye akışları gündeme gelmiştir. 1980'li yıllarda ise doğrudan yabancı sermaye yatırımları yoluyla bu şirketler küresel ekonomik bütünleşmenin merkezinde yer almışlardır. (Prendergast & Stewart, 1995, s.54). Bu şirketlerin dünya pazarlarındaki paylarının artması oranında az gelişmiş ülkelerdeki iç ticarete ve ticari sisteme egemen olmalarının, bu ülkelerin aleyhine bir durum yarattığı söylenmektedir. Bu durumun doğal bir sonucu olarak, kendi mallarını veya tüketilmesini planladıkları mal ve hizmetleri pazarladıkları ifade edilmektedir. Az gelişmiş ülkelerdeki firmalar, bu şirketlerin ortağı olarak tek taraflı bağımlı hale getiriliyorlar. Hangi malların, nasıl, ne kadar kimin için üretileceği, ihracat bunlar tarafından belirleniyor. Bunların sonucunda az gelişmiş ülkenin kendi ulusal çıkarları doğrultusunda bir sanayi ve ticaret politikası izleme olanağı kalmıyor (Manisalı, 2002, s.3-4). Bu şirketlerin kendi ülkeleri dışında yatırım yapmaları, az gelişmiş ülkeler açısından yararlı gibi görünse de, eleştirilen daha birçok yönü olduğu göz ardı edilmemektedir.

Çok uluslu şirketler, dolaysız yatırımlarını daha çok çevre duyarlılığının az olduğu üçüncü dünya ülkelerine çekmektedirler. Merkez ülkelerde yatırım yapmanın yasal

düzenlemelerin yarattığı maliyetler nedeniyle kimya sanayi gibi doğayı çok kirleten sanayilerin çevre ülkelerde yatırım yapmaya başladıkları gözlemlenmektedir (Kazgan, 1997, s.127). Görüldüğü gibi bu şirketlerin dolaysız yatırımlarının gittikleri ülkeler açısından artıları olduğu gibi eksileri de olduğu anlaşılmaktadır. Özellikle çevre kirliliği yaratacak yatırımlara izin verilirken dikkat edilmesi ve sonrasında denetimlerin yapılması temiz bir çevre açısından önemlidir.

2.8. Ekonomi Politiğin Çağdaş Teorileri

Bu konuda üç temel teoriden bahsedilmektedir. Bunlar, temelini ekonomik liberalizmden alan "çift yönlü ekonomi teorisi", ikincisi Marksizm'den etkilenen Modern Dünya Teorisi, üçüncüsü ise tümüyle olmasa da "siyasi realizm" ile yakından ilişkili olan ve "hegemonik istikrar teorisi"dir.

1- Çift yanlı ekonomi Teorisi, ekonomik gelişimin ekonomik, sosyal, siyasal yapıların modernizasyonu yoluyla geleneksel sektörün modern sektöre dönüşümü tezine dayanmaktadır (Gilpin, 2011, s.89). Ekonomik yaşamın parasallaşması, şehirlerin yükselişi, telefon ve tren yolu gibi iletişim ve ulaşımdaki teknolojik yenilikler, iktisadi işlemlerim maliyetini düşürüp piyasaların genişlemesini ve karşılıklı ekonomik bağımlılığı kolaylaştırmakta, refahın artmasına neden olmaktadır.

2- Modern dünya sistemi teorisinin temel tezi, dünya ekonomisinin hâkim bir merkez, buna bağımlı bir çevre ve bu ikisi arasında bir yarı çevre içerdiği şeklindedir. Kapitalist ekonomide meydana gelen krizler sistemin revize edilmesini gerektirir. Wallerstein, modern dünya sisteminin ekonomik bakımdan bir kriz döneminde olduğunu ve bu kriz döneminin ciddi etkilerinin olduğunu düşünmektedir (Wallerstein, 2014, s.136).

Bu durumun farkında olan dünya sisteminin öncü ülkeleri, 2000-2050 yılları arasında sanayi sektörlerini ayakta tutabilmek için mikro işlemciler, genetik mühendisliği ve yeni enerji kaynaklarını geliştireceklerdir. Fakat bu girişim sanayi ve teknoloji üretimindeki gibi yüksek kâr getirmeyecek, küresel üretim ve satışın sürümünden kazanç temin edilecektir. Eski teknoloji yani çelik, otomobil, kimyevi maddeler ve elektronik

sektörlerin büyük bölümü dünya sisteminin diğer üyeleri olan yarı çevre ülkelere yerleştirilecektir (Wallerstein'dan aktaran Avcıoğlu, 2014).

Bu teoriyi ortaya atan Wallerstein'e göre merkez ülkeleri çevre ülkelerini, ucuz ham madde temini amacıyla eşitsiz mübadele yoluyla tahakküm altına almaktadır. Çevre ülkeler, hegemonik merkez ülkelerin kapitalist dünya ekonomisine dayalı dünya sisteminin devamını sağlamak için gerekliydi ve aynı zamanda merkez ülkelerinin varlığının devamını sağlayan kaynaklar olmuşlardı (Wallerstein, 1998). Wallerstein'e göre, ulus devletler kendi yollarını çizmede veya politikalarını belirlemede özgür değillerdir. Sermayenin ve üretimin giderek küreselleşmesi, üçüncü dünya ülkelerinde yaşanan fakirlik ve geri kalmışlık, çok uluslu şirketlerin giderek güçlenmesi finansal piyasaların bütünleşmesi ve reel ekonomi üzerinde tahakküm oluşturması, çevre ülkelerin ekonomik ve politik etkinliğini ve gücünü azaltan faktörler olarak görülmektedir. Bir ülkede işçiler daha yüksek ücret ve sağlık ve sosyal güvenlik sisteminin iyileştirilmesi gibi taleplerde bulunduklarında, kapitalistler üretimlerini işçilerin daha az örgütlü olduğu, kendileri açısından daha elverişli fiyatların bulunduğu ülkelere taşımaktadırlar. Bu yüzden küreselleşme, refahın daha adil dağılımı için sermaye sınıfı ile giriştiği mücadelede işçi sınıfının önemli ölçüde zayıflaması ile sonuçlanmıştır (Altan, 2013, s.42). Bu tez, sistemin zengini daha da zenginleştireceğini, az gelişmiş ülkelerin durumlarını da yoksullaştıracağını savunmaktadır.

3- Hegemonyacı istikrar teorisine göre çok zengin ve güçlü bir ülke diğer devletleri veya bütün bir uluslararası sistemi belli bir süre için hâkimiyeti altına alır ve bu süre içinde uluslararası ekonomi politik ile ilgili çeşitli unsurları düzenleyen kuralları oluşturur. Hegemon bu kurallar çerçevesinde sistemi işletir ve hâkim durumu sayesinde bundan en fazla faydayı sağlar. Hegemon zayıflar ya da devre dışı kalırsa ekonomik düzen de zayıflayacaktır. (Keohane, 1980, s.132). Buna göre, dünya sisteminde bir hegemon devletin olmaması, siyasal kaos ortamını büyütür ve istikrarsızlıkları arttırır.

Hegemonik İstikrar Teorisi düşünürlerinin tamamının üzerinde uzlaştığı bir konu, hegemon vasfına sahip devletin dünya siyasetini yönetmeye talip ve yetkin olmasıdır.

Liberaller bu ulus devletin güçlü bir para gibi kamusal mallar arz edeceğini ve serbest ticaret gibi sistemin üyelerine fayda sağlayacağını, merkantilistler - realistler ise hegemonun diğer devletler için güvenlik karşılığında işbirliği sağladığını ileri

sürmektedirler. İnşacı Marksistler[4] ise bu kurallara uymanın hegemona hizmet edeceğini düşünmektedirler. Nitekim ABD ve İngiltere bu kuralları zayıflara baş eğdirmek için kullanmışlardır (Altan, 2013, s.47). Bazı durumlarda hegemon çok büyür, düzeni idame için gerekli maliyetler artar, bencilleşir ve içe yönelir. Bazen de hiyerarşik düzene meydan okuyan diğer güçlerle çatışma noktasına gelir. Çin'in yakın gelecekte bu duruma gelmesinden korkulmaktadır.

Neorealizm, korumacılığı önceleyerek ekonomiyi siyasetin aracı olarak görerek devlet müdahalesini benimsemekte; neoliberalizm, piyasa merkezli bakış açısıyla siyaseti ekonominin bir aracı olarak ekonominin bağımsızlığını savunmaktadır. Neo Marksizm ise siyaset ve ekonominin birbirlerine bağımlı olduğundan hareket ederek yapısal analize girmektedir (Ateş ve Gökmen, 2013). Ancak günümüz koşulları itibariyle kuramsal tartışmanın ana ekseni neorealist ve neoliberal yaklaşımlar arasında cereyan etmektedir.

2.9. Küresel Güç Odakları

İnsanın varoluşundan bu yana hayatını sürdürmek için çalışmakta ve ihtiyaçlarını gidermektedir. Bunu sağlarken çoğu kere kısa yoldan haksız bir yolda başkalarını sömürerek gücünü pekiştirme yoluna gitmekte ve diğer insanları boyunduruğuna almaktadır. Bu durum, çeşitli silahlarla, otoriter ve totaliter yönetim mekanizması gibi meşru olmayan bütün kötücül araçlarla sağlanabilmektedir. Modern dönemlerde ise paranın ekonomik araç olarak başat faktör olduğu, hem de karşılıksız basıldığı dönemlerden bu yana kötülüğün de yeni bir evrime girdiği görülmektedir. Bir anda insanlar haksız bir şekilde zenginleşirken, bir yandan da yoksulluk ve sömürü girdabına sokulmaktadır. Ne yazık ki bu durumun, insanlığın daha çok refahının arttığına inanılan, demokrasinin geliştiği döneme tekabül etmesi de ayrıca şaşırtıcı bir gerçek olarak karşımıza çıkmaktadır. Kötülük üretenler sadece paranın ve yönetimin kontrolünün bulunduğu yerlerde değil, toplumu yönlendiren, beynini yıkayan medyanın kontrol noktalarında da çokça bulunmaktadır.

[4] İnşaacılık (Konstrüktivizm), fikirlerin ve inançların, kişiler, kurumlar hatta devletlerin kimliklerini ve çıkarlarını nasıl biçimlendirdiği üzerinde durmakta devletlerin tercihlerinin farklı sosyal değerleri ve inanç sistemlerini yansıttığını ileri sürmektedirler (Altan, 2013).

Son yüzyılda en önemli hegemonik güç ülkesi ABD olmuştur. Bu hegemonyanın Hanry Kisenger (Kissenger, 2000) gibi iyi niyetli hegemonya olduğunu ileri sürenler olduğu gibi, başta Chomsky gibiler kötü niyetli hegemonya olduğunu ileri sürmüşlerdir. Chomsky' göre ABD, Çin ve Rusya'nın çağrısına rağmen uzayın silahsızlandırılmasına engel olmuştur (Chomsky, 2001). Ayrıca Chomsky, ABD'nin iç ve dış kamuoyuna bir tehdit algısı ile komünizm korkusu oluşturmasının küresel hegemonyasına meşruiyet kazandırma isteğinden kaynaklandığını belirtmiştir (Chomsky, 2016). Bunun için entelektüellerin düşünceleri kontrol edilmekte ve medya denetimi yoluyla halkın dikkati önemli şeylerden uzak tutularak ikna edilmesi sağlanmaktadır (Chomsky ve Herman, 2012). Chomsky, demokratik olduğu söylenen toplumlarda sermaye sahiplerinin istekleri doğrultusunda, medya, halkla ilişkiler ve seçim endüstrisi tarafından kontrol sağlandığını, seçkinlerin kontrolü kaybetmesi ya da başkalarının da ülke yönetiminde aktif rol üstlenilmesi durumunda demokrasi krizinden bahsedildiğini söylemektedir (Chomsky, 1995a). Ona göre ABD tarafından sunulmakta olan demokrasi ve barış havarisi görünümü, bir imaj çalışmasından öte değildir (Falk, 2005). Diğer yandan ABD'nin küresel hegemonya için imparatorluk gibi hareket ettiğini ve hedefinin eskiden olduğu gibi enerji kaynaklarına sahip ülkeleri sömürgeleştirmek olduğu, 11 Eylül 2001 saldırılarının egemenlik hedeflerinin gerçekleştirilmesi için yapıldığı ileri sürülmüştür (Toman ve Akman, 2014). Küreselleşme ile ortaya çıkan bu yeni durum, küresel medya gücü ile yürütülmektedir. ABD ülke olarak küresel güç odaklarının başında yer almakla beraber, İngiltere, Çin, Fransa ve Rusya diğer güç odaklarıdır. Ancak bunları kullanan küresel güç odaklarının önemli görülenlerine burada yer verilmiştir.

2.9.1. Merkez Bankaları

Dünyada para politikalarını uygulayan, o ülkelerin siyasi otoritesine bağlı olan ya da olması gereken bankaların bankası durumunda olan merkez bankaları bulunmaktadır. Bunları içinde en etkileyicisi, diğerlerini yönlendiren Federal Reserve denilen Amerikan Merkez Bankasıdır (FED). İlginç olanı FED Devletin resmi kurumu değil, özel bir kuruluştur. Arkasında çok uluslu şirketler vardır. FED 1970'li yıllardan bu yana karşılıksız para basma imkânına sahip olmasına rağmen enflasyon sıkıntısına girmeden, finansal açıklarını doların rezerv para olma özelliği sayesinde dolar alanına giren ülkelere ödetebilme imkânına sahip bir güç odağıdır. Yalnızca ABD'de değil, küresel dünyada ekonomik gidişatın başlıca belirleyicilerindendir.

ABD Anayasası yapıldığında, eyalet bankaları altın ve gümüş karşılığı para arzını karşılamaktaydılar. İç savaş sonrasında devlet tahvilleri karşılığında para arzını ayarladılar. 1907 yılında çıkan panikte, New York Rezerv Bankası ticari bankaların mevduatlarını karşılayamamış ve yeni bir para sistemi arayışı başlamıştır. 1913 yılında Yönetim ile bankacılar arasında bankanın sahipliği ve sistemi tartışılmış ve İngiliz Merkez bankası örnek alınarak FED oluşturulmuştur (Tokalak, 2016, s.48). Başkanını hükümetin atadığı FED, değişik bölgelerdeki her bankanın farklı şirket olduğu 12 merkez bankasından oluşur. Bu ticari bankalar FED'in yönetiminin üçte ikisini belirlerler. FED'in sermayedarı olan sekiz aile ortaya çıkarılmıştır. Bunlardan Rockefeller, Goldman Sachs, Lehman Brothers, Kuhn Loebs ailelerinin New York; Rothschild Ailesi'nin Paris ve Londra, Warburg Ailesi'nin Hamburg, Lazard Ailesi'nin Paris, Moses Seifs Ailesi'nin Roma merkezli olduğu anlaşılmıştır. Bu şirketlerin arkasında birbirini tanıyan 300 civarında hisse sahibi bulunmaktadır (Kah'dan aktaran Tokalak, 2016, s.48).

"Federal Reserve'in Sırları" ve "Dünya Düzeni Sırlarımızın Hükümdarları" kitaplarının yazarı Eustace Mullins, FED'in kuruluşundan bugüne kadar olan küresel sermaye hareketinin oluşumunda ve gelişiminde perde arkasında en büyük rolü oynayan Alman kökenli aile Rothschildler olduğunu ileri sürmektedir (Mullins'den Aktaran Tokalak, 2016, s.51). Eustace Mullins, bugün FED'in arkasında beş büyük finans şirketinin bulunduğunu ve bunların çoğunun Londra'dan kontrol edildiğini yazmıştır. Bu şirketlere yeni şirketler katılsa da, isimleri değişse de, bunlar hem FED'in hem de küresel sermayenin büyük hissedarlarıdır (Mullins, 1983, s.179). 1997 yılında New York Federal Raporuna göre sekiz büyük hissedar bulunmaktadır.[5](Tokalak, 2016, s.52). Özel sermayenin elinde olan FED mekanizmasıyla devletin parasını devlete vermek suretiyle çok kolay ve risksiz para kazanmaktadırlar.

FED'in arkasındaki güçler dünyayı ve dünya ekonomisini de yönlendirme gücüne sahiptirler. Özellikle 1970'li yıllardan sonra doların altın karşılığı olmadan basılabilmesi

[5] 1-Cahase Manhatten Bank (2000'de J.P.morgan Chase ile birleşmiştir), 2-Citibank(Körfez hisseleri olmakla birlikte Rockefeller Ailesinin bankasıdır). 3-Morgan Guaranty Trust Company (Yeni ismi J.P. Morgan Chase), 4- Fleet Bank (2004'te Bank of America ile birleşti), 5-Bankers Trust (1998'de Alman Deutsche Bank tarafından satın alındı). 6-Bank of New York (2007'de ismi Bank of New York Mellon oldu), 7-Marine Midland Bank (1998'de HSBC USA oldu), 8- Summit Bank (2006'da Çin Bankası United Commercial Bank satın adı) (Tokalak, 2016).

ve petrolün dolarla satılmaya başlamasından sonra, karşılıksız para sayesinde hem ABD hem de arkasındaki bu şirketler çok büyümüştür. Böylece hem dünya ekonomisini hem de siyasetini yönlendirmişlerdir. Kurdukları düzenin değiştirilmemesi adına bazen yumuşak güç unsurlarını, bazen de Pentagon ve NATO aracılığıyla sert güç kullanmaktadırlar. FED yönetim kurulu üyelerinin Başkan tarafından atanması, onların şirketlerin adamı olduğu tezini çürüten bir şey değildir. Atanan üyelerin çoğu bu sermaye odaklarıyla ilişkilidir. FED üyeleri kararları gizlilikle alır ve bir süre sonra açıklar.

FED'in bastığı paraları hükümete faizle veriyor olsa da, her yılsonunda bu faizlerin Amerikan Hazinesine devredilmesi ve ABD devletinden bankaya net faiz ödemesi olmaması, karların bu küresel şirketlere gittiği yönündeki görüşü çürütmek için kullanılmaktadır. Ayrıca, Amerika'nın yıllık borçlanması içinde FED'e olan borçlarının oranının düşük olması, bankanın yönetiminin Başkan tarafından atanması ile bu konuda yapılan eleştiriler bertaraf edilmeye çalışılmaktadır. FED'in yıllık hesaplarına bakıldığında son on yılda karların %85'i Hazineye devredilmiştir. Ancak FED'i kontrol eden güçlerin asıl kazançları devlete satılan paralar değil, ekonomik kararların alınması öncesinde aldıkları haberler ve yönlendirmelerle, borsa döviz ve diğer piyasalarda elde ettikleri kazançlardır. Bu arada kararların gizli alınmasının kamuoyuna bir müddet sonra açıklanıyor olması, bu güçlerin herkesten önce ilgili piyasalarda pozisyon almak suretiyle büyük kazanç elde ettikleri düşüncesini çürütememektedir. Ayrıca Banka, karlarını kriz döneminde öncesine göre iki kattan daha fazla arttırmıştır (Tokalak, 2016, s.59). FED sistemini eleştiren George Armstrong, ABD'deki sistemin aynı küresel güçlerin kontrolünde olan İngiliz Merkez bankasından daha kötü olduğunu, İngiliz Bankasının halka doğrudan kredi verebileceğini FED'in ise üye bankalara kredi verdiğini söylemektedir (Armstrong, 2013, s.124).

Amerikalı ünlü tarihçi Dr. Carol Quigley, "Trajedi-Umut" adlı kitabında "Küresel Yönetim Karargâhı" İsviçre'nin Basel kentinde bulunan The Bank of International Settlements (BIS)- Uluslararası Varlıklar Bankası hakkında, Bankanın sahiplerinin Bank of America (Rockefeller ailesi), Citi Group ve Welles Fargo (Rockefeller ailesinin kontrolü altında), J.P. Morgan Chase (Morgan ailesi) olduğunu, bu gruplarda da ağırlıklı olarak Rockefeller, bir ölçüde de Rothshild ailesinin hâkim olduğunu söylemektedir (Aktaran Bilbilik, 2011). Rockefeller tarafından dünyanın en güçlü özel bankası olarak kurulan BIS, ABD' deki FED lerin yanı sıra, Bank of England, Bank of Italy, İsviçre

Ulusal Bankası, Hollanda Bankası, Almanya Bankası, Fransız Bankası ve Kanada Bankasının da sahibidir. Bu Banka bütün batı ülkeleri ve gelişmekte olan ulus devletlerin bankacılık sistemlerini kontrolünde bulundurmaktadır. Finansal sistemi kontrol etmek suretiyle her ülkenin politik ve ekonomik sistemine hâkim olmak amaçlanmaktadır (Quigley, 1966, s.324). Bu Bankanın küresel merkez karargâhı, küresel kapitalizmin çekirdek örgütü olan merkezi New York'ta bulunan Dış İlişkiler Konseyi (CFR) elitleri tarafından İsviçre'nin Basel kenti olarak belirlenmiştir. Bilderberg toplantılarının yapıldığı Davos kasabası da aynı bölgede yer almaktadır. David Rockefeller, BIS karargâhında Henry Kissinger, Zibigniev Brezinsky ve diğer kurmaylarıyla birçok gizli kararlar almış ve operasyon gerçekleştirmiştir. ABD'nin Avrupa Birliğine dayattığı Bankacılık finans düzenlemeleri olan Basel kararları da bunlar arasındadır (Bilbilik, 2011).

BIS'e üye 58 merkez bankası olmasına rağmen kararlar bunların katılımıyla alınmaz. 19 kişilik yönetim kurulu bir Çinli hariç ABD, Almanya, İtalya, Fransa, İngiltere ve Belçika temsilcilerinden oluşur. En fazla sözü geçen ülke ABD'dir (Tokalak, 2016, s.66). Dünyadaki merkez bankalarının nasıl çalışacağı, yol haritasının ne olacağı küresel güçlerin adamları vasıtasıyla belirlenmektedir. Dünyadaki bankaların özelleşmesini savunur. Oldukça gizli çalışan devlet içinde devlet gibidir. Dünyanın finansal sistemini tek merkezden kontrol etmeye çalışır.

2.9.2. Pentagon

Beşgen biçimindeki binası nedeniyle Pentagon olarak adlandırılan ABD Savunma Bakanlığı, arkasında önemli silah şirketleri olan güç odaklarından biridir. Lockheed Martin, Northrop Grunman, Raython, General Electric, Carlyle Group, Boing gibi şirketler, Pentagon ve dolayısıyla ABD hükümeti üzerinde belirleyici güçleri vardır. Dünya silah satışının üçte birinden fazlasını tek başına ABD elde bulundurmaktadır (Tokalak, 2016, s.69). Dünyadaki birçok savaşın tetikleyicisi ve silah tedarikçisi bu şirketlerdir. Rusya ve İngiltere bu güçten sonra gelmekle beraber, ABD'nin bir hayli gerisindedir.

Savaşlar, küresel silah şirketlerine ve bunların arkasındaki kuruluşlara yeni kazanç fırsatları sunmaktadır. Bu savaşlar için düşmanları olarak bilinen ülke ya da gruplarla da ilişkiye girmekten çekinmemektedirler. Son yüz yılda yapılan birçok savaşta

bunun örneklerini görmek mümkündür. Bu çerçevede, ABD'nin bir numaralı terörist ilan ettiği El Kaide lideri Bin Ladin'in, Bush ailesi ve Pentagon ile ciddi şekilde ticari ilişkisi olan Carlyle Grubu ile yakın ilişkide bulunduğu iddia edilmiştir (Philips, 2004, s.315-319). Büyük paralar Pentagon vasıtasıyla silah şirketlerine aktarılırken ABD'nin halka borcu da hızlı bir şekilde artmaktadır. Ancak birçok ülkenin merkez bankalarında dolar bulundurarak rezerv paraya destek vermesi ve bu durumun tehlikeye düşmesi durumunda dünyanın en büyük silahlı kuvvetinin devreye girmesi nedeniyle halkın refahında bozulma görülmemektedir.

ABD savunma ve ordu çevrelerinin dikkat çeken simalarından olan stratejist Thomas P.M. Barnett, "Pentagon'un Yeni Haritası" adlı kitabında, 11 Eylül ve iki büyük savaş sonunda, ABD ölçüsünde başka büyük bir gücün olmadığına işaret etmiştir. Küreselleşmenin merkezi ile bağlantılı olanlar ya da onunla bütünleşmiş toplumlar ile bağlantısızlar ayrımı yapılmasını tehlikeli görmüş, bu bağlamda Türkiye'yi bağlantısız kategorisinde görerek kitlesel şiddet ve çatışma riskine en açık ülkeler grubuna dâhil etmiştir (Barnett, 2005). Amerika'yı güvenli hale getirmenin en hızlı yolunun İran, Kuzey Kore, Suriye gibi en tehlikeli ve bağlantısız devletlere karşı önceden sert bir şekilde müdahalede bulunulması gerektiği, ABD'nin, Orta Asya'da ve İran Körfezi'nde savaşa hazır olduğu, çünkü bu bölgeden akan enerjinin küresel bağlantının korunması bakımından önemli olduğu anlatılmıştır. Bu nedenle Ortadoğu'nun ABD hegemonyasına katılana kadar buradan vazgeçilemeyeceği, aksi takdirde bu bölgenin Rusya, Çin, Hindistan, Iran ve Türkiye gibi bölgesel güçlerin büyük oyunlarının oynandığı alan olacağı düşünülmektedir (Barnett, 2005). Bölgeye yönelik yıllardır süren hegemonik ilginin nedenlerini bu düşüncelerden anlamak mümkündür.

Pentagon'a göre, AB İle serbest ticaret anlaşmaları yapmış olan ülkeler, Avro üzerinden ticaretlerini yaptıklarından küresel rezerv para birimi olan Dolar karşıtı bir durum oluşturmaktadır. Aynı şekilde Fransız Afrika'sı ile Fransa'nın önemli ölçüde ticari bağlantılarının Avro üzerinden gerçekleşmesi doların rezerv para alanını daraltıcı etki yaratacağı endişesiyle ABD'nin küresel gücünü azaltacağı öngörüsünde bulunmaktadır (Özgen, 2016).

Pentagon'un yaptığı bir çalışmada, İkinci Dünya Savaşı sonrasında kurulan ABD destekli uluslararası düzenin yıprandığı, hatta çökebileceği belirtilerek, Washington'un

küresel liderlik rolünü kaybedebileceği uyarısında bulunulmaktadır. ABD'nin gücünün azaldığı, uluslararası düzenin çözüldüğü, temelde yeni bir dönüşüm evresine girildiği sonucuna varan çalışmada, Washington yönetiminin küresel pozisyonunu koruyabilmesi için daha fazla gözetim ve propaganda ve daha çok askeri yayılmacılık önerilmektedir (Ahmet'ten aktaran Örnek, 2017)). Bu nedenle hem savaşan ülkelere yapılan doğrudan satışlar, hem de dünyadaki vekâlet savaşlarının icrası için terör örgütlerine verilen silahlarla bu yayılmacılığın yürütülmesi sağlanmaktadır.

2.9.3. IMF, Dünya Bankası ve DTÖ

İkinci Dünya Savaşı sonrasında oluşturulmuş kurumlardır. İMF'nin görevi, dış ödemler açığı olan ülkelere kredi sağlayarak, döviz piyasasının işleyişini gözlemleyip uluslararası finansal sistemin düzenli işlemesini sağlamaktır. Kredi verilen ülkenin küresel ekonomiye bütünleşmesini sağlamak amacıyla ülke kurumlarının liberalleşmesi yönünde telkin ve önerilerde bulunur. Buradan kaynak temin eden ülkeler bu önerileri yerine getirdiği müddetçe bu kaynakları kullanabilmektedirler. Dünya Bankası ise alt yapı sorunlarının çözümü amacıyla kredi vermek üzere kurulmuştur. Dünya bankasından alınan krediler para verenin istekleri doğrultusunda harcanır. Bu iki kurumda da ABD etkin güçtür.

1980'lerde gelişmekte olan ülkelerde uygulanan IMF istikrar politikaları, ulusal ekonomileri IMF tarafından sağlanan kredilerin geri ödenmesine ve mali sermayenin rahat dolaşımını sağlayacak hale getirilmesine yönlendirmiştir. Bunu gerçekleştirecek reformların yapılması ise zorunlu kılınmıştır (Özdek, 1999, s.29).

IMF'nin kredi verirken sağladığı danışmanlık hizmetlerinin bir kısmını ekonomik ve yapısal reformlar oluşturmaktadır. IMF tarafından dayatılan şartlar ve kurallar, her kredinin bir sonraki taksitini almak için ön şart olarak belirlenmiştir. IMF'nin uygulamalarına ilişkin tartışmalar da bu noktada yoğunlaşmaktadır. IMF'nin benzer ekonomik sıkıntılar karşısında devalüasyon, kamu sektörlerinde bütçenin daraltılması ile yapısal reform gibi talep ve şartları ülkeden ülkeye değişebilmektedir. Mesela Türkiye'den eğitim ve sağlık gibi öncelikli sektörlerin bütçesinin küçültülmesinin istenmesine karşın çoğunluğu ithal olan askeri harcamalardan kesinti istememesi dikkat çekmektedir. IMF'nin çifte standart uygulayarak benzer durumda olan Polonya gibi ülkelerden talep etmemesi de göze çarpmaktadır (Ayaz, 2013).

Dünya Bankası, üye ülkelerin katkılarıyla ya da tahvil çıkarmak suretiyle, ülkelerin okullar ve sağlık merkezleri kurma, su ve elektrik sağlama, hastalıkla savaş ve çevreyi koruma gibi uygulamalara teknik ve uzun vadeli mali destek vererek, ekonomik kalkınmayı ve yoksulluğun azaltılmasını teşvik etmek amacındadır. Bu amaçlarla görev yapması gereken bu kurum, belli ürünlerde ihracata yönelik tarımsal üretimi kredi bazında desteklerken, gelişmekte olan ülkelerin hükümetlerine buğday ve mısır üretimlerine destek yapılmaması için baskı yapmaktadır. Gelişmiş batı ülkelerinin zirai alanda üstünlüğü sağlanarak, gelişmekte olan ülkelerin bağımlığının artmasında rol sahibidir. Ayrıca su kaynaklarının küresel şirketlere geçmesi konusunda da öncü rol oynamaktadır (Tokalak, 2016, s.89). Devletlerden kendi kapasitesiyle uyumlu temel görevlerinin dışındaki alanlarla ilgilenmemesi ile küresel sermayenin istekleri doğrultusunda fiziki ve hukuki alt yapının oluşturulması istenmektedir.

İMF ve DB üzerinden aşırı borçlandırma, şantaj, gizli anlaşmalarla tavizler koparma, ekonomik kurumları bölme gibi ekonomik çökertme operasyonları yapılmaktadır. The Observer muhabirlerinden Gregory Palast, 1980 sonrasında IMF ve Dünya Bankası tarafından yapılan anlaşmaların önemli bir kısmının çok özel taahhütler içerdiğini, bunları yerine getirmeyen hükümetlerin darbeler yoluyla iktidardan uzaklaştırıldığını anlatır (Akar, 2016).

IMF ve DB ile birlikte Bretton Woods kurumlarının üçüncü ayağını oluşturan GATT (Gümrük Tarifeleri Genel Anlaşması) 1948'de yürürlüğe girmiş, 1995 yılında Dünya Ticaret Örgütüne (DTÖ) dönüşmüştür. DTÖ, kurulduğu günden bu yana dünyanın pek çok ülkesinde üretimi ve ticareti ulus devletlerden daha büyük bir güçle kontrol etmektedir (Tokalak, 2018, s.164). Gümrük ve kotaların azaltılması yanında, gıda güvenliği, ürün standartları ve yatırım politikaları gibi unsurlarla da ticaretin küresel şirketler lehine serbestleşmesine çalışan bu örgüt, bunu engelleyen ülke ve kurumlara tahkim kurullarında görev yapanlar üzerinden etki etmektedir. Örgüt, şirket çıkarlarını, insan ve çevre haklarının önünde tuttuğu gerekçesiyle eleştirilmesine rağmen devletlere baskı yapabilmektedir. Uzun yıllar DTÖ'nün aleyhinde vermiş olduğu kararlara direnen Çin, kararlara uyum göstererek kendi iç hukukunda düzenleme yapmaya başlamıştır (Simayi, 2014). Ancak bu kez de son yıllarda korumacılık eğilimi artan Tramp yönetimindeki ABD bu kararlara uymama eğilimi göstermektedir.

2.9.4. Avrupa Birliği (AB)

28 ülkeden oluşan AB, 500 milyon civarında nüfusa, 17 trilyon dolarlık GSMH'na, kişi başı 30 bin dolar gelire sahip bir birliktir (Tokalak, 2016, s.121-127). ABD ve Çin ile birlikte üç büyük küresel güçten biri olmasına rağmen, değişik ülkelerden oluşması nedeniyle bu birlik onlar kadar güçlü değildir. Dünyada gelişmiş kabul edilen sekiz ülkenin dördü AB ülkesidir. Merkez karar organı, seçilmiş değil atanmışlardan oluşan AB Komisyonudur. Bu komisyon G8 toplantılarına her yıl katılır. Komisyonun merkezi Belçika'nın Brüksel şehrindedir. Küresel kurumlar birbirleriyle irtibat içindedir. AB'ye üye ülkeler ilk önce OECD (Ekonomik İşbirliği Kalkınma Örgütü)'nin onayını alır. IMF, Dünya Bankası ve AB'nin hazırlayıp ülkeler önüne koyduğu reçetelerin çoğu OECD kaynaklıdır. Burada ABD etkisi çok belirgindir.

Fransız akademisyen Jean Michel Gailard, bağımsızlığın peşinde koşan AB'nin en başından beri ABD iradesiyle kurulduğunu söylemiştir. ABD, Avrupa'yı himayesi altına almış ve onu koruyor, yönetiyor, hatta sömürgeleştiriyor. AB, NATO'nun Avrupa ayağıdır ifadelerini kullanmıştır (Gailard'dan Aktaran Cevizoğlu, 2007, s.178-179). ABD, İkinci Dünya Savaşından sonra Avrupa'nın yeniden inşasını hızlandırmak, mağlup Almanya'yı sisteme entegre etmek ve Sovyet tehdidine karşı durmak için birlik fikrini desteklemiştir. Marshall yardımıyla birlikte NATO'nun kurulması bunun öncü göstergeleri olmuş ve Avrupa'nın savunması ABD üzerinden sağlanmıştı. Fransa'da De Gaulle'nin iktidara gelmesiyle, Avrupalı Avrupa fikri ile İngiltere'nin desteklediği Atlantikçi Avrupa fikri çatıştı (Lacoste, 2007, s.98). Bu durum daha sonra ABD'nin tek başına hareket etmesine yol açtı. Örneğin AB ülkelerinin İkinci Körfez Savaşı'na destek vermemesi üzerine, ABD tarafından eski ve yeni Avrupa olarak ayrıştırılmasında bu durum net bir şekilde hissedildi. Fransız ve Hollandalı seçmenlerin özerk bir Avrupa gücü lehine NATO'nun etkisinin azaltılmasını da içeren Avrupa Anayasasını reddetmeleri ABD'yi memnun etmiştir. Ancak son zamanlarda Trump'ın AB hakkındaki görüşleri, İngiltere'nin birlikten ayrılması ve Kırım'ın Rusya tarafından işgali nedeniyle ayrı bir savunma birliği oluşturulması kararlaştırılmıştır.

AB post-modern sisteminin en gelişmiş örneğidir. AB dünyadaki ağırlıklarını ve etkilerini artırmak maksadıyla egemenliklerini birleştirmeyi ve ortak yasalara uymayı gönüllü olarak kabul eden bir devletler topluluğudur (Rehn, 2007, s.73). ABD, bir yandan

modern devlet aktörlü dünya düzeninde askeri üstünlüğü ile hegemonya kurgusunu sürdürürken, diğer yandan AB ile postmodern işbirliği yapmaktadır. Postmodern siyaset, ulus ötesi dinamikleri de içerecek şekilde devletten sivil topluma kayarak ve ekonomik küreselleşmeyi kullanarak insan hakları ve küresel demokrasi dayanakları üzerine bir post-modern dünya düzeni inşa etmeyi hedeflemektedir (Falk, 2005, s.44). Bu anlayışın ekonomik güvenlik ilişkisi; küreselleşme ile birlikte, ulus-devletlerin güçlü merkez sermayeler yörüngesinde ve denetiminde ufak adacıklar halinde sömürü merkezleri haline getirilmesi, dünya kaynaklarının paylaşılmasında merkezin hâkimiyetine uygun bir dünya sistemi ortaya çıkarma riski taşımaktadır (Barnett, 2005, s.7-8). Post-modern güvenlik arayışları, hegemonya anlayışının aktör, yöntem ve vasıtaları ile çerçevesinin yeniden kurgulanmasıdır. Post-modern dünyada üyeler birbirlerini işgal etmeyi düşünmediklerinden güvenlik tehdidini önemsemezler. Post-modern düzenin tehditlere cevabı, işbirliğinin sınırlarını genişletmektir. İşbirliği ağı ne kadar genişletilirse, güvenlik riski o kadar azalacak ve aşırı silahlanmaya gerek kalmadan topluluğu savunacak daha fazla kaynak sağlanacaktır.

Post-modernistler, ABD'nin temsil ettiği realizmin devletlerarasında güvenlik rekabetine yol açtığını ve devletleri savaşa teşvik ettiğini söylerler. Onlara göre, bunun yerine işbirlikçi normların, bireylerin, devletlerin ve bölgelerin birbiri ile çalışmayı öğreneceği barışçı bir küresel politiğin gelişmesi programlanmalıdır. Realizmin yerine toplumcu söylemler ve fikirler öne çıkarılmalıdır. Post-modernlere göre, uluslararası ilişkilerin doğası güvenlik hakkında düşünme ve konuşma yöntemine göre değişebilir (George,1994, Aktaran Yılmaz, 2012).

AB fonlarından ülkelerin yararlanmasında ülkelerin çıkarları değil, Brüksel planlaması öne çıkmaktadır. Fonlar, sınırlı olması ve verilmesindeki özel koşullar nedeni ile ülkelerin gelişimini sağlamada yeterli olmamaktadır. Küçük ülkelerin AB içinde etkin konuma gelebilmesi ancak kendi şirketlerini yönetebilmeleri ve uluslararası alanda karar verici konumlarının etkinliğine bağlıdır. Bunu sağlamanın yolu, yapılacak müzakerelerde bazı egemenlik haklarının korunmasıdır (Yılmaz, 2012).

Karar almada ve uygulamaya koymada önemli yönetim krizleri bulunan AB, İngiltere'nin birlikten ayrılma kararıyla (Brexit) ciddi bir belirsizliğe girmiştir. Birlikten en fazla faydayı ekonomisi güçlü olan Almanya sağlamaktadır. Diğer ülkelerin

çoğunluğu ise özellikle 2008 küresel krizi sonrasında borç ve büyüme sıkıntısı yaşamaktadır.

2.9.5. Küresel Aileler

Herhangi bir devletle ya da imparatorlukla özdeşleşmemesine rağmen, son iki yüz yılda hakkında en çok yazılan, hakkında sinema filmleri yapılan, dünyanın birçok ülkesinde parayı ve devletleri yönlendiren en güçlü aile diyebileceğimiz Rothshild ailesi, dünya ekonomisinin ve siyasetinin gizli yönlendiricisi olarak anılır. Alman şairi Heinrich Heine, aile için "para zamanımızın Tanrısı, Rothshildler ise peygamberidir" ifadesini kullanmıştır (Sampson, 1985, s.37). 1760 yılında Mayer Rothshild Frankfurt'ta bankerlik yaparken işin inceliklerini öğrenmiş belli bir para birikiminden sonra beş oğlundan dördünü Avrupa'nın önemli ticaret merkezleri olan Londra, Paris, Viyana ve Napoli'ye göndermiş, hemen hemen hepsi de başarılı olmuş, büyük bir finans imparatorluğunun temellerini kurmuşlardır. Baba Rothshild, en büyük oğlunun servetin ve ailenin lideri olması, kuzenler arası evliliklerin teşviki, servetin bölünmemesi ve gizli tutulması, aile içi ortaklıklar kurulmasını vasiyet etmiştir (Armstrong, 2013, s.32). 18'inci yüzyılın ikinci yarısından günümüze kadar Rockefeller ailesiyle birlikte dünya finans ve politik sisteminin perde arkasındaki en güçlü aileleri olmuşlardır. 20'nci yüzyılda güç birliği ve organizasyonlar içinde ağlarını ve güçlerini genişletmişlerdir. Alman kökenli Warburg ailesi, Morgan Ailesi, çelik kralı Carnegie Ailesiyle işbirliği yaparak ABD'deki yatırımlarında arkada kalmayı tercih etmiştir (Tokalak, 2016, s.140) Dünyadaki finans, madencilik, bankacılık, enerji sektörü üzerinde büyük hâkimiyetleri vardır.

Aile adına iş yapan ve adlarının bilinmesini istemeyen kişiler vardır. İsrail Devletinin kuruluşlarında büyük rol oynayan ailelerden olduklarından haklarında çok sayıda rivayet oluşturulmuştur. İngiliz tarihçi Paul Johnson, Yahudi olmaları nedeniyle Yahudi karşıtlarının tepkisini önlemek ve devlet yöneticileri ile etkili kişilerle çok yakın olup onların bankerliğini yapmalarından ötürü mahremiyete önem verdiklerini ileri sürmüştür (Johnson, 2001, s.314) Nathan Rothshild, Waterloo Savaşı'ndan sonra İngiliz Kraliyet Ailesinin bankeri olmuştur. Bu savaştan sonra İngiliz Merkez Bankasının kontrolünü ele geçirmişlerdir. Dünya altın ve elmas piyasasında etkinlikleri büyüktür

(Tokalak, 2016, s.148).[6] Bu aile sadece devletlere, krallara ve asilzadelere finans sağlamamışlardır. Bankalar ve borsalar yoluyla özellikle savaş sırasında ya da sonrasında yaptıkları vurgunculuk hatta manipülasyonlarla büyük servet edinmişlerdir.

Önemli küresel güç odaklarından Rockefeller ailesi, Rothshild ailesiyle birlikte ticarette, siyasette ve sivil toplum örgütlerinde işbirliği içerisinde olmuşlardır. Jacob Rothshild'in sahip olduğu RİT Capital Partners, Fransız Sosyete General Yatırım Bankası ile ortaklık kurmuştur (Schafer, 2012). Rothshildler tarafından banker Belmont aracılığıyla kontrol edilen ABD'deki National Bank ile Rockefeller ailesi finanse edilmiştir. Özellikle Rockefeller'in Standart Oil Petrol şirketinin gelişmesine ve güçlenmesine yardım etmişlerdir (Attali, 2009, s.80-81). Amerikan iç savaşı sırasında petrolün önemini ve ileride çok fazla değerleneceğini anlayıp bu alanda yatırımda öncü olmuşlardır. Petrol fiyatlarını düşük tutarak rakiplerini zor duruma düşürmek suretiyle bu firmaları satın alarak büyüme politikası yürütmüşlerdir. Demiryolu ticaretini de elinde bulunduran aile 1870'lerin sonuna geldiğinde petrol pazarını %90'ını elinde bulunduruyordu (Kuzu, 2016b, s.18). Hakkında açılan kartel ve tröst davalarıyla sarsılmış ancak yasal ya da yasal olmayan mekanizmalarla bu engelleri aşmışlardır. Standart Oil firmasını bölerek Chevron, Mobil, Exxon gibi devlerle birlikte toplam 34 petrol şirketiyle yoluna devam etmiştir. Petrol devi olduktan sonra aile Chase Manhattan Bank ile bankacılık sektörüne girmiştir. Daha sonra J.P. Morgan ile birleşerek J.P.Morgan Chase adını alarak küresel bir dev haline gelmişlerdir (Kuzu, 2016b, s.24).

David Rockefeller, az sayıda küresel sermaye sahibinin yenidünya düzenini kurarak dünyayı yönetme planının savunucusu ve yöneticisi olarak anılır. Rockefeller Ailesi'ne ait vakıflar dünya sistemini yönetme ve yönlendirmede etkin araçlar

[6] Prenslere ve imparatorlara para vererek büyüyen Oppenheimer'in kurduğu Anglo American Corporation ile Rothshildlerin şirketi De Beers ortaklık kurmuşlardır. Hem Rothshieldlerin hem de İngilizlerin hizmetinde olan Cecil Rhodes, De Beers şirketini kurmuş, elmas pazarının %90'ını (bugün %40) ele geçirmiştir. Güney Afrika'da Cape Colony eyaletinin başbakanı olmakla beraber, dünyanın en büyük elmas taciri de olmuştu (Meredith, 2007, s.162) . Kendi isimlerini taşıyan bankaları dışında, HSBC, Royal Bank of Scothland, J.P.Morgan Chase, ABN Amro Bank gibi bankalarda hisseleri vardır. Dünya elmas fiyatlarını belirleyen De Beers firmasının sahipleri, en büyük maden şirketlerinden Rio Tinto, Le Nickel şirketlerinin arkasında da olduğu söylenir.

durumundadır. Özellikle Rockefeller Brothers Fund Vakfıyla, Washington merkezli politikalar üzerinde etkin oldukları sıklıkla zikredilir (Hanahoe, 2003, s.92).

Rabi Benjamin Blech tarafından kalem alınan Geçmişten Günümüze Yahudi Tarihi ve Kültürü kitabı, Hollywood başta olmak üzere Amerikan eğlence dünyasının, oyuncusuyla yönetmeniyle, senaristi ve yapımcısıyla Yahudi aileler tarafından kontrol altında tutulduğunu anlatmaktadır. "E.T.", "Jurassic Park", "Shindler'in Listesi", "Geleceğe Dönüş" filmlerinin unutulmaz yönetmeni Musevi Steven Spielberg'in filmlerinin genellikle Yahudi hayat ve inancıyla alakalı olduğunu söylemektedir. Önemli sinemacılardan Carl Laemmle ABD'ye kaçarak Universal Pictures'ı kuran Almanya; Paramount Pictures'ı kuran Adolph Zucker; Fox Film Corporation'ı kuran William Fox Macar Musevileridir. Rusya doğumlu Musevi olan Louis Mayer Metro Golden Mayer'in ortağı ve yöneticisidir. Polonya Musevisi Benjamin Warner, Warner Brothers'ı kurmuştur (Blech, 2004, s.339). ABD'li yazar Neal Cabler'in 1989 yılında piyasaya çıkan "Kendine Özgü İmparatorluk: Yahudiler Nasıl Hollywood'u Yarattı" adlı eseri Yahudilerin kuruluşundan itibaren Hollywood hâkimiyetini ilk defa kapsamlı şekilde belgeleriyle ortaya koyan eserdir (Cabler, 1989, aktaran Tokalak, 2014, s.275). Sinema dışında ekonomi, siyaset ve kültüre etkileri, çok sayıda kitap ve makaleye konu olmaktadır.

2.9.6. Düşünce Kuruluşları

Devlet içinde devlet gibi örgütlenmiş gerçek niyetleri son yıllarda yavaş yavaş çıkmaya başlamış, dünyayı perde arkasında yönetmeye çalışan ve amaçlarını gizleyen örgütler bulunmaktadır. Bu örgütler, arkasındaki küresel güçlü aileler ve sermayenin işbirliğiyle, uluslararası şirketler, vakıf ve dernek mahiyetindeki organizasyonlar, istihbarat örgütleri ile yargı, medya ve politikacılar üzerinde kurulan yakınlıklar ile büyük bir güç kazanmışlardır. "Think thank" denilen düşünce kuruluşlarının çoğunluğu, büyük şirketler ve etkin zenginler tarafından finanse edilirler. Bunlar kar amacı gütmeyen, vergiden muaf siyaset ve sosyal proje üretme merkezleri olup, hükümetlere ve büyük kuruluşlara proje ve düşünceleriyle yol gösterirler. Ürettikleri fikirler hamileri olan güç odaklarına hizmet ederler. Büyük bir çoğunluğu ABD merkezli olan en önemli düşünce kuruluşları, CFR, Bilderberg, CSIS (uluslararası Stratejik Araştırma Merkezi), Brooking Enstitüsü, USİP (Birleşik Devletler Barış Enstitüsü), RAND Corporation, MEF

(Ortadoğu Forum), JİNSA (Yahudi Güvenlik Enstitüsü), ADL (Yahudi Karşıtlarını Önleme Cephesi), AIPAC (Amerika İsrail Toplumsal İlişkiler Komitesi), Chatem House gibi kuruluşlardır. İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra kurulan think tank sayısı her yıl bir önceki döneme göre artmıştır. Özellikle 1992-1996 yılları arasında düşünce kuruluşlarının altın çağını yaşadığı söylenebilir (Karabulut, 2010). Bu dönemde bu kadar fazla düşünce kuruluşunun kurulması ABD'nin ilan ettiği "Yeni Dünya Düzeni" söylemiyle yakından ilişkili izlenimini vermektedir.

Büyük bir kısmı devletle iç içe olan bu kuruluşların siyasal ve ideolojik çizgileri birbirinden farklılık gösterir. Federal Hükümet'ten, ordu bütçesinden, CIA kaynaklarından ve önde gelen şirketlerin bağışlarından yararlanmaktadırlar. Bu kuruluşların büyük bir çoğunluğu devlet desteğinden faydalansa da, tamamının kendilerini ABD'nin küresel egemenliğine vakfetmiş olduğu söylenemez (Pany, 2003). Burada dikkat edilmesi gereken en önemli husus bu kuruluşların salt bilimsel amaçlarla hareket etmeyip, daha ziyade Amerikan ulusal çıkarları ya da arkasındaki güç odağı adına hareket ettiklerinin gözden uzak tutulmamasıdır. Örneğin Washington'un güçlü düşünce kuruluşlarından biri olan MEF (Ortadoğu Forum) faaliyet konularını ve amacını, ABD'nin menfaatleri için çalışmak, radikal İslam ile mücadele etmek. Filistin'in İsrail devletini tanımasını sağlamak, Batı'dan petrol üreticisi Ortadoğu ülkelerine akan parasal kaynakların azaltılmasını sağlamak, İran konusunda ABD politikasını kamuoyuna kabul ettirmek olarak belirlemiştir (Uras, 2006).

Kuzu'ya göre, Rothshild ailesiyle çok yakın işleri bulunan Jacop Schiff'in yönlendirmesiyle J.P.Morgan, Rockefeller ve Warburg ailelerinin başını çektiği bir avuç elitin Amerikan dış politikasına etki etmek amacıyla Dış İlişkiler Konseyi'nin (CFR) kurulduğu iddia edilmektedir (Kuzu, 2016a, 2016b). Zamanla Amerikan siyasetinde en büyük baskı ve lobi gücüne erişmiştir. Hükümet görevlilerini, akademisyenleri, önemli medya mensuplarını, işadamlarını, üst düzey askerleri bir araya getirip, siyasetini dünya medya ve siyaset alanına yaydığı söylenmektedir. Carter'dan Bush'a kadar birçok başkanın, politikacının, hatta meşhur borsa spekülatörü George Soros'un bu örgüt üyesi olduğu iddia edilir (Tokalak, 2016, s.92-97). CFR üyesi olduğu iddia edilen Walter Lippmann, medya yoluyla rızaya dayalı yönlendirme yapılmasını ilk önerenlerden olmuştur. Halkın önüne komünizm, radikal İslam, Saddam, El Kaide, DEAŞ gibi

düşmanlar konularak gönüllü itaati sağlanması bu düşüncenin sonucudur (Akar, 2016, s.121).

CFR üyesi ABD State Departman sekreteri Edward R. Settinus'un Başkan Truman'a yazdığı Rapor'a göre, ABD'nin İkinci Dünya Savaşına girmeden önce CFR'nin teklifi üzerine, savaş sonrası problemler için bir kurul oluşturulmuştur (Allen, 2009, s.85). Pearl Harbour Savaşından sonra araştırma imkânları arttırılan, üyeleri bir tanesi hariç CFR üyesi olan bu Kurul, dış politika için danışmanlık yapan kurula dönüştürülmüştür. CFR tarafından onaylanan hükümetin savunma ve dış politika alanlarındaki tedbirleri, belli bir düzen içerisinde ABD Hükümetinin resmi politikası halini almıştır.

CFR sadece siyasi ve askeri operasyonların düşünüldüğü bir yer değil, aynı zamanda ekonomik çökertme operasyonlarının planlayıcısı durumundadır. Ancak bunu kendisi değil IMF ve Dünya Bankası başta olmak üzere, etki yaptığı ekonomi ve finans kuruluşları aracılığıyla yapmaktadır (Akar, 2016).

Bir başka düşünce kuruluşu Bilderberg'tir. Mütercimlere'e göre, ABD, Avrupa ve Kanadalı üyelerden oluşan bu yapı küresel sermayenin istekleri doğrultusunda tek bir dünya devleti özleminin dışavurumudur. AB ve NATO ile birlikte Avrupa ve Amerika arasındaki politik uyumun sağlanmasını hedefler. Hollanda Prensi Bernard, sosyolog Joseph Ratinger ve Rockefeller ailesi Bilderbergin kurulmasında öncü olmuşlardır (Mütercimler, 2007, s.405). G-8 toplantılarından bir hafta önce, yılda bir kez toplanarak gündemin belirlenmesi ve yönlendirilmesine etki ederler. Toplantılara davet edilen herkesin Bilderberg üyesi olması gerekmez. Toplantıların değerlendirilmesinin toplantıya gelenlerin yanında değil, üst düzey çekirdek kadronun gizlilik toplantılarında yapıldığı, ABD'nin Bilderberg eliyle dünyanın ikinci büyük ekonomisi olan AB'ni ve oradan çıkacak yasaları kontrol altına alabilmek için AB komisyon başkan ve üyelerini Bilderberg üzerinden seçtirmeye çalıştığı iddia edilmektedir (Tokalak, 2016, s.102). Küresel sermayenin patronları medya çalışanlarını ve haberleri doğrudan ya da dolaylı yollardan kontrol etmektedirler. 1991 yılında Almanya'da Bilderberg toplantısına katılan David Rockefeller dünyanın önemli yayın organlarının yöneticilerine toplantıların gizliliğine önem verdikleri için teşekkür etmiştir (Tokalak, 2018, s.277). Medya üzerinde hâkimiyet sağlayarak gerektiğinde haber manipülasyonu ya da kara propaganda

mekanizmalarını kullanarak dünya kamuoyunun görüşlerini yönlendirmeye çalıştıkları düşünülmektedir.

ABD ve Avrupa merkezli CFR ve Bilderberg kurucularının özellikle ABD'nin Avrasya'daki enerji kaynaklarına nüfuz edebilmek için Japonya'nın da dâhil edildiği Üçlü Komisyon'un (Trilateral), Zbigniew Brezinski'nin "İki Devir Arasında" kitabındaki düşüncelerden esinlenilerek oluşturulduğu söylenmektedir. Bu yapının da amacı ekonomik sınırların kaldırılması, askeri ve siyasal kontrol sağlanmasıdır. ABD istihbarat örgütleri ve NATO'nun gizli savaş örgütleri bu amaç doğrultusunda bölgede çalışırlar (Mütercimler, 2007, s.405).

Nobel ödüllü matematikçi John Nash'in de çalıştığı Rand Corparation, enerji, terör, ulusal güvenlik, çevre sorunları gibi Amerikan Hükümeti ve Ordusu ile özel şirketlere küresel ölçüde analiz yapıp rapor sunan önemli bir düşünce kuruluşudur. ABD istihbaratıyla yakın çalışma içinde olan bu kuruluş, hazırladığı raporlarla devlete dış politika perspektifi sunmaktadır. Nitekim Rand adına araştırma yapan CIA'nin önde gelen eski Ortadoğu masası şefi Graham Fuller, Paul Hanze ve Ian Lesser'in katkılarıyla 1992 yılında hazırlanan Türkiye'nin "Yeni Jeopolitikası" adlı Rapor sonrası (Lesser ve Fuller, 2000), ABD politikaları ve demokrasiyle uyumlu İslami hareketlerin desteklendiği anlaşılmaktadır. Bu durum, özellikle küresel politikalarla uyumlu "ılımlı İslam" söyleminin desteklenmesine yönelik stratejinin buralarda oluşturulduğu yönünde yorumlanabilir.

2.9.7. İngiliz Krallığı

Yirminci yüzyılın başlarında imparatorlukların çoğu cumhuriyet ya da demokrasiye dönüşmüştür. İngiliz Krallığı birçok ülkeyi değiştirip dönüştürme gücünü elinde bulundurmasına ve bunu cumhuriyete dönüştürmeyi başarmış olmasına rağmen kendisi Krallıktan vazgeçmemiştir. Kamu görevlileri ve din adamları devlete değil Kraliçeye bağlılık yemini ederler. İngiltere bir cumhuriyet olmasa da demokratik bir işleyişe sahiptir. Cumhuriyet ve demokrasi kavramları birbirleriyle ilişkili görünse de farklı kavramlardır. Birçok kişinin zannettiği gibi, cumhuriyet sadece monarşi karşıtlığı da değildir. Bireyi topluma önceleyen demokrasiyle de çatışma halindedir. Bu nedenle Krallıkla yönetilen bazı ülkelerde, cumhuriyetle yönetilen bazı ülkelere göre daha çok demokratik yapılar vücut bulmaktadır. Ortak yararı temsil eden cumhuriyet düşüncesi

18’inci yüzyıldan itibaren toplulukların düzeni bağlamında öne geçmişse de 20’nci yüzyılın başlarında sıkıntılar yaşamıştır. Bunun nedeni, toplumu önceleyen yaklaşımıyla burjuvazinin evrensel özlemlerine, demokrasinin daha yakın durmasındandır (Okutan, 2006, s.265).

Endüstri devriminin öncüsü, küreselleşme ve sömürgecilik siyasetinin temellerini atan İngiltere’nin zenginliğinden en çok faydalanan İngiliz Kraliyet Ailesi’dir. Başta Rothshild ailesi olmak üzere, Baron Hirsch, Ernest Cassel, Sassoon gibi güçlü Musevi kökenli bankerlerle ilişki içinde dünya finans sisteminin köklerini oluşturarak büyük bir zenginliğin parçası olmuşlardır. Bu ekonomik ilişki aristokrat ailelerle evlenme geleneğiyle birlikte siyasi ve sosyal güce dönüşmüştür (Belloc, 1922, s.223). Britanya İmparatorluğu yirminci yüzyılın başında dünya nüfusunun dörtte birinin ve bugün bağımsızlığını kazanan beş kıtada 64 ülkenin imparatorluğuydu. Bu ülkeler bağımsızlığını kazanmış olsa da, bugün bu imparatorluğun dolaylı kontrolü altındadır (www.cnnturk.com, 2016).

Yirminci yüzyılda tedricen bağımsızlıklarına kavuşan bu devletlerin çoğu İngiliz Milletler Cemiyeti’nin (Commonwealth) üyesidirler. Deniz güçleri, finans gücü ve ekonomik ilerleyişleri ile küreselleşmenin ilk biçiminden azami karı elde ettikleri açıktır. Afrika ve Asya’daki Britanya sömürgelerinin büyük kısmının kökeninde aslında özel şirketler vardır. Özellikle de Doğu Hindistan Kumpanyası tarafından yavaş yavaş ele geçirilen Hindistan, yönetim zorluğu nedeniyle Birleşik Krallığa bırakılmıştır (Lacoste, 2007, s.114-116). ABD’nin bu imparatorluktan ayrılarak kendi imparatorluğunu kurmuş olması nedeniyle, yirminci yüzyılın ikinci yarısından itibaren göreli hâkimiyetini kaybetmiştir.

Kraliçenin ya da ailenin mal varlığının Forbes dergisinin açıkladığı tutarların çok üzerinde olduğu, Crown Estate[7] denilen vakıfta tutulan ve satılmasının yasak olduğu mal varlığının çok büyük tutarlarda olduğu söylenmektedir. Hükümetle yapılan bu mülklerin işletilmesiyle ilgili bir anlaşmayla işletmeyle elde edilen artı değerin Hazineye aktarılması ve bunun karşılığında Kraliyet ailesine bir ücret verilmesi kararlaştırılmıştır. Muhasebe hesabı her yıl Parlamentoya sunulmakla beraber, detaylı denetimin

[7] The Crown Estate, Kraliyet ailesinin mülklerini ifade eder (Cahill, 2007).

yapılmadığı bilinmektedir. Bunun Britanya İmparatorluğunun başı olan Kraliçeye saygısızlık olarak addedileceği düşünülmektedir. Kraliçe, yalnız İngiltere'de değil; Kanada, Avustralya gibi eski kolonilerde de toprak sahibidir (Cahill, 2007, s.54). Bu durum kraliçeyi küresel bir güç pozisyonunda tutmaktadır. Bütün bunlardan dolayı bazı ülkelerde doğrudan, bazılarında ise dolaylı olarak hegemonik gücünün devam ettiği düşünülmektedir.

2.9.8. Ezoterik Örgütler

Ezoterik (gizemli) örgütler, küresel hâkimiyetin araçları olarak birçok kaynakta yer almaktadırlar. Bunların bir kısmının tarihi çok eskilere gitmekte, bir kısmı ise yeni yapılandırılmıştır. Birbirleriyle ilişkisiz gibi görünse de bunların büyük çoğunluğu merkezi güç odaklarıyla ilişkili olduğu kabul edilmektedir.

Aydınlanmışlar anlamındaki "İlluminati" örgütü, tartışmalarda adına en sık rastlanılan ezoterik örgüt olarak tanımlanmaktadır. Örgütün kurucusu, koyu Katolik Cizvitler tarafından yetiştirilmiş, daha genç yaşta materyalizme kaymış, simya, büyü ve astrolojiyle ilgilenmiş, baronlarla iş birliği yapmış, Kabalacı hukuk profesörü Adam Weishaupt ve Baron Von Knigge'tir. O dünyayı Roma Katolik Kilisesinin baskısından kurtarmayı amaçlamıştır (Akar, 2016). Kısa zamanda çok sayıda mensubu olmuş, özellikle masonlar arasında hızla yayılmıştır. Örgüt bir ara dağılmış ancak Fransız ihtilalindeki pozisyonu nedeniyle yeniden önemli hale gelmiştir. Günümüzde ise devlet başkanlarından, ordu komutanlarına, gizli servis başkanlarına varıncaya kadar geniş ve etkili güç şebekesi durumundadır. Dünyayı küreselleştirmek ve tek bir yönetim altında toplamak düşüncesi doğrultusunda faaliyette bulunmaktadır. Kaostan düzen fikrine inanırlar. Savaşlar, terör ve ekonomik krizler sonrasında yeni düzen kurma işini organize ederek adeta kurtarıcı figür olarak ortaya çıkarlar. Savaşlar sonrasında imparatorluklar ve krallıklar yıkılmış yerine ulus devletler kurulmuştur. İluminatinin baş aktörleri yeni yapıda ekonomi ve siyasetin yönlendiricileri olmuşlardır. Evangelistler gibi büyük kaos sonrası Armegedon savaşı ile birlikte yenidünya düzeni ve dünya hâkimiyetinin tesis edileceğine inanmaktadırlar (Allen, 2009).

Uluslararası ilişkiler profesörü Carroll J. Quigley'a göre, Dünya imparatorluğu kurmak için güç kullanan İlluminati üyelerinin kendilerini ortak bir amaca adadıklarına inanan yakın dostların oluşturduğu bir iç merkez bulunmaktadır. Ayrıca örgütün

kökeninin tapınak şövalyelerine dayandığı iddia edilmektedir (Marrs, 2002, s.125). Marrs'a göre bu öğreti, küresel bir akıl bağı ve kölelerden meydana gelen bir toplum oluşturuyor. Bu köleler, komünizm ile kapitalizm arasındaki farkı veya Hıristiyanlık ile Yeni Çağ dinini ayırt etmekten yoksundurlar. Düşünce sistemi İlluminati simyacıları tarafından kasıtlı olarak şekillendirilmiş yarının insanı, Tanrı ile düşmanı şeytan arasındaki farkı bile anlayamayacak, ölümle yaşam arasındaki farkı ayırt etmekte gösterdikleri başarısızlık, tüm zamanların en büyük ahlak bozukluğuna neden olacaktır (Marrs, 2002, s.137). Önyargısız bir şekilde ele alındığında, insanın inanma ihtiyacının manipüle edilmesinin doğru ya da yanlış başka bir inançla mümkün olduğu, İlluminati mensuplarının inançları görelileştirerek değersizleştirdikleri ve bu yolla küresel hâkimiyet peşinde koştukları anlaşılmaktadır.

Bir diğer ezoterik örgüt, masonlukla iç içe gül ve haç teşkilatıdır. İnsanlığın görünmez manevi tapınağını kurmaya çalışan İngiltere'de kudretli bir örgüte sahip bulunuyorlardı. Pelikan, kendi küllerinden doğan Anka, iki başlı kartal masonik sembolleridir (Tokatlı, 1979).

İspanyol asıllı "Tanrının İşi" anlamındaki Opus Dei Tarikatı, papaz Jose Maria Escriva de Balaguery Albas tarafından, katolikliğe sadık, laik iş ve meslek sahiplerini bir araya getirerek Papa'ya Vatikan dışında destek olacak varlıklı ve iyi eğitim görmüş elit bir kadroyu oluşturmak amacı ile kurulan bu örgüttür (Yel, 2000). Üyeleri Katolik meslek sahiplerinden oluşan örgüt, faaliyetlerini gizlilik esası üzerinden yürütmektedir. Sahibi görünmeyen ancak güvenilir adamları vasıtasıyla çok sayıda şirket, vakıf, medya ve eğitim kurumunu kontrol ettiğine, ulusal ve uluslararası birçok yatırımın arkasındaki güç odağı olduğuna inanılır. Mensuplarının banka skandalları, askeri darbe, silah ticareti gibi kirli işlere bulaştığı ortaya çıktıktan sonra "Kutsal Mafya" veya "Beyaz Masonlar" diye anılmıştır (Akar, 2016), s.286). Sağcı ve anti kominist olan Örgüt, NATO ve CIA'nin değişen rolü doğrultusunda kendisine düşman olarak İslam'ı seçmiş görünmektedir.

Kuru Kafa ve Kemik Tarikatı (SBS) ise New Haven'deki Yale Üniversitesi'nde bir grup öğrenci tarafından yeni bir Dünya Düzeni oluşturma amaçlı kurulduğu söylenir. Dünyanın en zengin ve en saygın insanlarını dünyanın en önemli mevkilerine yerleştirme çabası taşıdığı da belli çevrelerce söylenmektedir. Yeni Dünya Düzeni'nin en önemli fikir merkezlerinden biri olan SBS'nin, diğer masonik örgütlere nazaran CFR ile ilişkili çalışan

ABD'de etkin bir örgüt olduğu da bilinmektedir. Yakın zamana kadar "saklı seçilmişler" olarak sinemalarda gösterilen film, bu örgütü anlatır (Akar, 2016). Bush ailesinin üç kuşaktır bu örgütün üyesi olduğu iddia edilmiştir. Örgütün ideolojisi faşizan olup, bu örgüte girebilmek için temel özellik beyaz, Anglosakson ve Protestan olmak gerekir (Sayın-2001- aktaran Akar, 2016). ABD'nin devlet, medya ve finans kuruluşlarında çok sayıda etkili ve önemli mensubu vardır. ABD'nin kilit noktalarını dünya çapında politika belirlemek üzere, kadro yaratma ve devşirme örgütü olarak değerlendirilir. Texe Marss "Karanlık Majeste" kitabında, bu örgütü uluslararası farmasonluğun siyah localarından biri olarak anlatır (Marss, 2002). Bu örgüt, İlluminati'nin erkeklere özel, tüm gizli örgütlerin gelecekteki yetenekleri seçmek için kullandığı organizasyon olarak görülmektedir.

Bunların dışında, "SBS", "Rotary" ve "Pilgrem Society" gibi masonik derneklerle iç içe olan, kamu ve büyük özel şirketlerin yönetimiyle istihbarat örgütlerinin başına gelecek kişileri belirleme gücüne sahip olduğuna inanılan"Bohemian Kulübü" ile Vatikan Bankası ile ilişkileri olan "P2-P7 Mason locası" da önemli güç odaklarındandır (Sayın, 2001, aktaran Akar, 2016). Soğuk savaş döneminde CIA'nın projeleriyle uyumlu Yeni Dünya Düzeni oluşumuna katkı amacıyla oluşturulmuş Güney Koreli kurucusunun adıyla anılan Moon Tarikati, insanlığa barış, kardeşlik ve altın çağ vaat eden ancak arkasında çok karmaşık siyasi işler olan bir yapıdır. FETÖ örgütü gibi ABD'nin Pensilvanya eyaletinde üslenen Tarikat, günümüzde Brezilyayı kendine üs olarak seçmiştir. Yine bunlara benzeyen Irak işgalinin kolaylaştırılmasında rol alan Kesnizani Tarikati, Çin'e karşı kullanılan Falun Gong ve Dalay Lama gibi din adamları küresel güç odaklarının kontrolündedir (Tokalak, 2018, s.234-252).

2.10. İktisadi Davranışlar ve Eksik Rekabet Piyasaları

İktisatta kişiler homo-ekonomikus (iktisadi insan) olarak kabul edilmiştir. Yani davranışlarında akılcı, tercihlerinde tutarlı olan kuramsal bir insan tipidir. Bu varsayımsal insan, işadamı olarak kâr maksimizasyonu, işçi olarak en yüksek ücret, tüketici olarak en yüksek fayda peşinde koşar. Bu insan tipi, kişilerin ekonomik davranışlarına ilişkin genellemeler yapma fırsatı veren bir varsayım olup, kapitalist ekonomi kuramının temelini teşkil eder.

Genel ekonomik dengenin sağlanması ise Pareto Optimumu (Zarf eğrileri, anlaşma eğrileri, üretim imkânları eğrileri yardımıyla) ile toplumsal faydanın sağlanması ise toplumsal kayıtsızlık eğrileri ve büyük fayda imkânları eğrileri ile açıklanmaya çalışılmıştır (Mutlu, 2010).

Fayda teorisi ile ilgili son çalışmalarda, bir kararda sonucun ağırlığı anlamında karar faydasının yanında, özellikle acı ve zevkle ilişkilendirilen deneyimlenen fayda üzerinde durulmuştur. Geleneksel iktisadın insan yaşamında bir ölçü olarak ele aldığı fayda kavramı yerine mutluluk kavramı önem kazanmaktadır (Kamilçelebi, 2012).

Klasik ekonomi teorilerinin tamamı insanların rasyonel olduğunu, etkin piyasaların yardımıyla bireysel ve toplumsal faydanın maksimize edileceğini varsaymışlardır. Bu varsayımlar altında işleyen ekonomiler çok sık devrevi krizlerle boğuşmaktadır. Karl Polanyi'ye göre felaketin nedeni, kendi kurallarına göre işleyen, kendi kendini denetleyen bir piyasa sistemi yaratmak isteyen ütopyacı ekonomik liberalizmdir (Polanyi, 1944, s.140).

Hayatın ve ekonominin dinamiği göstermiştir ki, insanlar her durumda finansal çıkarları için hareket etmiyor, para ile güdülenen her davranış bencillik doğurmuyor. "Ültimatom Oyunu" adı verilen ekonomik deneyin sonucunda, çoğu insan katışıksız bireysel çıkar yerine, ne bencil, ne de sömürülmüş olmayı arzu etmektedirler (Nelson, 2011, s.73-74). Soğuk savaş sonrasında Wall Street ve Rand Corporation gibi siyasi strateji ve düşünce kuruluşları fizikçi, matematikçi ve finansçılar yoluyla oyun teorisine dayalı aldatma sistemi kurmuşlardır. Neoliberalizm, rasyonel düşünen, kendi azami menfaatlerine programlanmış bencil bir canavar oluşturmuştur (Kurtoğlu, 2013a, s.24). Soğuk savaş döneminde John Nash tarafından yapılan katkıyla geliştirilen "Oyun Teorisi", Sovyet Bloğuna karşı batı dünyasının en önemli silahlarından biri olmuştu. Oyun teorisinin temeli, herkes kendi çıkarını düşünür ve oyunu kazanmak için karşısındakini aldatır. Nash, rakibin kendi menfaati için yalan da söyleyebileceğini hesaba katarak, herkesin daha kazançlı çıkması için strateji geliştirmiştir. Eğer bir karar, diğer oyuncular ne yaparsa yapsın en iyi kararsa ona oyun teorisi lisanında "baskın strateji" denir. Her baskın strateji çözümü bir Nash çözümüdür, ama tersi doğru değildir. Oyuncuların hepsi aynı hedefe yönelirse, bu oyuncuların hedefi elde etme olasılıkları azalacak; farklı hedeflere yönelim ise arttıracaktır (Bildirici, 2016).

İnsanın davranışlarında rasyonel olduğu ve bu nedenle kendisine fayda sağlayan seçenekler doğrultusunda her şeyi yapabileceği tezi, her zaman doğru değildir. İnsan bir şeyi bazen dilediği, bazen yapmak zorunda olduğu için yapar. Bazen de içindeki sesi dinler, yaşadığı toplumun değer yargıları, inançları, tutumları, davranışlarına etki eder. Kişisel özelliklerine göre ya da kitle halinde sürü psikolojisinin etkileriyle hareket eder. Yatırım yaparken, para harcarken, tasarruf yaparken ya da yapmazken irrasyonel davranış kalıplarının da içine girebilir. Cinsiyet, ırk, din, mezhep, tarikat, evli, bekâr, çocuk sahibi olma, beklentiler gibi birçok faktör iktisadi davranışlarına etki etmektedir. Çok sayıda insan ekonomik kararlarında, bilgi eksikliği ya da manipülasyonlar nedeniyle yanlış kararlar vermektedir.

Kirli paranın temiz parayı kovduğu gibi, çarpık ve haksız ilişkiler düzeninin adaletli iyi bir sistem kurmayı da zorlaştırdığı bir gerçektir. Neoliberal piyasa mantığında, güçlü ve egemen olan kuralları dayatır. Para, değişim gücüne sahip olan en önemli araçtır. Her şeyi harekete geçiren, dünyaya hayat veren görünmez bir güçtür. Para dokunduğu her şeyi homojenleştirip kimliksizleştirir (Eisenstien, 2012, s.50). Ana akım ekonomistler, yatırımcıların ne istediklerini bildikleri, risk ve kazanç arasındaki dengeyi kavradıkları, hedeflerine ulaşmak için bilgiyi rasyonel bir biçimde kullandıkları görüşünü savunurlardı. Ancak davranış ekonomisiyle ilgili son bulgular finansal yatırım konusunda bu şekilde davranılmadığı ortaya çıkmıştır. Kısa zamanda büyük para kazanmak güdüsüyle kendine aşırı güvenen, çok sayıda işlem yapmaktan zevk alan pek çok kişi büyük zararlarla karşılaştılar. Bireysel yatırımların kurumsal yatırımlara göre daha az kazandırdıkları, işlem hacmi ile getiri arasında ters yönlü bir ilişki olduğu anlaşılmıştır (Barber & Odeon, 2000, s.773-806).

2008 küresel krizi, "Piyasa ne yaparsa doğrudur" tezini çürütmüş, sürü psikolojisiyle hareket etmenin zararlarını herkese göstermiştir. Televizyonlardaki pek çok analistin manipülatör olduğu düşünülerek, kişinin bunlara çok fazla kaptırmaması gerektiği anlaşılmıştır. Spekülasyon başlangıçta bir duygu ya da tat iken alışkanlığa dönüşmekte, ardından hükmeden bir tutku halini almakta ve sonunda öfkeden daha hararetli, kıskançlıktan daha sancılı, aç gözlülükten daha tamahkâr hale gelmektedir. Ama Wall Street'te küçük yatırımcı nadiren bir şansa sahiptir (Fisher, 2010). Başarısız yatırımcılar, genellikle piyasa eğiliminin son bölümünde alım yaparlar. Piyasa eğilimi

terse döndüğünde en fazla zarar eden bunlar olur. Bu durumda piyasada anlatılan kazanç hikâyelerinin genellikle aldatıcı olduğu söylenebilir.

2.11. Küreselleşme ve Davranış Ekonomisi

Küreselleşme olgusunun arkasında, neoliberal ekonomi politikası ile iletişimde sağlanan baş döndürücü gelişmeler vardır. Küreselleşmenin en önemli boyutu finansal küreselleşmedir. Bununla birlikte birçok ülke dünya ekonomisiyle bütünleşmiş, milli devletler zayıflamıştır. Liberal politikaların yaygınlaştığı 1978 Washington Mutabakatı'ndan 2008 krizine kadar, olağanüstü gelir artışı ile birlikte çok ciddi finansal krizler olmuş, piyasanın kendiliğinden her şeyi düzelteceği görüşü değersizleşmeye başlamıştır. Yaklaşık üç yüzyıldır ekonomileri analiz etmek için kullandığımız yöntem, toplum ve kültürle ferdin ruhsal davranışlarıyla ortaya çıkan karmaşık ilişkileri aydınlatamamaktadır. Profesyonel iktisatçılar, akademisyenler piyasaları bir matematik kesinlikle incelerler. Piyasanın nasıl davranacağını açıklamak için matematiksel modeller kurduklarında, herhangi bir toplumsal ilişki kümesinin yaratacağı karmaşayı değişmez kabul ederek görmezden gelmeye çalışırlar. Hâlbuki görmezden gelinen şeyle, gerçekte var olan ya da olabilecek şeyler işlemlerin akışını değiştirebilirler (Joyce, 2012, s.20-21).

Seçkin dar bir grubun elinde biriken ekonomik ve siyasi güç, kapitalizmin ayırt edici özelliği haline gelmiştir. İnternetin keşfi ve telekomünikasyon alanındaki hızlı gelişmeler para piyasalarına yansımış, küresel ekonominin karar alıcıları ve uygulayıcılarının davranış biçimlerini değiştirmiştir. Yeni ekonomi sistematiğinde klasik mekaniğin yerini kuantum mekaniği, doğrusal geometrinin yerini fraktal parçalanmış geometri, klasik mantığın yerini bulanık mantık, Kartezyen determinist görüşün yerini belirsizlik ve kaos teorileri almıştır. Kapitalizm, durgunluk ve finansallaşma kapanı içerisindedir. Eşi görülmemiş eşitsizlik üreten finans sermayesinin yapısı buna neden olmuştur. Büyük bir kısmı ABD merkezli olan Dünyanın en büyük 500 çok uluslu şirketi dünyanın gayrisafi milli hasılasının %52'sini kontrol etmektedir. Bu şirketler, emekle hayatını kazananların sadece %1.8'ini istihdam etmektedir. Dünyanın en fakir 113 ülkesinin toplam varlıklarından daha büyük zenginliğe hükmetmektedirler (Kurtoğlu, 2013a, s.56). Sosyal ve ekonomik krizlerin tahribatını azaltacak sürdürülebilir kalkınma ile doğal dengenin korunması özlemi, yeni ekonomi arayışlarını tetiklemektedir.

Son otuz yılda, gazete ve dergi yazıları, televizyon programları, resmi ya da gayri resmi organlar tarafından kamu işletmeciliğinin kötülüğü, özelleştirmenin yararı üzerine yoğun bir propaganda altında neoliberal tezlerin iyiliği anlatılıp durmuştur. Birçok kişi bunlardan çok etkilenmiş, hatta bazıları bunun tarihin sonu[8] (Fukayama, 1999) olduğuna dair bundan böyle liberalizm dışında yeni bir iktisadi yönelişin olamayacağı hususunda kesin önermeler getirmiştir. Hatta bunun sınıfsız bir toplum olacağına dair iddialar da olmuştur. Bu konularla ilgili ortaya atılan bazı neoliberal tezler ve onlara yönelik cevaplara aşağıda yer verilmiştir (Stretton, 1999, s.63):

- "*Kamu yatırımlarının azalması özel yatırımları arttırır"*. Bazı durumlarda karşılığı olsa da çoğu kez tersine kamu yatırımı olmayan yerlerde özel yatırımlar da olmamaya başladı.
- "*Parasal daralma enflasyonu durdurur sonra da istihdamı arttırır*." Sadece tam istihdam seviyesinde doğrudur. 2008 krizi sonrasında bu politika uygulansaydı birçok ülke ya da şirket batacak kriz daha da derinleşecekti. Aksine ciddi miktarda para basılarak gelecek krizler önlendi.
- "*Serbest ticaret imalat sanayiini verimli kılar*." Ülkeye göre oluşan şartlarda bazen birçok firmanın batmasına, işsizliğin artmasına ve ödemeler dengesi açıklarına da neden olabilir.
- "*Zenginler üzerine konulan yüksek vergiler tasarruf oranlarının düşmesine dolayısıyla yatırımların ve milli gelirin düşmesine neden olur*." Tasarruflar beklendiği kadar artmamakta aksine verimsiz tüketim harcamalarına yönelme görülmektedir.

Ekonomi analizleri, üretimin büyük bir bölümü bu kesime satıldığından daha çok gelirin ilk %20'lik bölümüyle ilgili yapılıyordu. 2008 sonrası dönemde piramidin tabanındaki son %20'nin de dengede hesap edilmesi gerektiği konusunda düşünceler oluşmaya başladı (Kurtoğlu, 2013a, s.64). İktisat sadece modellerle açıklanamayacak bir disiplindir. İktisat ve davranış bilimleri arasındaki ilişkilerin önemi ağırlık kazanmaya başladı. Hesaplama yerine oyun kuramı öne geçmeye, rasyonellik sınırlı rasyonelliğe dönüşmeye başladı. Serbest piyasanın hükümetlerden korunması anlayışının yerine, piyasa aksaklıklarını kamu otoritesi yardımıyla düzeltme düşüncesi ağırlık kazanmaya başladı. Kendi işleyiş mekanizmasıyla problemleri çözmek bir yana, daha fazla toplumsal

[8] Rand Corporation adlı kuruluşta bir süre çalışmış Japon asıllı Amerikalı siyaset bilimci ve iktisatçı Francis Fukayama tarafından ortaya atılan, Berlin duvarının yıkılışı ve Sovyetler Birliğinin dağılması sonrasında liberal demokrasinin insanlığın tek değeri olacağını savunan tez (Fukayama, 1999).

eşitsizlik ve çatışma ürettiği düşüncesi öne çıkmaya başladı (Chang, 2011, s.22). Krizlerle birlikte yüksek işsizlik, daha düşük büyüme ve ekonomik istikrarsızlıkla karşılaşılmıştır.

Ekonomistler, finansal piyasalara ilişkin daha isabetli tahminler yapmak için kaos kavramından faydalanmaktadır. Bu nedenle kaynaklar varlığa dönüşmekte, oligopolleşen firmaların krize rağmen büyümeye devam etmeleri sağlanmaktadır. Özellikle medyanın giderek pervasızlaşan, yoğunlaşan rolü nedeniyle küresel finans elitleri ülkeleri borçlandırmaya devam etmektedirler. Olup bitenler kapitalizmin yeni misyoneri medya tarafından ustalıkla gizlenmektedir. Bugün gelinen noktada toplumun giderek fakirleşen %80'lik kesimi ile zengin medya fakir demokrasi gerçeği ile karşı karşıyayız (Herman & Mcchesney, 1999, s.38-39). Medya araçları içerisinde televizyon, duygular, düşünceler ve davranışlar üzerinde en güçlü etkiye doğrudan ya da dolaylı olarak sahiptir. Ekrandakilerin spor olayı, film, sohbet, yarışma, siyasi ya da müzikli program olması fark etmemekte, medya tarafından sürekli enformasyon bombalamasına maruz kalınmaktadır. Şehirleşmenin artışı, kurulu çevrenin kasti olarak tahribi, yaygın bir kültürel unutkanlığı da meydana getirmektedir. İnsanlığın büyük bir kısmı artık enformasyon üretimiyle meşguldür. Bu durum dört farklı grubu meydana çıkarmıştır. Birinci grup neyin önemli neyin önemsiz olduğunu dünyaya pazarlayanlardır. Tarihi arka planları unutturmaya, belli bir hayat tarzının tadını çıkarmaya çalışırlar. İkinci gruptakiler ise üretilen bilgilerin etkisini edilgen bir şekilde kabullenenlerdir. Dominant enformasyonun büyüsüyle kendi özgünlüklerini unutmuşlardır. Üçüncü gruptakiler ise ekonomik ve siyasi mültecilerdir. Son gruptakiler ise unutkanlığın bir parçası olmakla beraber hayata tutunabilme gayreti içindedirler (Connerton, 2002, s.124).

Son otuz yılda neoliberaller tarafından düşük enflasyon, yüksek büyüme ve istihdam propagandası yapılmış, sosyal devlet harcamaları azaltılmış, finans sermayesinin önündeki engellerin kaldırılması, ticaretin liberalizasyonu çerçevesinde gümrük oranlarının azaltılması sağlanmıştır. Tasarrufların artması için vergilerin düşük olması gerektiği, çünkü yüksek gelirli kişilerin bunları daha rasyonel şekilde kullanacağı yönünde yönlendirmeler yapılmıştır. Küresel finans sermayesi, toplam karları içerisindeki faaliyet dışı gelirlerini arttırıyor, sanal evraklar ve varlıklar üzerinden para kazanıyordu. Belli bir büyüme oranını tutturmak için hane halkının, şirketlerin, hükümetlerin borçlanması teşvik edildi. Yaratıcı muhasebe teknikleri, spekülatif finans metotları, finans mühendisliğinin ortaya çıkardığı türev ürünlerle reel ekonomiyle

bağlantısı olmayan balon karlar ürettiler. Dünyanın en iyi üniversitelerinden mezun MBA diplomalı kişiler ve onları yetiştirenler Meksika, Asya, Rusya, Türkiye krizlerini hatta 2008 küresel krizini öngöremediler ya da öngörmek istemediler. Bu tarihten sonra düşürülen faizler, piyasadaki para miktarının arttırılması, şirket kurtarmaları gibi Neoliberal politikalara ters uygulamalarla karşılaşılmıştır. Küreselleşmenin asıl kahramanı bir avuç elit finans baronu ile bazı çok uluslu şirketler olmuştur.

Neoliberal iktisat ekolü psikoloji bilimini dışlayarak daha çok fizik, matematik ve mühendislik bilimleriyle işbirliği yapmıştır. Oysa bireyler kararlarında zannedildiği kadar rasyonel değildirler. Duygu ve tecrübelerle daha çok hareket etmektedirler. Birçok değişkene bağlı olarak farklı zamanlarda farklı olaylara farklı şekilde tepki vermektedirler. Aşırı güven, iyimserlik ve önyargılar, yanlış risk algılamalarına yol açmakta, alınan kararlar da düşük kazanç ya da yüksek kayıplara sebep olmaktadır. Piyasaların ve bireylerin bu psikolojik önyargılarının farkında olan profesyoneller, kararları kolaylıkla manipüle edebilmektedir. Nöroekonomi[9] çalışmalarının bulgularında, ekonomi ve finans ile ilgili karar ve tercihlerde, duyguların oldukça etkili olduğu görülmektedir (Erkan ve Erkan, 2006). Gün ışığının yatırımcının davranışlarını olumlu etkilediği, bireylerin keyifli hallerinde yatırım pozisyonu alırken, daha az risk alma eğilimine girdikleri yönünde bulgular edinilmiştir (Hishleifer & Shumway, 2003). Davranışlarımızı etkileyen duygular beynin trafik lambalarıdır. Bir fırsatı ya da tehdidi düşünürken, duygularımız bize risk almamızın mı, temkinli bir adım atmamızın mı, yoksa durup geri çekilmemizin mi iyi olduğunu göstermektedir (Kurtoğlu, 2013a, s.130-131). Bireylerin mantıksız gibi görünen risk yönetimi ve davranışlarını açıklamak için mantık temelli analitik yargı, duygu temelli sezgisel sistemin varlığından söz edilmektedir. Yüksek duygusal zekânın, bireylerin finansal yatırım başarısında etkili olabileceği söylenmektedir. Bunun için kendinin farkında olmak, self organizasyon, isteklendirme, empati, sosyal yeteneklere sahip olmanın avantaj oluşturacağı üzerinde durulmaktadır. Dışa dönüklük, duygusallık, açıklık, sorumlu hissetme ve uyumluluk gibi kişilik özelliklerinin finansal başarıda etkisinin olduğu değerlendirilmektedir.

[9] Nöroekonomi, verilen kararlar ile aynı anda insan beyni arasında gerçekleşen biyolojik süreçler arasında bir bağlantı kurmayı amaçlayan, ekonomi, psikoloji, mühendislik, tıp gibi farklı konularda çalışan birçok araştırmacıyı bir araya getiren disiplinlerarası bir alandır (www.sinirbilim.org).

BÖLÜM 3. KÜRESELLEŞEN MEDYA VE MEDYANIN KAMUOYU OLUŞTURMA GÜCÜ

3.1. Medya ve İlgili Kavramlar

3.1.1. Medya

Türkçeye İngilizceden geçen medya kitle iletişim araçları anlamında kullanılmaktadır (Doğan, 1996). İngilizcedeki araç, orta, ortam aracı anlamına gelen medyum kelimesinin çoğulu olup Latince kaynaklıdır (Danesi, 2002, s.2). Medya hem iletişim ortamlarını hem de iletişim araçlarını ihtiva etmektedir. Böyle olunca medya; telefon, ses kaseti ve CD, teyp ve müzik seti, fotoğraf makineleri, pikap ve plak, VCD ve DVD'yi de içermekte, bunun dışında işitsel bir araç olan radyoyu, işitsel görsel bir araç olan televizyon, video, film ve müzik endüstrisini ve interaktif ortam interneti kapsamaktadır (İşman 2005, s.151).

Komünikasyon ve haberleşme olarak kullanılan iletişim ise sorunlu sözcüklerden biridir. Ortak olan paylaşılan anlamını taşıyan İngilizce "common" kelimesinden türetilmiştir. Türkçede bugün kullandığımız iletişim, topluluk üyelerini birbirine bağlayan ortak kültür bağlamından koparılmış bir sözcük görünümündedir. Aktarmak, nakletmek, ulaştırmak anlamındaki iletmek fiilinden türeyen iletişim ise taşıma ve ulaştırmayla birlikte düşünülmüştür (Kejanlıoğlu, 2003, s.84).

İletişim, sözlüklerde, duygu, düşünce veya bilgilerin akla gelebilecek her türlü yolla başkalarına aktarılması; haberleşme, komünikasyon; bilgi ve deneyim alışverişi gibi ifadelerle anlatılmaktadır. Bireyler arasında bilgi, fikir, duygu, beceri vb.nin simgeler kullanılarak iletilmesi (Mutlu, 1998, s.168) veya kısaca bilgi üretme, aktarma ve anlamlandırma süreci (Dökmen, 2008, s.19) şeklinde tanımlanmaktadır. İnsanların bir arada yaşamasının getirdiği vazgeçilmez ihtiyaçlardan olan iletişim, düşünce ve duyguların, bireyler, gruplar ve toplumlar arasında söz, beden dili, yazı, görüntü vb. aracılığı ile değiş-tokuş edilmesini sağlayan toplumsal etkileşim süreci (Yüksel, 2007,

s.6) şeklinde de tanımlanabilir. İletişimin gerçekleşmesi için kaynak olarak ifade edilen bir kişi ya da kişiler ve kaynağın hedefinde de alıcı olarak ifade edilen başka bir kişi ya da kişiler olmalıdır. Dolayısıyla kaynak mesajı gönderen kişi; alıcı da, kaynağın mesajı gönderdiği ve kendisinden geri bildirim beklenen kişidir. Kaynak, bir insan olduğu gibi; bir grup, topluluk, radyo, TV, internet vb. de olabilir. İletişim sürecinin başlaması için kaynaktan alıcıya anlam yüklü bir iletinin, yani mesajın gönderilmesi gerekir. Mesaj bir anlamda kaynağın alıcıya gönderdiği duygu, düşünce ile sözel, görsel, işitsel işaretlerdir. Bu anlamda mesaj, işaret, söz, beden dili, ses olabileceği gibi kitap, gazete, dergi vb. de olabilir (Tutar ve Yılmaz, 2013, s.51-54). İletinin kaynaktan alıcıya ulaşmasını sağlayan araçlara kanal denir. Kişilerarası iletişimde kanal; söz, yazı, giyim kuşam, jest-mimikler vb. olarak sayılabilir.

Toplumsal anlamda iletişimi sağlayan araçlar kitle iletişim araçlarıdır. Kitle iletişiminde ise kanallar, televizyon, radyo, film, gazete, internet gibi araçlardır. Bunların yanı sıra alıcının mesaja verdiği tepkiyi ifade eden geri besleme, iletişimin gerçekleştiği ortam ile iletişim ortamındaki gürültü ve aracı etmenler de iletişimin ögeleri arasında sayılmaktadır (Güngör, 2011, s.52). Kitle iletişim araçları topluma bilgi verir. Bazen toplumdaki birtakım çatışmalarda taraf olur. Bazen de toplumdaki çatışmalar karşısında uzlaştırıcı ve yatıştırıcı yönde tavır alır. Kitle iletişim araçlarının bu işlevleri, kişilerin bilişsel ve duygusal gelişimlerine katkıda bulunabileceği gibi, bir takım yeni tutumların oluşmasına ya da değişmesine katkıda bulunabilir (Dökmen, 2008, s.44). Bunu da genelde egemenlerin tutumu belirler. Egemenler, kendi düşüncelerini toplumsal anlamda kabul ettirmek ve güçlerini sağlamlaştırmak için kitle iletişim araçlarını kullanırlar ve medya vasıtasıyla sahte gerçeklik yaratırlar. Bu anlamda medya toplumun kılcal damarlarına kadar uzanabilen, verdiği haberlerle kitleleri yönlendiren, adeta kapitalizmin yeni misyoneri pozisyonundadır. Bugün dünyada gelinen nokta, toplumun giderek fakirleşen büyük bölümü ile zengin medya fakir demokrasi gerçeğidir (Herman & McChesny, 1999, s.38-39). Özellikle televizyon doğrudan ya da dolaylı olarak içeriği siyasi olsun olmasın, film, sohbet, müzikal, yarışma ve sohbet programlarıyla kitleleri manipüle etmektedir.

Kitle iletişim araçlarının bireyler arası ilişki ve etkileşimi artırıp azalttığı konusu tartışmalıdır. Bir taraftan bunlar vasıtasıyla insanlar çok sayıda olayın farkına varabilmekte ve ona göre yeni tutum ve davranışlarla türev ilişkiler oluşturmaktadır. Bu

durumun insanlar arasındaki ilişki ve etkileşimi arttırdığı hissiyatını uyandırsa da, tersine bu araçlara kendini kaptıran insanın daha az iletişimde bulunduğu, hatta yalnızlaştığı da söylenebilir. Bu araçlar bilgi bombardımanına tabi tutarak, hatta ayrıntılı bilgi denizinde yüzdürüp bilgiler arasında bağlantı kurma yeteneğini öldürmek suretiyle düşünce üretimini baltalamakta ve insanı dolaylı olarak cahilleştirmektedir.

3.1.2. Modernleşme

Aydınlanma düşüncesinin, klasik sosyolojinin, sosyal bilimlerindeki gelişmelerin ve dönemin uluslararası ortamının izlerini taşıyan modernleşme kuramı, İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra ABD'de ortaya atılmıştır. Batı, kendi iç dinamikleriyle yaşamış olduğu süreçten, batılı olmayan toplumların değişim süreçlerini açıklayabilecek bir formül oluşturmuştur (Köker,2010). Kuramın temel varsayımı, gelenekselden moderne aşamalı bir geçişin tüm toplumlar için geçerli olabileceğidir. Bu geçişin iktisadi, toplumsal ve siyasal düzeyleri vardır. İktisadi düzeyde modernleşme; serbest piyasanın ve dış yatırımların devreye girmesiyle; toplumsal düzeyde uygun Batı kurumları, değerleri ve davranışlarının benimsenmesiyle; siyasal düzeyde ise parlamenter demokrasinin uygulanmaya koyulmasıyla gerçekleşecektir (Marshall, 1999, s. 261). Daniel Lerner'a göre batılı modernleşme evrenseldir ve tüm dünya toplumları için de geçerlidir. O, Batıdaki gelişmenin tarihsel bir gerçeklik olduğunu, bu modelin akılcı ve pozitivist bir ruhla benimsenerek bütün modernleşen toplumlarda ırk, renk, inanç ne olursa olsun aynı şekilde gerçekleşeceğini savunmuştur (Lerner, 1968, s.45–46). Sanayileşme, kentleşme ve okuryazar oranının artması, mesleki uzmanlaşma, kitle iletişim araçlarının çoğalması gelenekten modernliğe dönüşü hızlandırmıştır.

Kurama göre bu gelişme ve modernleşme için kitle iletişim araçları önemli rol sahibidir. Bu araçların amacı, ilerlemeyi, gelişmeyi arttırıcı yayınlarda bulunmaktır. Köy ve şehir ahalileri birbirlerine daha fazla yanaşacak bilgileri eşitlenecek, kültürel ve demokratik alışveriş yeniliğin yayılmasını sağlayacaktır. Böylelikle toplumlar, gelenekselden modernleşme suretiyle batılılaşmaya ya da çağdaşlaşmaya geçeceklerdir. Modern kitle iletişim araçlarına sahip olmak baskıcı rejimlerin ayakta kalma şanslarını ortadan kaldırırken, halkların eşitliğini sağlayarak demokrasiyi getirecektir (Uluç, 2008, s.92-94). Biyolojik evrime benzeyen bir süreçle kitle iletişim araçları ne kadar

yaygınlaşırsa, yeniliklere açık bir halde bireysellik, akılcılık, özgürlük ve yetkinlik o ölçüde gelişecek ve toplumlar modernleşecektir.

Modernleşme kuramını eleştirenlere göre, gelenek ve modernliğin birbirini dışladığı tezine temkinli yaklaşılması, tarihin belirlenmiş bir süreç olduğu tezinin reddi, geleneksel toplumlardaki bazı özelliklerin modernleşmeyi hızlandırabileceğinin düşünülmeye başlanması gerekmektedir (Köker, 2010, s.71). Batı'nın 16'ncı yüzyıldan başlayarak modernleşmesinin ve dünya egemenliğini ele geçirmesinin nedeni Max Weber'in belirttiği gibi din ve kültürel özellikleri değil; Doğu üzerindeki ekonomik yağmasıdır (Sezer, 1997). Bununla birlikte Max Weber'in İslam dininin yaygın olduğu Doğu toplumlarını despotik ve kapalı toplumlar olarak tanımlaması da yaşanan olaylarla örtüşmemektedir. Baykan Sezer'e göre, Batı açık toplum olmasını doğu toplumlarıyla ilişki kurabilmesine borçludur (Sezer, 1988, s.27).

Protestanlığın kapitalizmi yarattığı düşüncesinin aksine kapitalizmin Hristiyanlığı yeniden oluşturduğu görüşünü savunan Samir Âmin de, Doğu ve Asya toplumlarında her türlü hukuk sisteminden uzak, kişiselleşmiş bir iktidarın olduğu yönündeki görüşlere karşı çıkmış, İslam toplumlarında devletin işleyişine ilişkin kuralların kişisel nitelik taşımadığını vurgulamıştır. Tam tersine bu kurallar kişilerden bütünüyle bağımsız şeriatın hukuk sistemine dayanmaktadır (Âmin, 1992). Modernleşme kuramının yanlış önermeler üzerinde temellendirildiğini söyleyen Giddens'a göre de bu kuram, bir ölçüde Batı kapitalizminin dünyanın geri kalan bölümü üzerindeki egemenliğine ideolojik bir savunma aracı olarak hizmet etmiştir (Giddens, 2008, s.131).

Moderniteyi insanlığın kaçınılmaz yönelişi olarak görenler ve onun karşısında olanların dışında, yararlarını düşünerek insan insan, insan toplum ve insan yaratıcı ilişkilerindeki yarattığı tahribatı engelleyerek ıslah edilmesi gerektiğini düşünenler de bulunmaktadır (Hocaoğlu, 2006). Özellikle teknolojiyle birlikte insan hayatını kolaylaştıran uygulamalar, modernitenin olumlu yönlerini öne çekmektedir. Sanayi Devriminin Batıda değil de İslam dünyasında gerçekleşmesi durumunda, moderniteyle ilgili toplum yapısının ve insan davranışlarının nasıl ve ne yönde değişeceği sorusuna verilebilecek cevaplar, bu konuyu daha iyi bir şekilde aydınlığa kavuşturabilecektir.

3.1.3. Kültür ve Medya Emperyalizmi

Kültür kavramı, rızaya dayalı olarak üretilen iktidar hâkimiyeti hegemonya ile açıklanır. Toplumsal kontrolün sağlanmasında ve sürdürülmesinde polis, mahkeme, ordu gibi baskıcı devlet aygıtlarının (BDA) yanı sıra, İDA'nın da ürettikleri mesajlar ve temsillerle var olan toplumsal ilişkileri anlamlandırır (Althusser, 2000). Böylece alt kültüre dâhil olan insanlar ve bağımlı sınıflar, egemen sınıfın kültürü tarafından belirlenen toplumsal ilişkileri nasıl anlamlandıracaklarını gösteren toplumsal pratiklerin neler olduğunu görürler. Hegemonyanın sağlanmasında kitle iletişim araçları toplumsal gerçekliği tanımlama ve yeniden üretme işlevini yerine getirir. Kültür emperyalizmi kuramını doğrulayan kültür endüstrisinin en etkin silahı olan medya, toplumun kültürel yapısını sahiplerinin ihtiyacı ve çıkarı doğrultusunda kendi koşullarında üreterek, kendi işleyiş mantığına göre pazarlamaktadır. Geniş kitlelere hitap eden formlar üreterek, bunlara uygun davranış kalıpları geliştirmektedir (Güneş, 2001, s.127-128).

Emperyalizm, bir devletin, ulusun ya da grubun başkası üzerinde haksız bir biçimde hâkimiyet sağlaması olarak tanımlanabilir. Kültür emperyalizmi ise bir toplumun modern dünya sistemine kazandırılması, o toplumun yöneten sınıfının küresel gücün değer yargılarını ve sosyal yapılarını benimsemesi, bu gücün sosyal kurumlarına ve kültürel değerlerine benzer biçimde kendi kurumlarını oluşturması yönünde ikna edilmesi ya da mecbur bırakılması şeklinde tanımlanmaktadır (Schiller'den aktaran Uluç, 2008, s.104).

Kültür emperyalizminde medyanın rolü, kapitalist batı kültürünün ideolojisini yayan bir araçta saklıdır. Az gelişmiş ya da gelişmekte olan ülkelerin yönetici elitleri, haberleri ve olayları batı gözüyle görür. Batıdan gelen haberlere daha fazla önem verirler. Bu nedenle, kültürel kimlikleri gerileyerek milli ve siyasal bağımsızlıkları kaybolmaktadır (Galtung'dan aktaran Uluç, 2008, s.105).

Kültürel metinlerdeki anlam, toplumsal gerçeklikten kopuk ya da bağımsız değildir. Toplumsal ve kültürel olarak inşa edilen anlam, metnin sadece üretim anında değil, aynı zamanda metin okuyucusuyla buluştuğu anda da kurulur (Hall, 2005, s. 125-127). Burada söz konusu olan, anlam üzerine verilen hegemonik mücadeledir. Bunu yaparken medya, olayları ve olguları seçer, yapılandırır ve biçimlendirir. Böylece medya hali hazırda var olan bir anlamı iletmek yerine, kendisi bir anlam üretir. Olayların çeşitli

anlamları olmasına rağmen medya, olayları sürekli bir biçimde ve belli bir tarzda anlamlandırır.

Modernizme yönelik eleştirileri aşırı romantik bulanlar, modernleşmenin yaralı yanlarını görmemekle eleştirilmektedir. Üçüncü dünyanın kültürel farklılığının ve özerk gelişme ile yerel kültürü korumanın tek yolunun küresel sistemden bağımsız olmanın sosyo ekonomik realiteler karşısında anlamsız olduğu, kültür ya da medya emperyalizmine yönelik eleştirilerde kendini bulmaktadır. Ayrıca kültürde tek tipleştirme kavramı melez kültür kavramı ile geçerliliğini yitirmektedir. Küresel kültürle yerel kültür belli ölçü ve oranlarda yeni sentezler oluşturmaktadır (Hannerz, 1998, s.161). Burada yabancı ve yerli kültür öğelerinin bilinçli bir sentezi yapılmaktadır.

Medya emperyalizmine yönelik eleştirilere, seçenekte çoğulculuk cevabıyla karşılık verilmekte, insanlar ne izleyeceğine, neyi seçeceğine ürünlerin çeşitliliği ölçüsünde kendileri karar vermektedirler. Kitle iletişim araçlarının izleyiciler üzerindeki etkisi, hegemonyacı enjeksiyon ya da şırınga modelinin benimsediğinden çok daha karmaşıktır. İzleyiciler, yabancı hegemonyacı kültürel ürüne karşı direnerek, yeniden yorumlayıp oluşturarak kendi anlamlarını ortaya koyabilirler.

3.1.4. Küresel Çoğulculuk

İletişim ve enformasyon teknolojilerinin son yıllarda hızla yayılımı yeni medya oyuncularını ortaya çıkarmıştır. Günümüzde çok yönlü aktörler ve medya ürünlerinin akışıyla çok daha karmaşık bir medya ortamı söz konusudur. Bu durum küresel çoğulculuk kavramını ortaya çıkarmaktadır. Güney Amerika pembe dizilerinin ABD ve Avrupa'da yayınlanması, kültür emperyalizminin tersine dönüşü şeklinde değerlendirilmektedir (Uluç, 2008). Modernleşme ve Kültür emperyalizmi kuramcıları daha çok ABD hegemonyasına odaklaşırken, Fransız ve İngiliz hegemonyasının eski sömürgelerine sürekli kültür malzemesi ihracını görmemektedirler. Sinema alanında Amerikan hegemonyasına Avrupa'dan değil Asya'dan rakip çıkmaktadır. Hindistan zengin kültürel geçmişinin farklı öğelerini yansıtan ve güçlendiren filmler üretirken yabancı öğeleri de yerelleştirmektedir. Üçüncü dünya ülkeleri sadece ulusal üreticiler değil, kültür ürünlerinin ihracatçısı haline gelmişlerdir.

Üçüncü dünya medya üreticilerinin dünya kültürüne katkıları yok sayılmasa da, bazı iletişim ürünlerinin yöreselleşmesiyle aynı zamanda daha büyük tekelleşme ve küreselleşmeye yönelik eğilimler de görülmektedir. Küresel çoğulculuk kuramı, yerelleşmiş üretimin hegemonik medyanın ürünlerini taklit ettiğini ve dolayısıyla ortaya çıkan ürün miktarını abarttığından eleştirilmektedir. Bununla birlikte iletişim ve enformasyon dönüşümünün toplamında ABD, Japonya ve Batı Avrupa firmalarının üstünlüğü devam etmektedir.

3.2. Kalkınma Sermaye İlişkilerinin Medya Yapılanmasına Etkisi

Adam Smith'ten Milton Frieadman'a kapitalizmin çoğu düşünürü, ekonomik insan (homo ekonomikus) modelinin bir yansıması olarak aç gözlülüğün piyasaların iyi işlemesi için gerekli olduğu savunmuştur. Aç gözlülüğün iyi bir şey olduğu, yeni buluşları ve ekonomik büyümeyi tetikleyerek kalkınmayı sağladığı varsayılmıştır. Hollywood yapımı " Borsa", 2008 finans krizinden sonra devam mahiyetinde çekilen "Para Asla Uyumaz" filmlerinde de bu duyguya vurgu yapılmıştır. Bu insan tipinin piyasalara yansıması, insanların hak ettiklerinden fazla ekonomik pastadan pay alma isteği olmaktadır. Bu durumun yarattığı ölçüsüzlük de krizlere ve savaşlara yol açmaktadır. Diğer taraftan insanların büyük çoğunluğunun mensup olduğu din ya da kutsal kitaplar aç gözlülüğün iyi bir şey olmadığını anlatmaktadırlar. Paul Krugman gibi bazı iktisatçılar ise insanların gerçek başarıyı muhasebe hileleriyle olduğundan daha yüksek göstererek haksız kazanç elde etmelerinin aç gözlülükten kaynaklandığını söylemektedirler (Kurtoğlu, 2017c, s.105).

Otoriter veya liberal yaklaşımlara sahip gruplar farklı medya anlayışları geliştirmişler ve medyayı kendi çıkarları doğrultusunda kontrol etmeye çalışmışlardır. Medyayı siyasal otoritenin bir aracı gören etkisi günümüze kadar gelen "otoriter medya" anlayışına göre, hâkim otorite devletin devamı ve halkın refahı için gerekli bütün denetim araçlarına sahip olmalıdır (Işık, 2007, s.17-22). Tarih boyunca genel olarak iletişim araçları dönemin hâkim gücüne hitap etse de, sermaye sahiplerine ve hâkim otoriteye hizmet eden pahalı gazeteler, yerini geniş halk kitleleri tarafından bozuk paralarla alınabilen gazetelere bırakınca, durum biraz farklılaşmıştır (Adaklı, 2006). Gazete sayısının artması ve halkı etkileyebilme gücüyle dikkatleri çekmesi, İngiltere'de yasa

çıkarma, Fransa'da imtiyaz dağıtma suretiyle basını kontrol etme ve sansür faaliyetlerine neden olmuştur.

İnsan özgürlüğüne vurgu yapan, devletin müdahalelerini reddederek ekonominin serbestçe işlemesini savunan düşünceler zamanla ekonomiden siyasete, din ve bilime kadar etkilerini göstermiştir. Siyasal ve kültürel alanda demokratik seçim ilkelerinin oluşması, fikir ve ifade özgürlüğünün sağlanması, azınlıkların haklarının korunarak çoğulculuğun temin edilmesi ve yasa önünde eşitlik gibi ilkeler liberal demokrasinin temel ilkeleri arasına girmiştir (Erdoğan, 1999). Buna göre halk tarafından günlük meselelerde bir tartışma forumu sağlayarak bir baskı aracı olarak kullanılan medya, siyasal konularda seçim yapılabilmeyi temin eden bir aygıt olmuştur. Bu anlamda basın özgürlüğü temel bir hak olmuştur. Her türlü sansürü dışlayan liberal medya kuramı, iletişimin özgürce sağlanması ve herkesin medyaya ulaşarak görüşlerini serbestçe açıklayabilmesi önündeki bütün denetimlerin kaldırılmasını öngörür (Mutlu, 2005, s.250-255). Bu noktada serbest dolaşım ilkesi, olaylar ve durumlar karşısında tam bilgilendirmeyi sağlayacaktır.

1929 Büyük buhran sonrası radyo yayıncılığı yapmak isteyenlere lisans alma zorunluluğu getirilmiş, bir kamu malı olan frekanslarla yapılan yayınların kamu yararı gözetilerek toplumun tüm kesimlerine ulaştırılabilmesi adına, içeriğe de müdahalede bulunulmuştur (Işık, 2007, s.31). Klasik liberal görüşe aykırı bu kısıtlamalarla, düzenin devamını sağlamaya yönelik fayda olarak tanımlanabilecek kamu yararı adına, frekans kargaşasının ve tekelleşmenin önlenmesi gibi amaçlar güdülmüştür. ABD'de ticari yayın kuruluşlarının faaliyetleri hakkında düzenlemeler yapıldığı bu dönemde, Fransa iletişim araçlarını kendi işletmiş ve İngiltere'de ise bir kamu hizmeti yayıncısı olan BBC'nin işleyişinden hükümet sorumlu tutulmuştur (Yılmaz, 2006, s.89-92).

İki Dünya savaşından sonra soğuk savaşın başlamasıyla, bireylerin üzerinde devletlerin etkisi zayıflamaya başlamıştır. Başta çok uluslu şirketler olmak üzere devlet dışı aktörler, ulusal egemenliklerin etkisini azaltmıştır. Gıda, hizmet, finans ve medya sektöründe, bugün hizmet üretiminin büyük bir çoğunluğu bu şirketler tarafından gerçekleştiriliyor. Bu şirketlerin egemen olduğu dünyada bireyler finansal yatırım kararlarında, manipülasyonlar ve psikolojik yönlendirmelerle karşı karşıyalar. Bugün ülkelerin egemenliğini tehdit eden şey fiili işgal ve saldırılardan çok faiz oranları, kur

değerleri, temel malların fiyatları üzerinde oynanan spekülasyonlardır. Pek çok ülkenin silah sistemleri, kendi toprakları dışındaki şirketlerin üretim ve teknolojisine bağlıdır. Güçlü ülkelerin bile küresel finans spekülatörlerine meydan okumaya yetecek miktarda fonları yoktur. Bugün milletlerarası finans sistemi küresel bir kumarhaneye dönüşmüştür. En zengin beş ülkede spekülasyon piyasasında milyarlarca dolar dönmektedir. Döviz kurunun dramatik değişimi maliyetleri etkileyerek iflas ve yıkımlara, işsizliğe ya da aşırı kar gerçekleşmesine neden olmaktadır. Bütün bu bahislerin çoğu New York, Londra, Tokyo, Paris, Singapur, Belçika ve İsviçre'deki borsa simsarları tarafından bilgisayar ve telekomünikasyon kullanılarak ışık hızında gerçekleştirilmektedir. Bunların gücü, ekonomi bakanları ve merkez bankalarının gücünün ötesindedir. Küresel sermaye, ilgili ülkeyi borç vererek ve portföy yatırımları ile beslemektedir. Sistem, dönemsel borç krizlerine, istikrarsızlaştırıcı milletlerarası yatırım akışına, güvenli bir sığınak ve yüksek getiri arayan spekülatif ve uçucu sermaye akışına maruz kalmaktadır. İlgili ülke, kendi kurumsal düzenlemelerini başarılı bir şekilde yapar ve gelen sermayeyi doğru alana yönlendirebilirse büyüme ve istihdamda olumlu sonuçlar alabilmektedir. Ancak bu fonlar uzun vadeli kalkınma için kullanılmazsa bağımlılık ilişkisi ve verimsiz alanda kullanılmasının etkisiyle ekonomide kısır döngüye yol açmaktadır. Hisse senedi sahipleri ve alacaklılar, kendi hükümetlerini ilgili ülkeye müdahale etmesi için zorlamaktadır. Uluslararası finans ile hegemonik gücün çıkarları doğru orantılıdır. Hegemon hem yönetici, hem de temel fayda sağlayan olduğundan egemen iktidarın çıkarına göre hareket etmektedir.

Yüksek kamu harcamalarına yol açan Keynezyen iktisadi politikaların sorgulandığı ve "neoliberal" politikalarla devletin kamu hizmetlerinden çekilmeye başladığı dönemde ABD'nin temsil ettiği liberal-kapitalist ideoloji ve uygulamalar, özellikle Sovyet Bloğunun dağılmasıyla dünya ölçeğinde "özelleştirme, esneklik, deregülasyon" kavramlarıyla daha belirleyici ve kurumsal bir hal almıştır. ABD, siyasal ve ekonomik hegemonyasını pekiştirmiştir. Bu sürecin temel hedefi, evrensel düzeyde serbest piyasa ekonomisine geçiş, bütün ülkelerin dünya pazarlarıyla bütünleşmesi, gümrük tarifelerinin kaldırılarak mal, sermaye ve hizmet hareketlerinin tam serbestleşmesidir (Geray, 2003, s.36-43). Bu oluşumda devletin piyasa üzerindeki etkisi yeniden azalmakta, özel girişimler dünya ekonomisiyle hızla bütünleşmektedir. 'Yeni Dünya' düzeni olarak da adlandırılan bu dönemde, liberal-kapitalist bir anlayışın

geliştirdiği büyük sermaye birikimleri sonucu dev şirketler halinde medya örgütlenmiştir. İnternet, uydu ve kablo gibi teknolojilerin yarattığı fırsatlarla medyanın etki alanı genişlemiştir. ABD kaynaklı bu küresel gücün felsefesini film, müzik, TV programları ve akla gelebilecek her türlü kültürel ürünle tüm dünyaya aktaran medya, yeni düzenini meşrulaştıran ve yerini sağlamlaştıran bir itici motor haline gelmiştir. Aynı zamanda bu durum, özellikle ABD kontrolündeki büyük medya şirketlerinin, diğer ülkelerde gerek şirket birleşmeleri ve devralmalar, gerekse medya ürünlerinin pazarlanması yoluyla yaptığı uluslararası ticaretin küresel düzeyde hâkimiyetini biçimlendiren uluslararası medya yoğunlaşmalarının da bir göstergesi olmuştur. İletişim devleri, iletişim zincirini bütünüyle egemenlik altına alarak vatandaşın karşısına tek muhatap olarak geçmektedir. Böylece haber, eğlence, kültür, finans, ekonomi gibi alanlarda sağlanan bilgi akışıyla tüm iletişim araçlarının birbiriyle bağlantılı bir şekilde kullanılması hedeflenmektedir (Ramonet, 2000, s.147-148).

Ekonomi literatüründe finansal kalkınma, finansal liberalizasyon ve açıklık politikalarının ulusal gelir büyümesi üzerindeki etkisi, arz yanlı ve talep yanlı olmak üzere iki boyutta ele alınmaktadır (Patrick,1966, Aktaran Tunalı ve Onuk, 2017). Arz yanlıları, finansal liberalizasyonla genişleyen finansal kalkınmanın, serbestleşen piyasaların rekabete açılarak sermaye maliyetinin azaltılmasına ve finansal kurumların artmasına neden olduğunu ileri sürmektedir. Böylece ekonomideki finansal gelişmeler, yatırımların artışı ve durgunluğun azalışı ile ulusal gelir büyümesi sağlamaktadır. Talep yanlıları ise tam tersi bir görüş savunmakta ve finansal liberalizasyonun, piyasa bölünmesi ve kırılganlık artışı yoluyla ulusal gelir büyümesini azalttığını iddia etmektedirler.

Yetmişli yıllardan sonra tüm dünya genelinde başlayan, ekonomik, sosyal ve kültürel alanda bazı ortak değerlerin yerel ve ulusal sınırları aşarak dünya çapında yeni bir ekonomik yapının ortaya çıkmasına yol açan küreselleşme hareketleri, temel olarak iki ayrı aşamada gerçekleşmektedir. Bunlardan ilki ticari liberalizasyondur (Seyrek, 2002). Kamu müdahalelerinin azaltılmasını, devletin küçültülmesini, dış ticaret serbestisini, özelleştirme uygulamalarını, ticaret ve ürün engelleri ile bölgesel sınırlamaların kaldırılmasını öngörmektedir. İhracata dayalı bir büyüme ile değişik mal, yeni bilgi, teknoloji ve fikirlerin uluslararasında yaygınlaşarak rekabet ve ölçek ekonomisi açısından ülkelerarası karşılaştırmalı avantajlardan yararlanma

hedeflenmektedir. Ayrıca teknoloji geliştirme süreciyle piyasaya dayalı ekonomik sistemlerin etkin işleyişini geliştirilmesine, muamele ve enformasyon kalitesindeki artışlarla önemli maliyet indirimleri sağlanılmasına çalışılmaktadır (Seyrek, 2002). İkinci aşamayı oluşturan Finansal Liberalizasyon, sermaye ve para piyasalarında olmak üzere iki ayrı piyasada gerçekleşmektedir. Sermaye piyasalarında uygulanan liberalizasyon politikaları, sermaye giriş çıkış serbestisinin sağlanması, tasarruflara ve tasarrufların etkin dağılımına engel olan ve finansal aracılığı zayıf düşüren finansal baskı politikalarının ve yabancı yatırımcılara yönelik sınırlamaların kaldırılması olarak açıklanmaktadır (Galindo & Ordenez, 2002). Para piyasalarının liberalleştirilmesi, kurumsal düzeyde, hükümetlerin bankacılık sistemi üzerindeki denetim ve kısıtlamaları kaldırdığı veya azalttığı, bankalar arası rekabetin arttırıldığı, faiz oranları ve hizmetlerin fiyatlandırılmasının serbest bırakılarak ve anlaşmaların engellenerek fiyat rekabetinin sağlandığı durumu anlatmaktadır (Saral, 2005).

Olgulara veya bir başka ifadeyle reel politik sonuçları bakarsak, Batı, sermayenin tek merkezi olmaktan çıkmaktadır. Sermayenin yer değiştirmeye başladığı dönemler büyük değişimlerin, gerilimlerin, krizlerin ve savaşların yaşandığı dönemlerdir. Sermayenin %95'ini dünyanın yüzde seksenini kontrol eden Batı, 21'inci yüzyılın başında hem sermayeyi hem dünyayı kontrol etme gücünü paylaşmak mecburiyetinde kalmıştır. Neoliberalizmin en büyük sonuçlarından biri doğrudan yabancı sermaye yatırımları bütün tahminlerin üstüne çıkmış 1982'de ki 37 milyar dolardan 2006 da 1.2 trilyon dolara fırlamıştı. Bir başka anlatımla doğrudan yabancı sermaye yatırımları stoku 1950'de dünya GSYİH'nın %4'ü iken 2007'de bu oran %36'ya yükselmiştir (Kurtoğlu, 2013a). Dünyanın en büyük yüz ekonomik kuruluşundan yirmi dokuzu çok uluslu şirketlerdir. Şirketler bir grup elitin kontrolünde ulus üstü operasyonlarla devletler üstü konuma yükselmiştir. Amerikan başkanı Bush bu duruma "yenidünya düzeni" Francis Fukuyama "Tarihin sonu" demişti (Fukayama, 1999). Nigel Harris, artık savaş dürtülerinin zayıfladığını, sermaye ile devletlerin yavaş yavaş ayrışmasından, dünya savaşı baskısının giderek zayıflamasından bahsediyordu (Harris, 1987, s.202). Ancak 2008 küresel krizi ile birlikte insanlığın gördüğü en büyük kamulaştırmalar yaşandı. Sermayelerin belirli coğrafi bölgelerde yoğunlaşmasının, "görünmez elin" piyasanın işleyişini otomatikman sağlamayan hizmetleri gerektirmesi, ayrıca sermayenin gittiği ülkede dolandırılma

ihtimalini sınırlayan adli sistem, güvenlik hizmetleri ve az çok istikrarlı bir paranın mevcudiyeti gibi nedenlerle küresel merkez sermaye ulus devletlere ihtiyaç duyuyordu.

Başını neoliberal kapitalist küreselleşmecilerin çektiği Eylül 2008 krizine kadar devletin asla piyasaya müdahale etmemesi gerektiğini, milli devletlerin bittiğini söyleyenler, sistemin çökmesiyle oluşan trilyonluk zararları medya desteği ve devlet eliyle vergi mükelleflerinin sırtına yüklerken hiçbir çelişki görmediler. İstihbarat kurumlarının sızamadığı yerlere medyayla nüfuz ettiler. Bu olup bitenler dünya savaşları öncesi durumu andırmaktadır. Başta Ortadoğu olmak üzere dünyanın çeşitli yerlerinde oluşan gerilimler, vekâlet savaşlarıyla artan terör saldırıları, neoliberalizmin devletlere ihtiyaç yok tezini doğrulatmamaktadır. Bu nedenle, neo merkantilist milliyetçi devlet politikaları yeniden öne çıkacak gibi görünmektedir.

Medya kuruluşları birer ekonomik işletme olarak maliyetlerini düşürmek, kâr oranlarını azami seviyeye çıkarmak ve sektör dışına itilmemek için büyüme stratejisi benimsemiştir. Bu stratejinin bir parçası olarak gerçekleşen şirketler arası birleşmeler, şirket alımları, yeni pazarlara açılma gibi işlemler sonucunda küresel medya pazarı az sayıda dev holdingin kontrolünde olan oligopol bir yapıya kavuşmuştur. Her ülkede medya kuruluşlarını satın alan şirketler daha fazla alım gücüne sahip olmuş ve birçok ulusal reklam şirketi, çok uluslu dev şirketler tarafından satın alınmıştır. Bu şirketler, ticari mesajlarını çok sayıda ülkeye yaymak isteyen reklam verenler tarafından tercih edilmektedir. Nike, Coca-Cola, Benetton, Gillette veya Nokia yerel veya ulusal reklam kampanyalarında küçük medya kuruluşlarını tercih etse de, gerçekten kalıcı ve geniş kapsamlı anlaşmaları her biri küresel bir marka olan CNN, The Economist, Elle veya The International Herald Tribune ile yapmaktadır (Sánchez & Taberno, 2006, s.470).

Telekomünikasyon ağları ve internetin yanı sıra radyo, televizyon ve sinemayı da içine alan elektronik medya ve iletişim sektörü üretim, pazar ve ticaretin küreselleşmesinin şu anki en aktif destekçisidir. Sahiplik yapısındaki merkezileşmeyle birlikte kamusal mülkiyetten, küresel bireysel mülkiyete geçiş yaşanmaktadır. Telekomünikasyon hizmetlerinin "satılabilir mal" haline gelmesinin de sağladığı kolaylıkla uluslararası ticaret hızla artmakta ve medya sektörü büyümektedir. Bu süreç ise donanım, yazılım ve içerik üretiminin yeniden yapılanması ve faaliyetlerin küresel çapta yeniden dağılımıyla birlikte yaşanmaktadır (Kaul, 2011, s.6).

Medya holdinglerinin kârlılıklarını artırma ihtiyacı, medya ürünlerini, hem izleyici kitlesini arttırma, hem de izleyiciyi tüketime yönlendirme şeklinde tasarlamayı gerektirmiştir. Bu durum ise medya içeriklerinin öncelikli olarak tüketim odaklı bir yaşam tarzını destekleyen bir standartta buluşması anlamına gelmektedir. Daha önce radyo ve televizyon yayıncılığına egemen olan "kamu yararı" ilkesi yerini "kârlılık" ilkesine bırakmıştır (Morley ve Robins, 1997, s.30). Bu doğrultuda, medya içerikleri veya medya ürünleri, izleyici kitlesinden pay alabilmek için belli bir kâr formülüne uygun olarak standartlaşmaktadır. Ortaya çıkan sonuç ise medya araçlarının sayısı ve bireylerin günlük medya tüketiminin artmasına rağmen medya içeriklerindeki çeşitliliğin artmaması, hatta giderek azalması şeklindedir.

Hollywood özgün yönetmenlerinden David Cronenberg'in 1983 yapımı "Videodrome" Filmi, televizyonun ve filmlerin insanların bilinçaltına etkisi, bireyi yönlendirmek için nasıl kullanılacağı, televizyonlardaki en sıradan programların bile sayısız görsel kod taşıdığı, bunların bilinçaltımıza ne şekilde nüfuz ettiği üzerinde durmaktadır (Ertan, 2007). Pek çok eleştirmen Hollywood sinemasının kullandığı sembollerin, egemen kurumları ve hâkim sistemin geleneksel değerlerini meşrulaştırmak ve ideoloji aşılamak yönünde bir işlevi olduğunu savunmaktadır (Ryan ve Kellner,2010). ABD hükümeti zaman zaman kendi ideolojisi için "Kara Şahin Düştü", "Top Gun", "Rambo", "Er Ryan'ı Kurtarmak" gibi filmler sipariş vermiştir.

Dünyanın değişik ülkelerindeki liberal aydınlar ve Amerikan hayranları Hollywood'u sadece soyut bir eğlence sektörü olarak görürler. Ancak teşkilatlanışı, güçlenmesi, ABD'nin dünya ticaretindeki rolü nedeniyle Hollywood hükümetlerin özel ilgisine mazhar olmuştur. ABD, sadece film değil, mallar ve ayrıca kendi hayat tarzını da ihraç etmektedir. ABD bankaları, risklerin ve yatırımların mümkün olabildiğince yayılabilmesi için Hollywood'a destek olmuşlardır. Denizaşırı ülkeler, yatırdıkları sermaye karşılığında yapımların mahalli dağıtım haklarını edinmişlerdir. Diğer taraftan yapımcılar Avrupa'nın uydu ve yayıncılık ağlarına yatırım yapmaktadır.

Filmler herhangi bir durumu yansıtmaktan çok, o durumun tasarlanan belli bir biçimini oluşturmak üzere seçilmiş ve birleştirilmiş temsili öğeler yoluyla tezler ileri sürmektedir. Bunu yaparken de seyirciye belli bir konumu ya da bakış açısını telkin etmektedirler. Sinema, kendinden önceki bütün sanat dallarını kendi potasında

birleştirmiştir. Teknolojik gelişmeler, ses, söz ve müziğin sinemada yer alması, bu kitle iletişim aracını propagandanın vazgeçilmez unsuru yapmıştır. Sinema, yansıttığı sosyoekonomik, kültürel, psikolojik ve politik mesajlarla küresel çapta kitlelerde ortak görüş meydana getirme özelliğine sahip olan ve bu özelliğiyle de topluma dair yansıma değerler ortaya koymaktadır (Ertem, 1942, s.313). Tematik mesajlar, kahramanlık hikâyeleri, romantizm arayışı, kadın melodramı, kurtarıcı şiddet hikâyeleri, ırkçılığa ve suça ilişkin klişeler, gerçekliği toplumsal değer ve kurumlarla bağlantılandırarak değişmez bir dünyanın doğal ve açık göstergeleri olarak algılanması sağlanmaktadır. Bu yolla seyirci toplumsal düzenin temel varsayımlarını benimsemeye alıştırılmaktadır.

19'uncu yüzyıldaki krizlerin çerçevesi klasik emperyalizmdi. Bugünün ise küreselleşmedir. İkisi de seçkinci kapitalistlerce oluşturulmuştur. Hollywood önderliğinde film ve TV dizileriyle insan ve toplum yaşamında değişiklikler hedeflenmektedir. Bunların yetmediği yerlerde finansal ve askeri operasyonlar yapılmaktadır. Amerikan kültürünün yaygınlaşmasında bütün araçlardan çok filmlerin etkili olduğu söylenir. Kahramanları, aşkı ve hayatı, iyi kötü karakterleri, gülmeyi, ağlamayı ve hepsinden önemlisi düşünmeyi bile bize filmler öğretmektedir. Hollywood filmleri bu etkisiyle Amerikan rüyası yaratmış ve dünyanın dört bir tarafına ihraç edilmiştir.

İki dünya savaşı, soğuk savaş, 11 Eylül 2001 ve 15 Eylül 2008 ekseninde olup bitenlerin arkasında küresel boyutta spekülasyonlar yatmaktadır. Yenidünya düzeni, film ve dizilerin oluşturduğu ruh iklimiyle güçlü küresel şoklarla kurulmak istenmektedir (Kurtoğlu, 2013b). Bugün finans ve ekonomi piyasalarında döviz krizi, borsada yaşanan balonlar ve çöküntüler, sanal türev işlemlerinde spekülasyonların izini görüyoruz. ABD ekonomisinin 90'lı yıllardaki büyük başarısı spekülatif fonlardan kaynaklanmıştır. Aç gözlülük ve korkuyla hareket eden spekulatörler küresel ekonomiyi adeta rehin almışlardır. Bir kısım iktisatçılara göre, milletlerin zenginliği bu azgın canavarların kafese kapatılmasına bağlıdır. Bu yaklaşımdan farklı olarak bazı iktisatçılar ise kapitalist sistemin düzgün işlemesi için bunlara ihtiyaç olduğunu söylerler. Nitekim İngiliz Kralı 7'nci Edward'ın Bankeri Sir Ernest Cassell şöyle demiştir (Chancellor, 2007, s.13-14):

> "Gençliğimde insanlar bana kumarbaz derlerdi. İşlerimin boyutu büyüyünce spekülatör olarak tanınmaya başladım. Şimdi ise banker diyorlar. Oysa ben en başından beri aynı işi yapıyorum."

Meşhur spekulatör George Soros, "simya bir tabiat bilimi olarak başarılı olmadığı halde, sosyal bilimler simya olarak başarılı olabilir." demiştir. Yani spekulatörler kendi beklentilerini karşılayacak kehanetlerde bulunabilir veya fikirler piyasa şartlarını değiştirebilir (Soros, 1987). Spekülasyon ilke olarak kazanç beklentisi ile yapılan yatırım olarak değerlendirildiği için kumar olmadığı bilinmekle beraber, yeterli ve eksik bilgi akışı ve manipülasyonlar nedeniyle çok sayıda insan krizlerle ciddi kayıplara uğramaktadır.

İletişim teknolojilerindeki icatlar, dünyanın toplumsal ve iktisadi ayrımların mantığı ile yönetilmesini sağlayan buluşlar olarak nitelenmektedir. Bu durum sol liberal İngiltere eski Başbakanı Tony Blair'in siyaset vizyonunu da etkilemiş, küresel ekonominin başarısında medyayı öne çıkarmıştır. Serbest ticaretin kendisi, iktisadi gelişme, siyasal işleyiş ve kültürel değişimi doğurmuş, küresel medyanın gelişmesi ise bu süreci yoğunlaştırmıştır. Sony, Warners, Disney ve diğerleri her sene yabancı pazarlar için sinema, TV metinlerinden binlerce saatlik yayın üretmektedirler. Mahalli seyirciler için uyarlamalar yapılmakta, yan roldeki kişi esas karaktere eklenmektedir. Ancak bu karakter baskın kültür içinde uçta kalmaktadır. Haber kanallarında tam tersi olmakta, mahalli karakterler usuletle silinmekte, CNN gibi yayınlarla yerküreye tek merkezden mesajlar verilmektedir. Küresel düşünüp mahalli oynanarak bir paradigma oluşturulmakta, yapılan yorumlar da mahalli olmaktadır. Hırslı çok uluslu şirketler ve medya seyirci eleştirileri bir çatı altında birleşmiş fikirlerden oluşmaktadır (Miller, Govil, Mcmurria and Wang, 2012, s.164).

Bugün çok uluslu şirketlerin ticaret hacmi devletlerinkini geçmiştir. Az sayıda insanın elinde küreselleşmiş sermaye işbirliğinde batmasına izin verilmeyecek büyüklükte şirketler oluşturulmuştur. 2008 krizi sonrası Lehman Brothers'ın kurtarılmadan tasfiyesine izin verilmişken, AIG gibi bir sigorta devinin batmasına izin verilmeyerek kurtarılmıştır. Kurtarma gerekçesi ise eğer kurtarılmazsa zincirleme iflasların başlayacağı ve ekonomiyi altından kalkılamayacak risklere sokma ihtimali olmuştur. Küresel sanayi finans şirketleri ile Hollywood, kültürel, ekonomik ve siyasi hedef birliği içindedir. Hazırlanan görsel ve işitsel yayınlarla, ortak psikolojik operasyonlar yürütmektedirler. Piyasanın görünmez eli Hollywood'un elindeki sanal dünyadır. Metin çeşitliliği, her türlü inanç ve düşünceye saygı, söylemin ötesine geçememektedir. Tek dünya dini, tek dünya parası, polis ve askeri gücü bütün milli

kimlikler ve semavi dinleri etkisizleştirerek gizemli kurtuluş reçetelerinin insan tipini oluşturma gayreti içindedirler. Sermaye elitlerinin elinin altında ya da yanında propaganda işinde halkla ilişkiler uzmanları bulunmakta, bunlar kamuoyunun istenen yönde oluşmasında etkin rol oynamakta, hatta manipülasyon, yalan haber, gerçeği gizleme, farklılaştırma gibi değişik metotlarla istenilen sonucu oluşturmaya patronlarının hizmetinde çaba göstermektedirler (Mills, 1974).

İnternet ve bilgisayar sistemleri geliştikçe güvenlik açıkları artmaktadır. ABD'nin New York başta olmak üzere kuzey eyaletlerinde iki gün süren elektrik kesintisinin; benzer şekilde 2013 yılında senaryolaştırılan "Gölge Ajan Jack Ryan" sinema ve televizyonlarda gösterildikten bir yıl sonra yapılan Rusya Federasyonu'na yönelik operasyonun siber saldırı olduğu düşünülmektedir. Siber suç denilince akla, kredi kartları ve kırılmış banka hesapları gelmekteydi. Ancak siber saldırılar başta casusluk olmak üzere, kamu kurum ve kuruluşlarını hedef alan terör faaliyetleri için yapılmakta, elde edilen bilgiler sayesinde ekonomik, siyasi, dini, askeri avantaj elde edilmek istenmektedir. Sırdaş kimlikleri, sahip oldukları güç ve asi tavırlarıyla siber teröristler, popüler kültürde önemli kişiler olarak gösterilmektedir. Birçok ülkenin gizli devlet yazışmalarını deşifre eden Wikiliks'in kurucusu Julian Assange ve ABD Milli Güvenlik Ajansı (NSA) olmak üzere topyekûn dinleme faaliyetlerini ifşa eden Edward Snowden ve benzerleri bu kapsamdadır.

R.E.Mcmaster Jr. "The Power of Total Perspective" adlı kitabında, aldatılan kitlelerin, dünyanın nasıl kontrol edildiği ve olayların nasıl sahnelendiği hakkında en küçük bir bilgisinin olmadığını, insanların para oyununda sadece bir piyon olduğunu söylemektedir. Ayrıca "Network" filmi ile ilgili olarak bu kitapta, çok uluslu şirketler ve holdinglerin çıkarına geniş kitleleri şartlandırmak ve kontrol etmek için televizyonun nasıl kullanıldığı anlatılmaktadır. Filmdeki en çarpıcı sahne, TV kanalı başkanının halkın sezgilerini olumlu yönde değiştirmek için idealist bir haberci ile yapılan konuşma sahnesi, adeta paranın insan ruhu üzerinde nasıl egemen olacağını haber vermektedir (Mcmaster, 1994, Aktaran Marrs, 2002, s.135).

> "Sen TV'nin başına geç Amerika diye, demokrasi diye ağla. Amerika yok, demokrasi de yok. Sadece IBM, ITT, Dupont, Exxon var. Bugün dünyadaki milletler bunlar. Herkesin büyük şirketler için çalışacağı ve onlara ortak olacağı

ve bütün ihtiyaçlarının karşılanacağı, sıkıntılarının giderileceği bir zamanı görecekler. Ben de bu öğretiyi yaymak için seni seçtim."

Soğuk savaş döneminde ABD liderliğinde bir grup ülke ECHELON adı verilen casus uydular aracılığıyla, yeryüzünün her yerindeki bilgiyi kontrol altında tutmuş ve elde edilen bilgiler ekonomi ve finans casusluğu için kullanılmıştı. Soğuk savaşın bitmesiyle casusluk bitmedi sadece şekil değiştirdi. Şirket ve bireyleri savaşın mermileriyle değil, sanal dünyanın silahı internet yoluyla, para finans oyunlarıyla vurmak daha iyi bir yöntem olarak belirlendi. Bu sistemde konuyla ilgili anahtar kelimeler girilerek, elektronik casuslar, finansal analistler, internet korsanları, bilgisayarların kaydettikleri bilgileri inceleyerek araştırdıkları konunun detaylarına ulaşmaktadırlar (Kurtoğlu, 2015, s.190). Bu konudaki eleştiriler ve davalar kamusal fayda üretimi gerekçesiyle mekanizmayı kullananlar tarafından püskürtülmektedir.

Bugün gelinen noktada küresel para, döviz, altın savaşları devam ediyor. ABD'nin asimetrik gücünün hala hissedilmesinin nedeni doların rezerv para olmasıdır. 1971 yılından beri karşılıksız basılan bu para ülkelere enflasyon ihraç edilerek Yeni Dünya düzeninin silahı olarak kullanılmaktadır. Küresel sermayeyi temsil eden seçkin bir grup, kurmuş oldukları dışa açık finansal sistem vasıtasıyla spekulatif veya manipülatif operasyonlarla ülkeleri kendi çizgilerine gelmeye zorluyorlar. Para eskiden iki mal arasındaki aracılık işine yararken, bugün siyasal ve ekonomik operasyonların aracı haline gelmiş durumdadır. Dövizin pahalanması, rezerv parayı elinde bulunduranların aldıkları malları ucuzlatmakta, dış sermaye yatırımları nedeniyle yapılan yatırımlarda yatırımın maliyeti düşmekte, böylelikle dış kaynak ihtiyacı olan ülke daha düşük faizle borçlansa da kur etkisi nedeniyle üretim yapamaz hale gelmektedir. Bu mekanizma yıllar itibariyle dolaylı bir servet transferini gündeme getirmektedir. Bu yapının etkisini minimize etmek için devleti aşırı borçlandırmamak, düşük maliyetli fon temin edebilmek, üretilen ve satın alınanlar arasında bir denge tutturmayı gerektiriyor. Ancak ülkeler genelde dışardan gelen paraları çok doğru yerde kullanmıyor ya da geçici hak edilmeyen tüketimlerle uzun vadeli hedeflerden günü birlik hazır tüketimlerle gelecek dönemlere yük yüklüyorlar. Gelecek dönem yükünü üzerine alan yeni iktidarlar ise bir şey yapabilmek adına uluslararası kuruluşların kontrolünde aynı döngüye giriyor. Siyasal ve ekonomik türbülanslarla ülkeler arasında modern, çağdaş bir sömürü mekanizması devam etmektedir. ABD finans endüstrisine hâkim, gerçek manada FED'in patronu olan iç içe geçmiş az sayıdaki

sermaye grubu Amerikan Hazinesini ve siyasetini kontrol etmektedir. 2008 küresel krizi sonrasında AB'nin Merkez Bankası gibi, IMF'nin de Dünya Merkez Bankası olması bunlar tarafından istenmektedir.

3.3. Medyanın Küreselleşmesi

3.3.1. Küreselleşme ve Medya İlişkisi

Küreselleşme, kimilerine göre ekonomik, siyasal ve kültürel olarak iç içe geçmişliği, birçok değerin bir potada eritilmesini ya da çok uluslu şirketlerin kullandığı propaganda kavramını, kimilerine göre dünyayı bütünüyle modernleştiren bir sözcüğü ya da farklılıkları ön plana çıkaran bir oluşumu ifade etmektedir. Kimilerine göre ise global olanın yerelleşmesi, yerelin globalleşmesi ile dünyanın küçülmesini sağlayan ve dünya bilincinin güçlenmesine gönderme yapan bir kavramdır (Robertson, 1999, s.21). Küreselleşmenin etkisiyle dünya tek bir mekâna dönüşerek küçülmektedir. Zaman ve mekânsal olarak birbirinden oldukça uzakta olan olaylar, yerel oluşumlar üzerinde etkide bulunmakta, toplumsal ilişkiler yoğunlaşmaktadır. İkinci Dünya Savaşının ardından devlet denetimi altında gelişen küreselleşme, yirminci yüzyılın son çeyreğinden itibaren iletişim teknolojilerinin gelişmesi, neoliberal anlayışla finans ve sermayenin çok uluslu öğelerle birlikte kimliksizleşmesi ve vatansız hale gelmesi olarak kendini göstermiştir (Tutal, 2006, s.27).

Küreselleşme sürecinin öne çıkan öğelerinden birisi de medyadır. Küreselleşme, ekonomik yapı içindeki tüm sektörleri etkilediği gibi medya sektörünü de etkilemiş ve medyada birtakım yapısal değişimlerin gerçekleşmesine neden olmuştur. Dünya genelinde medya sektöründe faaliyet gösteren işletmeler, küreselleşme sürecinde oluşan rekabet koşullarına uyum sağlayıp ayakta kalmak ve ölçek ekonomisinin etkilerinden yararlanmak için şirket birleşmelerine yönelmişlerdir. Medyanın bugün geldiği noktanın küreselleşmenin nedeni mi, sonucu mu olduğu tartışılmaktadır. İletişim teknolojilerindeki gelişme ile birlikte mi medyanın bu kadar etki alanına sahip olduğu, yoksa bu gelişmelerin sonucunda mı küreselleşmenin bu kadar yayıldığı sorgulanmaktadır. Medyanın bugünkü durumuyla, ister küreselleşmenin nedeni isterse sonucu olsun,

toplumun her kesimi üzerindeki etkisi tartışılmazdır. Küreselleşme şöyle tanımlanmaktadır (Uluç, 2008, s.172).

> "kitle iletişim araçlarının yaygınlaşmasına paralel olarak dünya toplumlarının ekonomik, politik ve kültürel düzeyde çok yönlü olarak içi içe girdiği ve dünyanın bir ucunda oluşmakta olan olayların, kararların, çalışmaların ve etkinliklerin, yöresel ve ulusal sınırlar ötesinde toplumları etkileyebilmesi"

Küreselleşme benzer şekilde, bir merkeze ve gözle görülür bir iktidar yapısına sahip olmaksızın, kendi kendini düzenleyen piyasanın dünyanın her köşesine yayılması olarak ta görülmektedir (Foster, 2005, s.171).

Küreselleşme olgusu açısından kitle iletişim araçlarının ne kadar önemli olduğu anlaşılmaktadır. Bu süreçle birlikte kitle iletişim araçlarının kullanıldığı alanlar genişlemiş, yeni araçların devreye girmesiyle yeni kullanım alanları yaratılmıştır. Küreselleşme çerçevesinde düşünüldüğünde, yeni iletişim olanaklarına, küreselleşen toplum yaşamının oluşturucu öğesi olarak yer verildiği görülmektedir. Bu açıdan bakıldığında bu araçlardaki gelişmenin dev boyutlarda olduğu, hatta kitle iletişim kurumlarının yazılı, işitsel, görsel basın olarak söz edilen evresinden, medya olarak adlandırılan yeni bir evreye geçildiği gözlenmektedir (Dirik, 2007, s.63).

Mal ve hizmetlerin, uluslararası sermaye akışının, sınır ötesi ticaretin giderek artması ve teknolojinin hızla ve büyük ölçüde yaygınlaşması sonucunda dünya ekonomilerinin giderek birbirine bağımlı hale gelmesi, ekonomik küreselleşme olarak görülmektedir (Shangouan, 2000). Bunun yanında, teknolojik gelişmelerle birlikte, İnsanların ve piyasaların eskiden daha hızlı, daha ucuz ve daha derin bir şekilde etkilenmesi ve bütünleşmesi olarak da tanımlanmaktadır (Friedman, 2000, s.18). Çok uluslu şirketlerin yarattığı finans, mal ve hizmet piyasaları ile ağlar arasındaki ilişkiler ekonomik küreselleşmenin en önemli göstergeleridir. Kapitalist dünya sistemi yüzyıllardır özü itibarıyla uluslararası olmakla birlikte, ticaretin ve yatırımın küreselleşmesi son bir kaç on yıldır büyük ölçüde artmıştır (Chase-Dunn, 2002, s.17).

Bilgi ve iletişim teknolojilerinde ve medya sahipliğinde yaşanan gelişmeler, yerel ve uluslararası birçok ekonomik parametrenin değişmesine yol açmıştır. Dolayısıyla bir bütün olarak medyanın küreselleşme süreci ekonomik küreselleşmeden bağımsız düşünülemez. Küresel pazarı yaratan unsur, birbirinden ayrılmış milli pazarlar değil, ekonomik rekabet için uygun bir ortam oluşturan enformasyon teknolojisidir (Chase-

Dunn, 2002,s.14). Küresel iletişim sistemleri bilgiyi çok uzun mesafeler arasında, hızlı ve ucuz bir şekilde ileten uydu ve kablo sistemleri içerirken, çok uluslu iletişim şirketleri de enformasyon ve iletişim ürünlerinin küresel ticaretini artırmaktadır (Thompson, 1995).

Medya sektöründe yaşanan bu gelişmeler, birçok diğer sektörde de yaşanmakla birlikte, medya ürünlerinin aynı zamanda siyasal, sosyal ve kültürel etkilere sahip birer ürün olması, sektörün kontrolünü elinde bulunduran medya şirketlerinin önemini artırmaktadır. Dahası, medya şirketlerinin birçoğu başka sektörlerde de yatırımları olan ya da başka sektörlerde faaliyet gösteren büyük sermaye gruplarının bir parçası durumundaki kuruluşlardır. Bu durum ise o kuruluşlara, izleyiciye yönelik mesajlarını kendi ekonomik büyümelerini yönetecek şekilde sunma imkânı vermektedir. Dolayısıyla küresel medyanın küresel şirketlerle ilişkisi, kuruluşların ihtiyaçlarını tamamlama ve destekleme işlevine dayanmaktadır (Herman & Mcchesney, 2004, s.10). Buna göre, küresel medya giderek bütünleşik bir nitelik kazanan küresel şirketler sisteminin genel yayılışının yalnızca bir parçasını oluşturmakta, merkezi bir ekonomik rol üstlenerek medya dışı şirketlere küresel alt yapı sağlamakta ve reklam desteği üzerinden bu şirketlerin yeni ulus, bölge ve pazarlara açılabilmesini kolaylaştırmaktadır. Diğer taraftan, küresel medyanın haber ve eğlence programları, mal pazarlamak için siyasi, ekonomik ve ahlaki bir zeminin ve kâr odaklı bir toplumsal düzenin sürdürülmesine yardımcı olacak bir enformasyon ve ideoloji ortamı sağlamaktadır. Kısaca küresel medya, küresel kapitalizmin zorunlu bir parçası ve onu tanımlayan özelliklerden biridir.

Yeni iletişim ve enformasyon teknolojilerindeki gelişmeler nedeniyle son otuz yılda hızlı değişim yaşanmıştır (Fox, 2002). Bugün medeniyetten uzak görünen en ilkel kabileler bile medya sayesinde dünyadan haberdar olabilmektedir. Ancak bazen de dünya üzerinde medyanın hiç ulaşmadığı yerler gözlenebilmektedir. Afrika'nın birçok bölgesinde, televizyon, radyo ve hatta gazetenin olmaması küreselleşmenin etkisini sorgulasa da, dünyanın geneline bakıldığında çok sınırlı örnekler olarak kalmaktadır. Sonuçta medya bütün insanlığı olmasa bile, çok büyük kitleleri ulaştığı anda etkileyebilmektedir. Bazı insanlar medyaya ulaşamazken, bazıları medyanın hayatın her alanına girmesinden bıkmış durumdadır. (Chomsky, 2016, s.19).

Medya etkisinden rahatsız olan ve aralarında Noam Chomsky'nin de bulunduğu bir grup, ticari medyanın bireylerin mahremiyet alanına girmemesi için medyanın

yeniden halk denetimine geçmesine çalışmaktadır. "İmmediast" [10] olarak adlandırılan bu grubun amacı küresel kültürün dağıtıcısı konumundaki medyanın halk kültürünün dağıtımını yapmasıdır. Çünkü medya bugün dünya üzerinde çok büyük bir güç konumundadır. Özellikle küreselleşmeyle birlikte medyanın da çok uluslu şirketler gibi güçlenerek "küresel medya haline gelmesi" bu tarz başkaldırılara neden olan etkenlerden birisidir. Bu yaklaşımının temel ilkeleri Chomsky'ye göre şunlardır (Chomsky, 1995b, s.19):

- Karşı ticari medyanın üretilmesi ve güçlendirilmesi
- Medya denetiminin temel kaynaklarını, dinamiklerini ve etkilerini belgelemek. Akıl denetimi, davranış değiştirme ve imaj yaratımı yöntemlerini teşhir etmek,
- Aldatıcı, bilgisizleştirici ve bilinçaltı medya etkisine karşı bağışıklık kazanmayı ve kurtulmayı güçlendiren araç ve yöntemleri açıkça tartışmak. Tüm iletişim medyasında çözmek, üretmek ve yayınlamak üzere kamunun medya okuryazarlığını artırmak.
- Kültürel anlatımlar, eğitim, şebeke çalışması ve direnişi yaratmak,
- Radyo ve televizyon yayınlarında kamu egemenliğini ilan etmek,
- Tüm kamu alanlarını, hükümet, şirket ve iş dünyasının mesajlarından kurtarmak,
- Tüm ticari yayın medyasının halka devri ve halk üretim kütüphanelerinin yaratılması,
- Demokratik halk kitle iletişim araçlarının ve medya ağının ortaya çıkışı".

Bunlar hayalî gibi görünse de en azından bazılarının hayata geçirilmesi medyanın olumsuz etkilerinin azaltılmasına neden olabilir. Özellikle kamuoyunun medya okuryazarlığını artırmak, kamunun medya tarafından istediği gibi yönlendirilmesini önleyecektir. Günümüzde teknolojinin gelişimine paralel olarak görselliğin ön plana çıkartılması yazılı basın açısından dezavantaj teşkil etmektedir. Hayatımızın her alanına giren medya belirli bir kitleyi magazin ağırlıklı bir görsellikle meşgul etmekte ve okumadan uzaklaştırmaktadır.

Küreselleşme sürecinde görsel medyanın sanal gerçeklik sunabilme özelliği televizyonun ön plana çıkmasıyla oluştu. Dijital teknolojinin iletişim araçlarına sunduğu sürat, zenginlik, çok boyutluluk, multimedya ve internet anımsandığında, televizyonun toplumların başat medyası haline getirilmesini öğütleyen Mcluhan'ın "global köyü" nün

[10]"immediast", medyanın devlet ve şirketler elinden alınarak halk denetimine geçmesini isteyen ve bunun için mücadele veren grubun adıdır (Chomsky, 1995b).

nicel altyapısı önemli ölçüde olanaklı görünmektedir (Mcluhan, 2015).[11] Bununla beraber dingin, mutlu, herkesin her şeyden birlikte haberdar olduğu ve eşit iktidar kullanabildiği varsayımını da içeren nostaljik bir yaşam biçimini çağrıştıran "köy" metaforunun bu boyutunu bulmada medya devreye girmektedir. Küreselleşme retoriğinin anlattıklarını kendi yaşam koşullarında bulamayacak olanlara bu pratiği sanal bir ortam olarak sunmak medyanın görevi olarak görülmektedir (Kaya, 2005). Bugünden bakıldığında McLuhan'ın "teknolojinin ağırlığının artarak insanın yaşantısını dönüştüreceği" öngörüsünün gerçekleştiğini ama bu durumun insanlığın eşitliğine ve özgürleşmesine yol açacağı öngörüsünün ne yazık ki gerçekleşmediği, hatta tersine eşitsizliğin daha da derinleştiğini söylemek mümkündür.

Bireyler de medyanın sundukları ile hayal dünyalarındakini örtüştürmeye çalışmaktadırlar. Medyanın küreselleşme ile birlikte izleyicilerini, dinleyicilerini ve okuyucularını da uyutmaya başlaması gazetecilik mesleğinin yara almasının önemli nedenlerinden biri olmuştur. Basından medyaya geçişle, Frankfurt Okulu'nun vurguladığı gibi bir endüstriye dönüşen medya kuruluşları küreselleşmenin ideolojisini yayan aygıtlardan birisi haline gelmiştir (Dirik, 2007, s.68).

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

Günümüzde medyanın haber iletimine bakıldığında, doğru bilgileri kamuoyuna aktarıp bilgilendirip aydınlatmak yerine, eğlendirmek daha ön plana çıkmıştır. Bu hem daha az riskli, hem de dikkatleri başka yöne çevirmede etkili olmuştur. Eğlencenin haber sunumlarında başat hale gelmesiyle, haber çarpıtma ve haber gizleme yöntemleri daha

[11] McLuhan'a göre, küresel köy yaşamında yazılı bir kültürü üretmeye çalışan okullar ortadan kalkacak, okulların yerini elektronik enformasyonla donatılmış evler, TV ile birlikte bu evin içinde tüm dünya bizim ailemiz olacaktır. Yazılı kültürün bir diktatörlük biçimi olduğu gerekçesiyle ortadan kalkan okullar, insanlığın özgürleşmesini sağlayacaktır. Böylece McLuhan teknolojik gelişimleri büyük bir iyimserlikle karşılamış ve elektronik medyayla birlikte, iletişim araçlarının dünyayı "küresel köye" dönüştüreceğini iddia etmiştir (Mcluhan, 2015)

fazla kullanılır hale gelmiştir. Ancak bireyler, medya tarafından bilgilendirilmek amacı ile verilen haberleri bile eğlenmek için izler duruma geldiklerinden, belli bir kesim için haberlerin çarpıtılması ve gizlenmesi de önemli bir sorun olarak görülmemektedir.

Medyanın küreselleşme sürecinde aldığı şekil itibariyle bugünkü durumu Frankfurt Okulu'nun söylemiyle örtüşmektedir. Frankfurt Okulu'nun en tanınmış kuramcılarından Horkheimer ve Adorno, medya için "kültür endüstrisi" tanımını yaparak (Adorno ve Horkheimer, 2010), kitle iletişim araçlarını insanların algılamalarını öldüren ve pasifize eden araçlar olarak görmektedirler. Frankfurt Okulu'nun kuramcılarına göre, medya popüler kültür için üretim yaptığından onun ürünleri yüksek kültür ürünü sayılamaz. Medyada kültürel üretimin standardı düşüktür, çünkü mesajı alanlar kendilerine sunulanları eleştirmeksizin sıkıntılarından uzaklaşmak için alırlar (Tılıç, 1998, s.50-52).

Küreselleşme ve medyanın bireyin hayatının her noktasına girmesiyle birlikte, medya karşısında bireylerin gerçekten edilgen hale getirildiği tartışılmaktadır. Bireyin önüne konulan konusunda seçici olup olmadığı, bilinç düzeyi, demokrasinin seviyesi ve medya düzeninde rekabetçi bir yapı olup olmadığıyla orantılıdır. Medya ürünlerini tüketenlerin, farklı sosyal ve siyasal yönelimlere sahip olmaları nedeniyle mesajları deşifre ediş biçimleri de farklı olmaktadır. Bu noktada toplumun kaçta kaçının mesajları doğru anlamlandırabileceği de ayrı bir tartışma konusudur.

Medya ürünlerini tüketenleri de "oltaya yakalanmış balık" olarak gören medya sahipleri, nasıl olsa tüketicilerin ellerinin altında olduğunu düşünüp onlara gerekli bilgilendirmeleri yapmamaktadırlar (Yılmaz, 2004). Medya yöneticilerine daha düzgün ve kaliteli yayın yapmaları gerektiği hatırlatıldığında, kendilerinin halkın isteği doğrultusunda yayın yaptıklarını bunun da ölçüsünün izlenme oranları olduğunu ifade etmektedirler. Bu durum, pozitivist – deneyci okulun ana tezi olan, pazar koşullarını kontrol olanağı olmadığı ve her durumda en sonunda tüketicinin dediğinin olduğu görüşüyle örtüşmektedir. Buna göre, eğer belli değerler ve dünya görüşleri popüler kitle iletişim araçlarında yoksa ya da zayıf temsil ediliyorsa, bu onlar için etkili bir talebin olmaması olarak görülmektedir (Alemdar ve Erdoğan, 1998, s.263).

Ekonomi politik, medyanın rolünün, medya sahiplerinin ve onları kontrol edenlerin çıkarlarını 'yanlış bilinç yaratmak yoluyla meşrulaştırmak' olduğunu varsayar.

Haber sunumlarında çıkarı olandan yana olunması, haberlerin bilinçli olarak çarpıtılarak verilmesi, haberde hakkaniyet kurallarına uyulmadığının en önemli göstergeleridir. Amerikan İletişim Yasası ve Federal İletişim Komisyonu, haberlerde hakkaniyet unsuru ile ilgili olarak gazetecileri, kamusal olarak önem taşıyan konularda karşıt tarafın görüşlerine yer vermeye zorlamıştır (Hackett, 1998, s.35). Bu nedenle muhalefet partilerinin görüşlerine de devlet medyasında yer verilmektedir.

Bütün bunlara rağmen küresel hegemonyanın etkilerini azaltacak, ona ahlaki bir elbise giydirme çabaları da devam etmektedir (Muzaffer, 2006). Bir başka deyişle küreselleşmenin negatif etkilerini azaltacak bir küresel ahlak oluşumu için çaba gösterenler de bulunmaktadır.

3.3.2. Küresel Medyanın Oluşum Şekilleri

Küreselleşen dünyada hızla değişen küresel pazar, şirketleri tek başına faaliyet göstermek yerine, stratejik ortaklık kurarak büyümenin oluşturacağı sinerjiden yararlanma yoluna gitmektedir. Küreselleşme ile birlikte artan rekabetle işletmelerin yaşam mücadeleleri gün geçtikçe zorlaşmaktadır. Böyle bir ortamda işletmelerin ayakta kalabilmesi, bazı kararları doğru biçimde ve doğru zamanda uygulamasına bağlıdır. Bu noktada ise stratejik yönetim becerisi ortaya çıkmaktadır. Bu beceriden kastedilen ise firmaların modern yönetim anlayışı içerisinde vizyonlarını geniş tutup iş dünyasının sürekli yenilenen kurallarına uyum sağlayarak ayakta kalmalarıdır. Bu durumda stratejik yönetim, bir organizasyonun amaçlarına ulaşabilmesi için etkili stratejiler geliştirmesini, bunların planlanmasını, uygulanmasını ve kontrolünü ifade eder (Aktan, 2008, s.6). Bir başka ifadeyle, yoğun bir rekabet yaşayan şirketlerin rekabet için ne tür stratejiler izlemeleri gerektiğini inceleyen bir araştırma alanıdır.

İşletmeler, tüm bu sıralanan nedenlerle zaman içinde çeşitli ortaklıklar kurmak ve stratejik işbirliği yapmak zorunluluğunu hissederek ve riskleri paylaşarak büyüme yolunu seçmektedirler. Öncelikle işletme içi büyümeyi tercih etmekteler ancak daha sonra işletme dışı büyüme stratejilerinden yararlanma yoluna gitmektedirler (Okka, 2010, s.234). Bir başka deyişle, iki veya daha fazla sayıda bağımsız işletmenin, eski kimlik ve tüzel kişiliklerini sona erdirerek, sahip oldukları tüm varlıklarını ve yeteneklerini birleştirmek suretiyle, yeni bir isim altında bağımsız yeni bir işletme olarak faaliyet göstermesi şirket birleşmesi olarak tanımlanır (Ülgen ve Mirze, 2004, s.311).

Birleşmeler bir şirketin diğer bir şirketi devralması ya da yeni bir şirketin kurulması yoluyla gerçekleşmektedir. Kısaca birleşme iki şirketin mülkiyet ve kontrolünün transfer hareketidir. Genellikle birleşme ve satın alma tek bir terimle ifade edilse de birbirlerinden farklıdır. Birleşmeler yeni bir şirketin doğmasına neden olurken, satın almalarda yeni bir şirket ortaya çıkmamaktadır. Birleşmelerde alıcı ya da alınan taraf yoktur, birleşen taraf vardır. Birleşmeyle kurulan yeni şirket, birleşen iki tarafın ortak yönetimine tabidir. Şirketler genel olarak üç farklı şekilde birleşmektedirler:

1-Yatay birleşmeler: Birleşmeyi arzulayan şirket yönetiminin, aynı iş kolunda faaliyet gösteren bir firma ile birleşmesine yatay birleşme denir (Sarıkamış, 2003, s.42). Bu tür birleşmenin pazardaki rakip sayısını azaltabilmesi nedeniyle pazarın yapısına direkt etkisi bulunmaktadır. Yatay birleşmeler yolu ile pazarda hâkim durum yaratmak ya da var olan hâkim durumu daha da güçlendirerek tekelleşme durumu olabilmektedir (Akgüç, 1985, s.807). Ancak yatay birleşmelerin her zaman rekabeti bozucu etkisi yoktur. Bazen çok küçük etkin olmayan firmalar birleşerek pazardaki büyük rakiplere karşı daha etkin rekabeti başlatabilmektedirler. İngiliz basın piyasasında Rubert Murdoch'un Sun, Times, News of The World ve Sunday Times ile faaliyet yürütmesi, bunun yanı sıra Doğan (Demirören) Medya Grubunun birkaç gazetesinin bulunması bu birleşmelere örnek olarak verilebilir.

2-Dikey birleşmeler: Bir ürün ya da hizmetin üretim sürecinde farklı aşamalarda yer alan şirketler arasındaki birleşmeler, dikey birleşme ya da entegrasyon olarak adlandırılmaktadır. Ham maddeden ürünün pazarlanmasına kadarki süreçlerin birleşmesi, pazara giriş engeli yaratarak rekabeti kısıtlarlar. Dikey birleşmede işletme ya geriye doğru kendisine girdi sunan firmalarla birleşerek malzeme tedariki ve depolamada maliyet avantajları yakalamakta; ya da ileriye doğru birleşmeyle pazarlama faaliyetlerindeki etkinliğini artırmaktadır. Böylece dağıtım kanallarının kontrolüne sahip olarak pazarlamada tasarruf sağlama olanaklarına kavuşmaktadır (Sarıkamış, 2003, s.43). ABD'de Paramount Pictures Şirketi, film üretimi, dağıtımı ve gösterimi aşamalarındaki kurduğu egemenlikle ülkedeki film endüstrisinin üçte ikisini elinde tuttuğundan buna örnek gösterilebilir (Pazarbaşı, 2007, s.178). Gazetenin yanında dağıtıma da sahip olmak dikey birleşmenin örneğidir.

3-Karma (çapraz) birleşmeler: Aynı ürün ya da hizmet pazarını paylaşmayan üretim zinciri açısından aralarında bir ilişki olmayan işletmeler arası birleşmelerdir. Adından da anlaşılacağı üzere bir işletme farklı faaliyet kolundaki başka bir işletme ile birleşirse çapraz birleşme gerçekleşmiş olur. Yatay ve dikey birleşme bir iş genişletmesi şeklinde gerçekleşirken, çapraz birleşme iş zenginleştirmesi şeklinde olur. Çapraz birleşmede üretim ve pazarlama yöntemleri farklı olduğundan yönetim becerisi daha fazla önem taşır. Bu birleşmeler yatay ve dikey birleşmelere göre daha az rekabeti etkileyici görülmektedirler (Yılmaz-1992'den aktaran Ulutaş, 2007). Diğer taraftan çapraz medya sahipliğinde, bir kişi veya grup, hem gazete hem de televizyon istasyonuna aynı anda sahip olur. Araçlar arası bütünleşme olarak da tanımlanan bu türde, değişik alanlarda etkinlik gösteren medyaların aynı grubun denetimi altında girmesi söz konusudur. Çapraz medya mülkiyetinin egemen olmasıyla birlikte, günümüzde haber üretim sürecini medya sahibinin somut çıkarları belirlemeye başlamıştır (Paşalı, 1995, s.67).

Bunlardan başka coğrafi birleşmelerden de söz edilmektedir. Bu birleşmeler, AOL-Time Warner örneğindeki gibi ülke sınırları dışında yatay-dikey ya da karma şekillerde uluslararası boyutta faaliyet göstermeyi amaçlayan birleşmelerdir. (Pekman, 2005). Diğer sektörlerdeki gibi medya piyasasında da dev şirketler, rekabet gücü kazanma adına satın alma ya da birleşmelerle başka kuruluşları yutmaktadırlar. Şirketlerin işletme büyüklüğü ya da üretim ölçeğindeki artış nedeniyle kendi içlerinde sağladıkları etkiler olarak tanımlanan "ölçek ekonomisi" etkisinden yararlanmak adına gerçekleştirilen birleşmelerin bir kısmı başarılı olurken, bir kısmı da başarısız olmaktadır (Sözeri, 2009, s.11-21).

Şirketleri birleşmeye yönelten nedenler; yeni pazarlara girme, marka gücü ve ününü sağlamak, yönetimin iyileştirilmesi, mal ve hizmet üretiminde çeşitlendirme, yeni teknolojilere sahip olma, pazar payını korumak/artırmak, riskleri paylaşmak, sinerjiden yararlanmak, vergi avantajları sağlamak, maliyetlerin azaltılması, rekabet gücünün artması, finansal yeniliklerden yararlanmak, teknik bilgi akışının hızlandırılması, sermayeyi güçlendirmek, ölçek ekonomisi etkisinden yararlanmak şeklinde sıralanabilmektedir (Müftüoğlu, 1989, s.534). Şirket birleşmesinin başarısının ölçülmesinde; verimlilik, şirketin hisse değerindeki artış, ürün kalitesi, kârlılık, pazar payı, yatırılan sermayenin getirisi kıstas olarak kullanılabilir.

Birleşmelerin olumlu sonuçları olduğu gibi bazen olumsuz sonuçları da ortaya çıkmaktadır. “Kültür çatışmaları”, entegrasyonu zorlaştırması nedeniyle birleşme sonrası görülen en yaygın olumsuz etkidir. Diğer olumsuz etki, yoğunlaşma sonucunda piyasada ortaya çıkan büyük oyuncular piyasayı girişe kapatabilmekte veya piyasadaki zayıf oyuncuları piyasa dışına çıkarabilmektedirler. Bu durum, tekel ve oligopol yapıları kuvvetlendirdiğinden çoğulculuk ve ifade özgürlüğünün zarar görmesine, dolayısıyla medya sahipleri kamuoyunu etkileme ve yönlendirmede daha çok etkili olmaktadır (Demirbilek, 2011, s.37). Bir diğer olumsuz etki ise maliyet azaltımı için çalışanların işten çıkarılışlarının artıyor olmasıdır.

Medya sahipliğindeki birleşme ve yoğunlaşma sonucunda, bugün küresel medya sistemi Time Warner, A.T.&T, Disney, Bertelsman, Viacom, Tele-Communications INC, News Corporation, Sony, Seagram, General Electric ve Philips gibi az sayıda şirketin egemenliğindedir. Bu durum ise küresel pazarda yalnızca büyük ölçekli ve bütünleşik medya sektörünün birçok kolunu birleştiren medya devlerinin etkili bir şekilde faaliyet gösterebilmesi anlamına gelmektedir. Kendi medya ürünlerinin üretimi, dağıtımı ve satışını kendileri gerçekleştiren bu şirketler küresel düzeyde faaliyet gösteren ulus-ötesi şirketler olmakla birlikte, ABD, Avustralya, Japonya veya Batı Avrupa gibi "çekirdek" ülkeleri merkez almaktadır (Devereux, 2007; Hamelink, 2002; Matos, 2012’dan Aktaran Varol, 2017).

2000 yılında Watson Wyatt Worldwide tarafından yapılan birleşme ve satın almalar araştırmasının sonuçları, şirketlerin birleşmesinin altında yatan nedenleri göstermesi bakımımdan oldukça önemlidir. Bu araştırmaya göre, şirketlerin yüzde 65'i rekabet edilebilir bir iş ölçeği yakalamak, yüzde 61'i pazar payını artırmak, yüzde 60'ı üretim sinerjisi oluşturmak, yüzde 52'si ise yeni pazarlara girebilmek için birleşme yoluna gittiklerini ifade etmişlerdir (Kandemir, 2003, s.137-144).

Şirket birleşmeleriyle ilgili olarak “dostane” ve “düşmanca” şirket birleşmesi şeklinde ayrım yapılabilmektedir. Düşmanca şirket birleşmesinde, satın alan şirket diğer şirketin yönetim kurulunun muhalefetine rağmen hisselerin çoğunu toplar ve satın alan şirket yok olur. Dostça birleşmede ise iki şirketin yönetim kurullarının kararı ve ortakların onayıyla birleşmeyle doğan yeni şirketin yapısında her iki eski şirketin yönetiminin de ağırlığı bulunmaktadır (Tabb, 2001, s.52).

Küresel medya sektöründe, daha çok birleşme şeklindeki oluşumlar göze çarpmaktadır. Dünya genelinde medya endüstrisinde büyük ses getiren birleşmelere Time Warner-AOL birleşmesi örnek gösterilmektedir. Medya-teknoloji birleşmesine örnek olarak gösterilen bu birleşmeyle, CNN, Netscape, Warner Bros ve Time Magazine gibi güçlü markalar tek bir çatı altında toplanmıştır. Dünyanın en büyük internet sağlayıcısı Amerikan Online (AOL), büyük medya kuruluşu Time Warner birleşmesinde yeni şirketin piyasa değeri 350 Milyar Dolar olmakla birlikte, portföyünde de 100 milyon abonesi bulunmaktadır. Bu da demektir ki, bu sayıda abone, aynı kaynaktan aynı haberi okuyacak ve istenen yönde tutum ve davranış sergileyecektir (Demiray, 2000). Bu nokta, demokrasinin geleceği açısından üzerinde düşünülmeyi gerektirmektedir.

Türkiye'de daha çok, medyada birleşme veya satın almalar konusunda sermayenin yabancı olup olmaması üzerinde durulmaktadır. Ancak burada asıl üzerinde durulması gereken nokta, sermayenin mülkiyeti değil, ortaya çıkaracağı etkilerdir. Ekonomik açıdan neredeyse Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerin bütçelerine denk bütçelere ulaşan küresel medya şirketleri, siyaseti yönlendiren, hükümetleri ve politikaları belirleyen aktörler haline gelmektedirler. Demokrasi açısından tehlikeli olan şey bu gelişmedir. Somut bir örnek gerekirse, İtalyan medya imparatoru Silvio Berlusconi, elindeki televizyonların gücüne güvenerek önce bir parti kurmuş ve ilk seçimleri kazanarak başbakan olmayı başarmıştır (Irvan, 2000).

Türkiye'de de benzer örnek asıl ekonomik gücünü iletişim teknolojileri ve enerji sektöründeki yatırımlarından alan Uzan Grubu tarafından denenmiştir. Grubun yöneticilerinden Cem Uzan, sahip olduğu medya gücüne yaslanarak, tıpkı Berlusconi'nin medya gücü aracılığıyla İtalya'da yaptığı gibi kurmuş olduğu Genç Parti ile iktidara gelmeyi hedeflemiştir. Hatta Uzan, Berlusconi örneğini neredeyse "tıpatıp" takip ederek aynen onun dünyaca ünlü Milan futbol kulübü başkanı olması gibi önce İstanbulspor'u satın almış, ardından daha büyük kitlelerin peşinden koştuğu Galatasaray'ın başına geçmeye çalışmıştır. Berlusconi gibi futboldan siyasete sıçrama stratejisi sportif anlamda etkisiz kalmış ancak medya sahipliğinin itici gücüyle rotasını çizmiştir. Daha önceleri belirli grupların bazı siyasi partileri desteklediği yönünde yapılan eleştiriler, bu kez bir medya grubunun bir siyasi partiye bağlanması ile farklı bir boyuta taşınmıştır. Parti propagandasına seçim sürecinde sahip olduğu medya organlarında abartılı biçimde yer verilmiş, hatta bu süreçte iletişim direktörlüğünü yapan reklamcı Ali Taran'a, Hitler'in

propagandadan sorumlu elemanı Gobels benzetmesi yapılmıştır. Bu da medya gücünün sahiplerine neredeyse olağanüstü bir güç verdiği tezinin bir örneğidir. Her ne kadar daha sonraki dönemde banka yolsuzluğu nedeniyle medyası dâhil bütün varlıklarını kaybetse de, medya gücüyle yaklaşık yüzde sekiz oy alması oldukça düşündürücüdür. Vatandaşlara ona neden oy verdikleri sorulduğunda, çok zengin olması nedeniyle yolsuzluk yapma ihtiyacının olmayacağı ve halka daha fazla yardım edeceği şeklinde ilginç cevaplar alınabilmiştir.

3.3.3. Küresel Medyanın Gelişimi

Küreselleşme ile birlikte gelişen iletişim teknolojileri, kitle iletişim araçlarında müthiş bir artışa neden olmuştur. Bu patlama ile birlikte medya bir takım yapısal değişikliklere uğramıştır. Küreselleşme sürecinin en önemli aktörlerinden birisi olan medya, gerek şirket evlilikleri, gerekse yatay, dikey ve çapraz birleşmeler yoluyla küresel ya da ulus aşırı medya devleri olarak anılmaya başlanmıştır. Hegemonya sürecinde sistemin işleyebilmesi için medyaya ihtiyaç duyulduğu anlaşılmaktadır. Neoliberalizmin felsefesinin özelleştirmeye önem veren, kamu harcamalarını kısan, sendikaların gücünü azaltan ve bireyciliği ön plana çıkartan bir sistem olduğu düşünüldüğünde, neden küreselleşmenin ideolojisi olarak adlandırıldığı daha rahat anlaşılacaktır. Neoliberalizmin temel amacı, maliyetin en az, kârın en yüksek olduğu yerel pazarları arayıp bulmaktır ki, bu durum özellikle medya işletmelerindeki yapısal dönüşümün nedenleri ile de örtüşmektedir. Deregülasyon (serbestleşme) uygulamaları ve özelleştirme çalışmaları sonucunda medya piyasasında devlet tekellerinin yerini özel tekellerin aldığı ve kültür ürünlerini elinde tutan medya sisteminin, kitle kültürünün küreselleşmesine katkı sağladığı görülmektedir.

Bu yeni serbestleşme düzeninde, medya başka stratejik görevler de üstlenmiştir. Bu düzende askeri alanda küresel denetimi sağlayacak ve küresel para piyasalarının düzgün işlemesini gerçekleştirebilecek aynı türden bir iletişim ağına ihtiyaç vardır. Bu iletişim ağının varlığını sağlayan teknoloji, gelişmiş bir uydu sistemidir. Sistemin oluşturulmasının maliyetinin yüksek olması nedeniyle, bunun finansmanı kitlesel tüketime açılarak sağlanmıştır. Kitleleri uydu ile haberleşmenin tüketicisi haline getirebilmenin yolu da, başta telekomünikasyon olmak üzere radyo ve televizyon alanlarında özelleştirmenin gerçekleştirilmesi gerekmiştir. Bu durum, 1980'lerde başta

Avrupa olmak üzere tüm dünyada, radyo ve televizyonun yapısını değiştiren oluşumun nedeni olmuştur (Kaya, 2005)

Serbestleşme ve özelleştirme uygulamalarının bir sonucu olarak, radyo ve televizyon alanında kamusal tekellerin kaldırılması, kamu hizmeti yayıncılığının ticari medya ile rekabet edemez duruma gelerek krize girmesine neden olmuştur. Bu gelişmeler küresel medyanın oluşumuna zemin hazırlarken, kamu hizmeti yayıncılarını da yeni yapılanmaya gitmeye zorlamıştır. Öyle ki bu durumda kamu hizmeti yayıncıları çözümü ya tamamen ticarileşmekte ya da ticari bir medya şirketi ile ortaklık kurmakta bulmuşlardır. Bu duruma örnek olarak ABD'deki PBS medya şirketinin ticarileşmesi ve ABC ile BBC kanallarının küreselleşmesi örnek olarak gösterilebilir (Herman & Mcchesney'den aktaran Alankuş, 2003).

Medya sektörünün yapısının değişmesinde, serbestleşmenin yanında teknolojideki gelişim, sermaye sahiplerinin basın sektörüne girmesi ile hükümet politikalarının etkili olduğu söylenmektedir. Ancak bu değişimleri başlatan temel noktanın serbestleşme uygulamaları olduğu ifade edilmektedir (Erdoğan, 1999, s.59). "Serbestleşme" egemen ideolojiye göre yasal düzenlemeye son verme anlamında kullanılmakla birlikte, yasal düzenlemesizlik anlamına gelmemektedir. Bu kavram ile anlatılmak istenen, medya pazarının işleyişinde ve bu pazara girişlerde devletin yasalarla kısıtlamasına son verilmesidir. Aslında bu uygulamalarla pazarın hiçbir yasal düzenlemeye tabi olmadan ve eski koruyucu önlemlerin kaldırılarak faaliyet gösterilmesi hedeflenmekle birlikte, getirilen yeni uygulamaların da bir düzenleme olduğu anlaşılmaktadır.

Serbestleşme ve özelleştirme uygulamalarından önce, medya pazarında kamu hizmeti yayıncılığı modeline göre faaliyet gösterilmekteydi. Bu modelin en bilinen örnekleri BBC, RAI ve ülkemizdeki TRT yayıncılığıdır. Bu yayıncılığın temel amacı kâr elde etmekten çok, mümkün olan en fazla sayıda kişiye ölçülü haber ve bilgi sunmaktır. Ancak ticari ve küresel medyanın da eleştirilen ve övülen yönleri olduğu gibi, kamu hizmeti yayıncılığının da olumlu ve olumsuz yanlarından söz edilmektedir. Tahmin edilebilir belli gelir kaynaklarının olması, yüksek seyirci menzili ve profili, çeşitlendirilmiş program yapma imkânlarının bulunması, modelin olumlu yanlarını ortaya çıkarırken; kısıtlı çalışma özgürlüğü, program hazırlamadaki yükümlülüğün çok yönlü

olması, maliyet yapısının esnek olmayışı, siyasi etkiye açık olması ise modelin olumsuz yanları olarak görülebilir (Işık, 2007, s.83). Bu nedenler ve küreselleşmenin etkisiyle 1980'lerde, yeni medya ortamının temelleri atılmaya başlanmıştır. 2000'li yıllara gelindiğinde ise medya pazarı dev medya şirketlerinden oluşan bütünleşmiş bir pazar görünümündedir. Ayrıca başlangıçta sermayenin küresel akışkanlığı için gerek duyulan ideolojik ortama katkıda bulunan ticari medyanın, günümüzde bizzat bu akışkanlığın aracı haline gelmesi oldukça ilginçtir.

Günümüzde gelinen noktada küresel medya, fikir üretiminin, bilgi dağıtımının, diğer bir ifadeyle egemen ideolojinin yeniden üretiminin küresel düzeyde düzenlenmesi ve denetlenmesi anlamına gelmektedir. Öyle ki, Time Warner'ın üst düzey bir yetkilisi, küresel medyanın hızla 21'inci yüzyılın sanayisi haline geldiğini, bu sanayinin belki de hükümetlerden bile güçlü olacağını söylemektedir (Yıldızoğlu, 2000). Bugün gelinen noktada, medya bu ifadeyi haklı çıkarmaktadır. Küreselleşmenin etkilerinin yoğun olarak hissedilmediği dönemlerde medya firmalarının büyük bir çoğunluğu, belirli bir alanda faaliyet göstermekteydiler. Örneğin; Walt Disney karton film yapımı, Time basın yayın, Viacom ise kablolu yayın alanında faaliyette bulunmaktaydı. Küreselleşme ile birlikte dünya genelinde yayıncılığın özelleşmesi, uydu, kablo ve internet gibi yeni iletişim teknolojilerinin kullanılmaya başlanması medya pazarının da yapısını değiştirmiştir. Medya pazarı artık dev firmaların egemen olduğu, büyüme ve kâr dürtülerinin olduğu bir pazar haline gelmiştir (Pekman-2002- aktaran Kaypakoğlu, 2002). Özellikle Batı Avrupa iletişim sektöründe yaşanan teknik gelişmeler şu temel değişimleri ortaya çıkarmıştır:

- "Kanalların artmasıyla yayıncılıkta yeni bir tüketici tercihi devri,
- Yeni ticari katılımcıların geleneksel kamu hizmeti yayıncılığına katılmasıyla izleyici ve reklam gelirleri konusundaki rekabetin artması,
- Yayıncılıkta reklamcılık, gazetecilik ve elektronik sektörler arasındaki sınırların sürekli bir şekilde aşınması sonucunda yayın politikası bağımsızlığının kaybedilmesi,
- Ulusal, kültürel ve ekonomik bağımsızlığın yeni ulus aşırı multimedya holding ve şebekeleri tarafından tehdit edilmesi." (Işık, 2007, s.84).

Küreselleşme sürecinde toplumlar arasında oluşan ekonomik, sosyal ve kültürel hareketliliğin akışını, medya kanallarıyla gerçekleştirilen küresel iletişim oluşturmaktadır. Küresel iletişimin sonucunda oluşan kültürel akışkanlık, hemen hemen tüm dünyada aynı dinamiklerden etkilenmektedir. Küresel iletişim, altı alt bölüm içinde incelenebilir (Barett-2001- aktaran Önür, 2001):

"1-Uluslararası haber akışı (Reuters, CNN vb.)
2-Eğitim ve eğlence materyalleri akışı (Müzik, film, video, sinema, kitap vb.)
3-Reklam mesajlarının akışı (Çok uluslu reklam şirketleri aracılığıyla)
4-Verilerin akışı (İnternet vb.)
5-Sesli mesajların akışı (Telekomünikasyon servisleri)
6-Metinsel mesajların akışı (Fax, mail, ,vb.)"

Küresel iletişim yoluyla gönderilen bu mesajlar dünya üzerindeki ülkeler arasında kültürlerarası etkileşimi artırmaktadır. Kültürün akışkanlığında en çok tartışılan nokta belirli kültürlerin, belirli sembollerin tek bir merkezden gönderilip dünya çapında yaygınlık göstermesi ve bu durumda özellikle gelişmiş ülkelerden az gelişmiş ülkelere doğru tek yönlü bir akış olmasıdır. Bu nedenle de, iletişim teknolojilerini elinde bulunduramayan az gelişmiş ülkelerin kültürlerinin dünya çapında yaygınlık göstermesi hayalden öteye geçememektedir.

Küreselleşme ile birlikte özellikle Amerikan tarzı medya egemen bir tarz oluşturmuştur. Bu egemen tarzın söylemi de, kitle iletişim araçları aracılığıyla birbirine benzeyen tek boyutlu insanlardan oluşan kitleleri meydana getirmiştir. Kültür endüstrisinin ürünü olan bu kitle kültürü izleyici kitlesine satılan mal gibidir (Alemdar ve Erdoğan, 1994, s.124).

Sermaye sahiplerinin elinde olan medya, haberi ve bilgiyi kontrol ederek verdiğinden, küreselleşme sürecinde medyanın sistemin yeniden üretiminde başat roller üstlendiği vurgulanmaktadır (Arhan, 1998, s.30-31). Kültür endüstrisi de olarak adlandırılan medyanın en önemli amacı, tıpkı diğer endüstrilerde olduğu gibi üretilen malı pazarlamak ve kârı maksimize etmektir. Bu süreçte her şeyin sıradanlaşıp özellikle dev medya tekellerinin paket halinde üzerinde damgasıyla pazara sunulduğu gözlenmektedir. Bu açıdan bakıldığında bir zihin yönlendirme aracı olarak medyanın kitleleri manipüle edip yönlendirebilen dev bir güç olduğunu gözden kaçırmamak gerekmektedir. Öyle ki bu güç, rekabetin kızıştığı piyasada reklam pazarından daha fazla pay kapmak, en çok izlenen kanal olmak ve en fazla okunan gazete olmak çabaları ile kültürel yozlaşmaya hizmet emekte ve egemen ideolojinin pervasızca yayılmasına hizmet ederek kitleleri cahilleştirmektedir.

Küreselleşmenin teknik altyapısını oluşturan medyanın aynı zamanda liberalizmin küresel çapta "rıza üreticisi" durumuna gelmesi, yayınlardaki kaliteyi düşürmesinin

yanında kamusal bilinç, yurttaşlık hakları, özgürlük, emek sorunları gibi değer yargılarına karşı mücadele ettiği de gözlenmektedir (Girgin, 2000, s.135).

Medya, sistemin devamlılığı açısından kilit konumda bulunduğundan, insanların onsuz olmadan bilgi edinemeyecekleri anlaşılmaktadır. Bu durum, medya aracılığıyla öğrendiğimiz tüm olaylar ve yapıların bize ikinci el bir gerçeklik oluşturduğu ve bu gerçekliğin de bilinçli ya da bilinçsiz olarak saptırılabileceği gerçeğinden hareketle, bilgi ve haberin kalitesinin sorgulanmasını gerektirmektedir (Kaypakoğlu, 1999, s.204).

3.3.3.1. Küresel Medyanın Yapılanması

Küreselleşme sürecinde yaşanan değişimle birlikte ulusal ekonomilerin yerini küresel ekonomi alırken, ulusal şirketlerin yerini ise şirket evlilikleri vb. birleşmeler yoluyla küresel şirketler almaktadır. Bu süreçte küresel şirketler, yeni tüketici pazarları oluşturarak üretimden dağıtıma kadar birçok aşamada etkin hale gelmektedir. Küreselleşme sürecinin, medya sektörü açısından bakıldığında da çok farklı işlemediği görülmektedir. 1980'li yıllarda esmeye başlayan ve 1990'lı yıllarda maksimum seviyeye ulaşan küreselleşme dalgası, medya endüstrisini de yenidünya düzenine başarıyla uydurmuştur.

1983 yılında Amerikan kamuoyunu elinde tutan elli kitlesel medya şirketinin yöneticileri mütevazı bir otelin balo salonunu doldurabiliyordu. 2003'e gelindiğinde genişçe bir telefon kulübesine sığabilecek beş tanesi, yirmi yıl önce elli şirket tarafından yönetilen tüm medya kuruluşlarını kontrol ediyordu. Time Warner, Disney, News Corporation, Viacom ve Bertelsman'dan oluşan bu beşli, medyada edindikleri bu gücü politik güce dönüştürmüşlerdir (Bagdikian, 2016, s.31-33). Siyasi liderler ve partiler haber medyasının politikacıların seçmene yansıtılma şeklini kontrol ettiklerini bilirler. İhtiyatlı politikacılar, bütün büyük şirketlerin isteklerine dikkatle yaklaşırlar, ancak en güçlü medya şirketlerine neredeyse yüceltmeye varan bir saygı göstermektedirler. Bu durum bu büyük medya şirketlerine, yasaları göz ardı edecek medyadan aslan payını almalarını sağlayan yasalar yapma fırsatı tanımıştır. Bunlar tarihteki herhangi bir despotun ya da diktatörün elinde bulundurduğundan daha fazla iletişim gücüne sahiptir. Tarihte hiçbir imparator, toplumun tamamına nüfuz edebilen görüntülü ve sesli iletişim aracına bunlar gibi sahip olmamıştır. Medya devleri tekel haline gelmiş tek endüstri değillerdir; imalat yapmazlar ancak onları benzersiz yapan sosyal ve politik bir dünya

yaratabilmeleridir. Washington'un en güçlü lobilerinden biri olan Ulusal Yayın Birliği'nde birlikte hareket ederek tüketiciler üzerinde etki edecek kanunların çıkarılmasında başat rol oynarlar.

Dünyadaki medya endüstrisinin durumuna baktığımızda, küreselleşen ekonomi arenasının küçük ya da tek kalana yaşama fırsatı vermeyeceği endişesi şirketleri birleşmeye ya da devralmaya teşvik etmektedir. Tabi ki bu durumun sadece medya endüstrisi için geçerli olmadığı, tüm sektörlerde böyle bir eğilimin var olduğu da unutulmamalıdır. Örneğin, Thomson Financial Securities Data şirketinin dünya üzerinde gerçekleşen birleşme ve devralmalar hacminin trilyon dolarla ifade edildiği vurgulanmakta ve birleşmelerin her geçen gün arttığı kaydedilmektedir. Smith Kline Beecham ile Galaxo Wellcome birleşmeleri, Vodafone'un Mannesman'ı yutması, medya alanında ise Time Warner ile Amerikan Online birleşmesi akıllarda kalan büyük çaplı birleşmelerden yalnızca birkaçıdır (Dirik, 2007, s.84).

Medya sektöründeki dijitalleşmeyle birlikte ayrı ayrı konumlanmış olan endüstriler birleşerek pazarı genişletmişlerdir. Farklı medya alanlarının önceden bağlı olduğu teknolojiler giderek birbirine nüfuz etmeye başlayınca yayıncılık, telekomünikasyon şirketleri ve bilgisayar firmaları arasındaki birleşmelerin yoğunlaştığı gözlemlenmektedir. Bayilikler oluşturarak ya da yerel firmaları satın alma yoluyla ayakta kalan şirketlerin ulus ötesi güçleri artmaya başlayınca "kamu yararı" ilkesinin yerini "pazarda rekabet" yaklaşımının aldığı görülmektedir (Collins & Murroni'den aktaran Akdemir, 2000, s.118).

Enformasyonun dijitalleşmesi sonucu bilgisayar, telekomünikasyon ve medya şirketleri ile yayıncılar arasında ortaya çıkan birleşmeler, hem ulusal hem de uluslararası ölçekte büyük medya-eğlence-enformasyon şirketlerinin oluşumunu hızlandırmıştır. (Held, Mcgrew, Goldblatt & Perreton, 1999, s.18).

Medya sektöründe, şirketlerin birkaç güçlü grubun eline geçmesi; azınlık, muhalif ve alternatif görüşlerin temsil edilmesini güçleştirdiği vurgulanmaktadır. Ayrıca merkezileşen ve küreselleşen ticari medya, konservatif bir politik güç uygulamaktadır (Atabey, 2003, s.123). Küresel medya kuruluşlarının oluşumunda ya bir medya işletmesi başka bir ülkeye yatırım yapmakta ya da farklı iki ülkenin işletmeleri birleşerek, satın alarak veya ortaklık kurarak uluslararası yapıya kavuşmaktadır. Sylvio Berlusconi,

Rupert Murdoch, Warner Kardeşler, Henry Luce gibi medya devleri, uluslararası medya endüstrisinin önemli sermaye sahipleri arasında yer almaktadırlar.

Küreselleşme ile birlikte kitle iletişim araçlarında da genişleme olmuştur. Gazete, radyo ve televizyon dışında internet, sinema ve benzeri kitle iletişim araçlarıyla daha geniş kitlelere ulaşma olanağı sağlanmaktadır. Bunu yaparken de sermaye sahipleri, bir yandan iletişim araçlarının yelpazesini genişletmekte, diğer yandan da uzmanlaşmaya önem vermektedirler. Eskiden sadece televizyon yayıncılığı yapan bir işletme, farklı alanlarda program türleriyle kitlelere ulaşırken, artık sadece uzmanlık isteyen kanallar kurmaktadır. Haber, eğlence, müzik, film kanalları buna örnek olarak gösterilebilir. Aynı durum, yazılı basın işletmeleri için de geçerlidir. Sermaye sahibi aynı olan birçok dergi ve gazete bulunmaktadır. Örnek olarak Demirören Grubu ve Turkuaz Grubu içinde, farklı ilgi alanlarına hitap eden, hatta bir kısmı da yabancı ortaklı olan birçok dergi bulunmaktadır. Kadın, erkek, dekorasyon, müzik dergileri bunlardan birkaçıdır. Bu uzmanlaşmalardaki temel amaç tüketici yani okuyucu, izleyici, dinleyici kaçmasın pastadan daha fazla pay alalım anlayışıdır. Uzmanlaşılan yayınlardaki tüketici kitlesi, reklamlar yoluyla yakalanmaya çalışılmaktadır. Bazen bu uzmanlaşmalarla, Time Warner-AOL birleşmesinde olduğu gibi medya işletmesi ve teknoloji bir araya getirilerek sinerji yaratılmaktadır. Medya sektöründeki birleşmelerle birlikte kurulan yeni şirketlerin hem faaliyet alanları genişleyerek yeni pazar kapasiteleri artmakta, hem de mali yapıları değişmektedir. Daha önceleri medya işletmelerinin mülkiyetleri farklı kişilerin elindeyken, son dönemlerde tek kişinin sahipliği göze çarpmaktadır. Bu durum, kâr olanaklarını arttırırken işletme maliyetlerini azaltmaktadır. Özellikle mevcut işgücü ile birden fazla iletişim kanalının işletilmesi maliyetleri aşağı çekmektedir.

Küresel medya, tabii ki sadece gazeteler ve televizyonlardan oluşmamaktadır. Sinema da küresel medyanın önemli bir ayağını oluşturmaktadır. Özellikle Hollywood'da yer alan tekeller dünya film piyasasını ellerinde tutmaktadır. Bu tekellerden birisi olan Motion Picture Assosociation, dokuz film şirketini çatısı altında tutmaktadır (Pearson, 2003). Bu şirketin başkanı 1977 yılında yaptığı açıklamada bir dışişleri bakanlığı gibi çalıştıklarını, dünyanın dokuz büyük kentinde büroları, 42 ülkede ise film kuruluşlarının olduğunu söylemiştir. Aynı şahsa göre, şirketlerinin yıllık film ihracat geliri 700 milyon doları bulmaktadır (Dirik,2007, s.90). Radyo ve televizyon alanında da küresel medyada

tekeller vardır. ABD'deki CBS, NBC ve ABC General Electric tarafından satın alınmıştır. Almanya'da Bertelsmann, Springer ve Kirk grupları Alman medyalarını denetlemektedir.

Tablo1 'de görüldüğü üzere, örneğin News Corporation şirketi, 1992-2002 yılları arasında 172 tane şirketi satın almayı hedeflerken, bu sayı 188'i bulmuştur. Satın alınan şirketlerin 101'i uluslararası pazarda, 87'si kendi ulusal pazarlarında faaliyet göstermektedir. Önde gelen küresel medya şirketlerinin, söz konusu dönemdeki birleşme ve satın alma faaliyetleri aşağıdaki tabloda gösterilmiştir (Chan & Oimsted, 2003, s.224):

Tablo 1:Küresel Medya Şirketlerinin Birleşme ve Satın Alma İşlem Sayısı

1992 2002	VIVENDI UNİVERSAL	BERTELS MANN	NEWS CORP.	AOLTİME WARNER	SONY	VİA COM	DİSNEY
Hedeflenen	164	137	172	138	74	79	45
Uluslararası	137	110	122	47	50	13	7
Yurtiçi	27	27	50	91	24	66	38
Satın Alınan	325	249	188	141	98	88	63
Uluslararası	240	210	101	54	65	27	14
Yurtiçi	76	39	87	97	33	61	49

Kaynak: Chan & Oimsted, 2003, s.224.

Küresel medya şirketlerinin 1992-2002 tarihleri arasındaki uluslararası çeşitlemesi incelendiğinde, en fazla yabancı ülkeden gelire sahip olan şirketin News Corporation olduğu, bu şirketi Sony, Bertelsmann, Vivendi Universal ve diğer küresel medya şirketlerinin izlediği görülmektedir. Bu yıllar arasında şirket satın alınarak girilen ülke sayısı dikkate alındığında, Vivendi Universal'in 36 ülkeyle birinci sırada yer aldığı, bu şirketi Bertelsman'ın 28 ülke, AOL-Time Warner'in 22 ülkeyle izlediği anlaşılmaktadır. Tablo 2 incelendiğinde, küresel medyanın "yayılmacı" olduğu ortaya çıkmaktadır.

Tablo 2: Küresel Medya Şirketlerinin Uluslararası Çeşitlemesi (1992-2002)

Çoklu Coğrafik Ölçütler	Vivendi Universal	Bertel sman	Sony	News Corp.	AOL Time Warner	Via com	Disney
Yabancı Ülkeden Gelen Gelir	49	64	67	90	26	21	21
Şirket satın alınarak girilen ülkeler	36	28	20	18	22	2	11
Şirket satın alınarak girilen bölgeler	7	6	5	4	6	7	4

Kaynak: Chan & Oimsted, 2003, s.223.

Medya birleşmelerinin her ne kadar 1980'li yılların başında ortaya çıktığı söylense de, aslında Tablo 3'de görüldüğü gibi, 1960'lı yıllara kadar geriye uzandığı, 80'li yıllarla birlikte hız kazandığı görülmektedir. Öyle ki, aşağıdaki tablodan da anlaşıldığı üzere Gulf & Western'in, 1966'da Paramount'u 125 Milyon Dolar'a devralarak başlattığı satın alma hareketini, daha sonra New Corporation ve diğer küresel şirketler devam ettirmiştir.

Tablo 3: Medya Birleşmeleri (1966 – 1995)

YIL	HEDEF	ALICI	FİYAT/MİLYAR $
1966	Paramount	Gulf&Western	0.125
1982	Columbia Pictures	Coca Cola	0.750
1985	Fox Broadcasting	News Corporation	0.575
1985	MGM/United Artists	Turner Broadcasting	1.5
1986	NBC Network(RCA)	General Electric	0.650
1988	CBS Records	Sony	2
1989	Colombia Pictures	Sony	2
1990	MCA	Matsushita Panasonic	6.1
1992	Videolan	Philips	0.148
1992	MGM	Credit Lyonnais	1.3
1993	Time Warner	U.S.West	2.5
1993	Mc Caw Celluar Communications	AT&T	12.6
1993	Hauser Com	Southwestern Bell	6.5
1993	Grapo Iusacell	Bell Atlantic	1.04
1993	MCI	British Telecom	4.3
1993	Sprint	Frace & Deutsche Tel	2.1
1993	Liberty Media	Tele Communications	8.3
1993	Castle Rock Films ve Newline Cine.	Turner Broadcasting	0.672
1994	Wometco & Georgia Cable TV	U.S.West	1.2
1994	Nextell	Motorola	1.76
1994	Times Mirros Cable	Cox Cable	2.3
1994	Paramount	Viacom	10
1994	Blockbuster	Paramount/Viacom	7.6
1995	Houston İndustries	Time Warner	2.3
1995	Cablevision Industries	Time Warner	2.2

Kaynak: Barber, 2003, s.156-159.

2009 yılı itibariyle dünyanın en büyük medya grupları incelendiğinde, gelirler toplamı ve çalışan sayıları açısından ABD kaynaklı General Electric, Walt Disney, Time Warner ile Avustralyalı medya devi News Corporation'un ilk sıralarda yer aldığı

görülmektedir. Yine ABD'li Viacom ve Comcast ile Fransız Vivendi Universal ve Alman Bertelsmann'ın onları takip ettikleri görülmektedir.

Başlıca faaliyet alanı jet motoru ve yedek parça imalatı olan General Electric şirketinin sağlık, güvenlik, medya gibi sektörlerden oluşan 95 farklı kuruluşu vardır. Şirketin sahip olduğu medya kuruluşları arasında dünyanın birçok ülkesinde yayın yapan ve içerik sağlayan NBC, MSNBC, USA Network, History Channel gibi medya yatırımları bulunmakta ve bu sayede hem haber, hem enformasyon alanında içerik üretmektedir. Ayrıca film yapım şirketi olan Universal Studyolarının sahibidir (Yaman, 2017, s.72).

Tablo 4: Dünyanın En Büyük Medya Grupları (2009).

Grup Adı Ülke	Gelirler Milyar $	Çalışan Sayısı	Bileşenleri ve/veya Markaları
General Electric ABD	157	304000 (2009)	NBC, Telemundo, Universal Pictures, Focus Features, 26 TV istasyonu, MSNBC, Bravo, Sci Fi Channel, NBC Universal2
Walt Disney ABD	36.1	15000 (2008)	ABC Television Network, ESPN, Disney Channel, SOAPnet, A&E, Lifetime, 277 adet istasyonu, Touchstone, Miramax, Walt Disney Pictures, Pixar Animation Studios, Disney Mobile, Disneyland'ler
News Corporation Avustralya	30.4	64000 (2008)	Fox Broadcasting Company; Fox, Fox Business Channel, National Geographic, FX, Wall Street Journal, New York Post, TVGuide; Barron's, SmartMoney, HarperCollins, 20th Century Fox, Fox Searchlight Pictures, Blue Sky Studios, MarketWatch.com, National Rugby Leagu
Time Warner ABD	25.8	31000 (2010)	CNN, CW (CBS'le ortaklık), HBO, Cinemax, Cartoon Network, TBS, TNT, America Online, MapQuest, Moviefone, Warner Bros. Pictures, Castle Rock and New Line Cinema; Time, Sports Illustrated, Fortune, Marie Claire ve People gibi 150 civarı dergi
Viacom Inc. ABD	13.6	11200 (2009)	MTV, Nickelodeon/Nick-at-Nite, VH1, BET, Comedy Central, Paramount Pictures, Paramount Home Entertainment, Atom Entertainment, Harmonix. Viacom 18
CBS Corporation ABD	13	25920 (2009)	CBS Television Network, CBS Television Distribution Group, CW (Time Warner'la ortak), Showtime, Simon & Schuster (kitap yayıncısı), 30 TV, 130 radyo istasyonu (CBS Radio), Google'ın yeni kurduğu Video Marketplace'in en büyük görsel içerik sağlayıcısı.

Vivendi Universal Fransa	27.13 milyar €	48280 (2009)	Activision Blizzard (% 57 video oyunları şirketi), Universal Music (% 100), SFR (% 56 telekom operatörü), Maroc Telecom (% 53, GVT (% 100 Brezilya'lı telekom operatörü), Canal + (% 100), zaOza (% 100 mobil eğlence), NBC Universal (% 12,34)
Bertelsmann Almanya	15,35 milyar €	102983 (2009)	Arvato, Direct Group, Gruner + Jahr, Random House, RTL Group (10 ülkede 45 TV kanalı, 31 radyo İstasyonu)

Kaynak: Adaklı, 2010

Nisan 2014 tarihinde Okyanusum İnternet Sitesinde Dünya Medyasının % 96'sını kontrol eden 6 büyük medya şirketi varlıklarıyla açıklanmıştır (Okyanusum.com, 2014, 4/7):

> "1.AOL TIME WARNER, Time, Fortune ve diğer 33 dergi 24 kitap markası, CNN, Time ve Warner Cable'ı da içeren 29 kanalını içeren haberlerden, müziğe, filme ve yayın alanına kadar çok geniş bir yelpazeye sahip büyük medya şirketidir.
>
> 2.WALT DISNEY ŞİRKETİ, Walt Disney, Touchstone, Mirmax, Buena Vista dahil 8 film şirketi, ABC dâhil 10 TV kanalı ve 29 radyo istasyonu. 5 dergi basım grubu ve 4 gazete, film stüdyoları 8 ülkede Sporstvision da dâhil olmak üzere 165'den fazla ülkede yayın yapmaktadır
>
> 3.BERTELSMANN, İngiltere'nin Kanal5'i ve tüm Avrupa'daki RTL de dahil pek çok kanal ve radyo istasyonları ile 10 ülkede 22 TV ve 18 radyoya sahiptir. Random House adlı dünya çapında en büyük yayınevi, 80 dergi ve Almanya ve Doğu Avrupa'da 9 gazetesi vardır.
>
> 4. VIACOM, CBS şirketi dâhil 200 TV istasyonu, 180 radyo istasyonu ve Infinity Outdoor adlı dünyanın en büyük reklam şirketine, Paramount'dan United Cinemas film şirketlerine sahiptir.
>
> 5. NEWS CORPORATION, Fox News 7 diğer ve Amerikan haber ağı. İngiltere'de BskyB ile birlikte 150 kanal, Avusturalya'da FOXTEL kanalı. Star TV uydu servisleri, Amerika'daki The New York Post, The Times, The Sun gazeteleri. İngiltere'deki The News of The World. Avusturalya'da the Daily telegraph, The Sunday Tasmanian ve 67 yerel gazete ile birlikte Independent New Zealand'nın bağımsız gazeteleri ile birlikte 55 ulusal ve halk gazeteleri. Harper Collins dâhil 7 tane yayınevi, 20th Century Fox TV'nin de dâhil olduğu uluslararası 14 Fox şirketi vardır.
>
> 6.VİVENDİ UNIVERSAL, CANAL+, dâhil 11 TV istasyonu, Universal film Stüdyoları, Cinemax da dâhil Cineplex, Odeon, United Cinema International zincirlerine sahip sinemaları vardır. VivendiNet, vivazi.com ve cep telefonu şirketi Vodafone da dâhil şirketin tüm internet projelerine ev sahipliği yapıyor. Küresel müzik marketinin %22'sine sahip ve 63 ülkede faaliyet göstermektedir."

Genişleyen küresel ortaklıklara bir örnek olan Time Warner, dikey tekelleşme örneği olmakla birlikte eğlence, enformasyon alanlarında söz sahibi olmasıyla da yatay

çeşitlemeye bir örnek teşkil ettiği vurgulanmaktadır (Uluç, 2002, s.200). Söz konusu birleşmenin bu kadar büyük çapta ses getirmesinin nedeni, o zamana kadar görülmüş en büyük şirket evliliği olması yanında, anlaşmanın duyurulmasıyla şirketlerin hisse bedellerindeki on dört kattan elli beş kata ulaşan olağanüstü artış olmuştur (Tabb, 2001, s.55). Ancak Time Warner AOL ile birleşmesinden sonra 2002 ve 2003 yıllarında rekor zarar etmiştir. 2000 yılında birleşme duyurusu yapıldığında bu şirketlerin piyasa değerinin 280 milyar doları bulduğu ifade edilirken, 2004 yılında 84 milyar dolara düşmesi oldukça çarpıcıdır (Dirik, 2007, s.88). Küreselleşme sürecinde küresel medya yapılarının birleşmesinin faydalarından bahsedilirken, birleşme sonucunun hiç de abartıldığı gibi olmadığı, hatta şirketin oldukça zarar ettiği anlaşılmaktadır. Diğer taraftan Time Warner'ın AT&T'ye 85; borcuyla beraber 108.7 milyar dolara satışı gündeme gelmiştir. Bu satışla birlikte Time Warner hissedarlarının AT&T hisselerinin yaklaşık yüzde 15 oranında sahip olacağı belirtilmektedir. Sinema ve eğlence sektörünün bu büyük oyuncusunun piyasa değeri 73 milyar dolar iken; yaklaşık 142 milyon cep telefonu ve 16 milyon internet abonesi bulunan AT&T'nin piyasa değeri ise 226 milyar dolar olarak ölçülüyor. Uzmanlar, bu satın almanın federal yasalara göre tekel sorunu oluşturabileceğini vurgularken, regülatörlerinin anlaşmayı onaylamama olasılığının bulunduğuna dikkati çekiyor. Öte yandan, AT&T ve Time Warner'ın "dağıtım" ve "üretim" alanlarında faaliyet gösterdiğini vurgulayan analistler, satın almanın "dikey entegrasyon" özelliğine işaret ederek tekel sorunu oluşmayacağını savunuyor. ATT telefon şirketinin önce Direct TV'yi ve daha sonra Time Warner'ı satın aldığını duyurarak büyükler ligine esaslı bir giriş yapması, Başkan Trump başta olmak üzere tekelcilik tartışmalarını başlatmıştır (ntv.com.tr, 2016, 10/24). Öte yandan ABD'li bir diğer sinema ve eğlence sektörü devi 21st Century Fox, Haziran 2014'te Time Warner'ı satın almak için 80 milyar dolarlık teklif vermiş, ancak Time Warner yönetim kurulu üyeleri teklifi reddetmişti.

Bertelsmann; Vox, RTL, Premiere gibi televizyon kanallarında denetim yaparken, dergicilik alanında da Stern'in sahibidir. Yaklaşık sekiz milyar dolarlık cirosunun üçte birini ABD'den elde etmektedir. Robert Murdoch'a ait Fox Grubu, yukarda belirtilenlerin dışında Türkiye'de de TGRT'yi satın almıştır. Dünya video, kaset dağıtımında birinci, ayrıca Avrupa'daki en geniş uydu yayınına sahip olan şirket Sky kanalının da sahibidir (Demirer ve Aykol, 1996, s.159).

Bunların dışında, Alman Springer Grubu, Bild ve Die Welt gibi gazetelerin sahibi olmakla birlikte Avrupa çapında yayıncılıkta etkili olmaktadır. Kirch grubu, özellikle Sat-1, Pro-7, Kabel Canal, Premierre Alman spor kanalı ile görüntülü yayıncılıkta etkilidir. Hachette ise Fransa kökenli küresel bir şirket olup, birçok ülkede 74 derginin sahibi olmakla birlikte İngiltere, Almanya, İspanya ve Belçika'daki gazete ve dergilerin büyük dağıtıcısıdır. Daha çok elektronik aletleriyle tanınan Sony firması ise stüdyo malzemeleri, bilişim teknolojileri, görüntü cihazları üretmenin yanı sıra CBS Records ve Colombia Pictures şirketlerinin de kontrolünü eline geçirerek medya devlerinden birisi haline gelmiştir (Dirik, 2007, s.90).

Küresel medya yapılarında da görüldüğü üzere, iletişim araçları dünyanın dört bir yanına örgütlü olarak yayılmıştır. Medya, bu durumda egemen kapitalist söylemin taşıyıcılığını yaparken, ayrıca tarafsız yayıncılık anlayışını gölgede bırakarak ekonomik çıkarlar doğrultusunda hareket etmeye başlamıştır.

Son zamanlarda Dünya Medya Sektöründe internet tabanlı medya şirketlerinin öne çıktığı görülmektedir. Nitekim Marketting Türkiye Dergisi'ne göre, 2016 yılında Google'ın holding şirketi "Alphabet" dünyanın en büyük medya sahibi olarak liderliğini sürdürmüştür (marketingturkiye.com.tr, 2016, 6/6). Şirketin 60 milyar dolara erişen medya cirosu, en yakın rakibi Walt Disney'den % 166 daha fazla olmuştur. İlk 30 medya şirketi arasında Alphabet'e ek olarak geçen yıla göre sıralamadaki yerlerini güçlendiren Facebook, Baidu, Yahoo ve Microsoft gibi 4 dijital dev yer almıştır. Baidu 14'ten 9'a; Yahoo 18'den 15'e; Microsoft 21'den 17'ye yükselmiştir. Facebook, medya geliri en hızlı büyüyen medya şirketi olmuştur. Uzun yıllar açık ara önde olan Time Warner 16'ncı sıraya düşmüş ancak 2017'de tekrar 12'nci sıraya yükselmiştir. Çin arama motoru Baidu ise Google'un Çin'de yasaklanması nedeniyle 9'uncu sıraya yükselmiştir. Gelirin büyük bir bölümünü ilk beş şirket paylaşmıştır. Bunların dijital reklamcılıktaki kolektif hâkimiyeti, dijital pazarlamada süregelen hızlı büyümeden en fazla kazancı elde ettiklerini gösteriyor.

Tablo 5: Medya Şirketlerinin Görünümü

Sıra	Medya Sahibi 2014	Medya Sahibi 2015	Medya Sahibi 2016	Medya Sahibi 2017
1	Google	Google	Google Alphabet	Google Alphabet
2	Direct TV (ATT)	WaltDisney(ABC)	WaltDisney(ABC)	Facebook
3	WaltDisney(ABC)	Comcast (NBC)	Comcast (NBC)	Comcast
4	21.Century Fox	21.Century Fox	21.Century Fox	Baidu
5	Comcast	CBS Corporation	Facebook	Walt Disney
6	Time Warner	*Bertelsman*	Bertelsman	21st Century Fox
7	Cox Enterprises	Viacom (CBS*)*	Viacom (CBS)	CBS
8	BskyB	Time Warner	CBS Corporation	iHeartMedia Inc.
9	Bertelsman	News Corporation	Baidu	Microsoft
10	CBS Corporation	Facebook	News Corporation	Bertelsman

Kaynak: connectedvivaki.com, 24.10.2016 ve 09.06.2017

Zenith'in Zirvedeki 30 Küresel Medya Sahipleri 2017 sıralamasına göre, Google ve Facebook birlikte küresel reklam harcamalarının % 20'sini oluşturuyor. Bu iki şirket, 2012- 2016 yılları arasındaki küresel reklam harcamalarının üçte birini yapmıştır. Holding şirketi Alphabet altındaki dünyanın en büyük medya şirketi Google, 2016 yılında reklam gelirinde 79,4 milyar ABD Doları ile ikinci en büyük Facebook'tan üç kat daha fazla gelir elde etmiştir. İnternet reklamcılığı, 2017'de dünyanın en büyük reklam aracı olan televizyonu geride bırakmıştır. Bu doğrultuda, internet reklamcılığıyla finanse edilen dijital platformlar ilk 30 sıralamasında yer alıyor. Alfabet ve Facebook'un yanı sıra ilk 30'da Baidu, Microsoft, Yahoo, Verizon ve Twitter gibi beş internet medyası bulunmaktadır. Bunların arasında olduğu yedi dijital platform 2016 yılında 132,8 milyar ABD Doları tutarında internet geliri elde etmiştir. Bu tüm internet reklamcılığının % 73'ünü ve tüm medya genelinde küresel reklam harcamalarının % 24'ünü oluşturuyor. Şu anki 21'inci sırada olan Verizon, AOL'yi satın aldığında 2015 yılında medya sahibi olmuştu ve eğer Yahoo'yu satın alırsa onu 6'ncı sıraya kadar çıkartacaktır. 30'uncu sırada yer alan Twitter en hızlı büyüyen medya şirketidir. 2012 ve 2016 yılları arasında reklam gelirlerini % 734 oranında artırmış, onu Çin şirketi Tencent takip etmiştir. Diğer iki medya sahibi Baidu ve Sinclair Brodcasting Group, bu dönemde iki kattan fazla

büyümüştür. İlk 30'daki medya şirketlerinin 20'si ABD kökenlidir. Çin ve Almanya'nın üçer medya şirketi vardır (Baidu, Tencent, CCTV; Bertelsmann, ProSiebenSat.1, Axel Springer). Daha sonra, her biri bir medya sahibi olan dört ülke vardır: Fransa (JCDecaux), Brezilya (Grupo Globo), İtalya (Mediaset) ve İngiltere (ITV). Zenith'in yeni sıralaması, internet reklam platformlarının küresel reklam büyümesi için ne kadar hız yarattığını göstermektedir (www.zenithusa.com/top-30-global-media-owners-2017).

Marketting91 İnternet Sitesine göre, 2017 yılının en iyi ilk 10 medya kuruluşunun çoğu ABD merkezli ve dünya çapında TV, radyo ve internet ağlarını da kontrol eden bir varlığa sahip görünmektedir (marketing91.com, 2018). ABD, en büyük reklam pazarına ve yurt dışına ulaşma konusunda en çok yatırım yapan şirketlere sahip olduğundan medya sektöründe baskındır. Silikon Vadisi yeniliği, internet reklamcılığının büyümesini sağlamıştır.

PwC'nin 17'nci yıllık Küresel Eğlence ve Medya Sektörüne Bakış 2016 -2020 Raporu, tüketici ve reklamcılık harcamaları üzerine küresel analiz bakımından kapsamlı bir online kaynak sunuyor. Buna göre, eğlence ve medya sektörünün dünya çapındaki toplam geliri, önümüzdeki beş yıl içinde %4,4 büyüme oranıyla artarak 2020 yılında 2,14 trilyon dolara çıkacaktır (pwc.com.tr, 2016, 6/21). Bu büyüme oranı, sektör gelirlerinde geçen yılki %5,5 büyüme oranına kıyasla bir gerileme olduğunu ve beş yıl boyunca genel küresel ekonomik büyümenin gerisinde kalacağını göstermesine rağmen, bazı ülkelerin medya harcamasının büyümenin üzerinde gerçekleşeceği varsayılmaktadır.

Harcama kalıpları değişmekte, özellikle internet reklamcılığının daha fazla büyüyeceği, dergi ve gazete yayıncılığının düşüş göstereceği düşünülmektedir. Eğlence ve medya çapındaki gelir, yayıncılık işletmelerinden özellikle over-the-top (OTT) hizmetler sunan ve tüketici verisi üzerinden gelir elde eden video ve internet şirketlerine doğru kaymaktadır. Doğrudan tüketici harcamasına ilişkin modeller güçlü kalmaya devam edecek ancak mobil veri de dâhil olmak üzere internet erişimine ilişkin harcamalar reklamcılıkla rekabet halinde olacaktır. Bu gelişme, pazara yeni giriş yapan ve geleneksel oyuncuların, OTT video ve yeni e-ticaret fırsatları gibi yeni pazarlara ve segmentlere doğrudan sıçramaları için daha verimli bir zemin hazırlayacaktır. Söz konusu Rapor'a göre, değer yaratmak ve büyümeyi maksimize etmek için şu değişimlere odaklanmak gerekmektedir (pwc.com.tr, 2016, 6/21):

- Büyümenin en önemli itici gücü genç tüketicilere yönelmek,
- Küreselleşmeyle beraber yerel olana da yer vermek,
- Tüketicilerin kendi medya düzenlerini tasarlamaları ve seçmeleri için paket programlar oluşturmak,
- Coğrafi ve kültürel olarak farklı pazarlara farklı stratejiler geliştirmek
- Günümüzde eğlence ve medya pazarında melez içerik için yarışan teknoloji şirketleri ile geleneksel yerleşik şirketlerin işbirliğini artırmak.

2018-2022 Dönemi Pwc Küresel Eğlence ve Medya Sektörü Raporunda da benzer büyüme rakamlarına yer verilmiş ancak sektördeki segmentler ve bölgeler arasında keskin farklılıklar olacağı, en hızlı büyümenin dijital olarak yönlendirilen segmentlerde olacağı, sanal gerçekliğin ardından da içerik üretiminin öne çıkacağı öngörülmektedir (pwc.com, 2018, 6/7).

3.3.3.2. Türk Medyası ve Küresel Medyayla İlişkiler

1980'li yıllara kadar Türkiye, daha çok ithal ikamesine dayalı bir sanayileşme modeli ile buna eşlik eden korumacı bir dış ticaret rejimi, sıkı denetime ve sabit kur sistemine dayalı bir döviz kuru rejimi, fiyat denetimi mekanizması ve çoğu kez negatif faiz uygulamasına oturan bir piyasa modeli içindedir. Medya sektörü ise gazetecilikten yetişme aile işletmelerinin hâkimiyeti altında olmuştur (Topuz, 2003, s.329). 24 Ocak 1980'de alınan kararlarla devlet gazete kâğıdına verdiği sübvansiyonları kaldırmış, sermayenin gelişmesi ve özel ilanların artmasıyla basının devlete bağımlılığı azalırken, kâğıt maliyetini karşılayamayan ve reklam alamayan yayınlar piyasadan silinmiştir. 1990'lar genel ekonomide istikrarsızlık dönemleriyle anılırken, medya sektörüne yatırım yapan gruplar devletten sağladıkları gümrük indirimleri, teşvikler ve ucuz kredilerle hızla güçlenmişlerdir (Gür, 1983, s.146).

1990'larda öncelikle devlet tekelinin kırılmasıyla iletişim özgürlüğü "çok seslilik" olarak ifade edilmeye başlanmıştır. Çok kanallı televizyon yayıncılığı ve uydu sistemleriyle daha geniş kitlelere ulaşma, bir süre için cazip hale gelmiştir. Ancak daha sonra medya, yenidünya düzeninin de etkisiyle tekelleşme tartışmalarının içinde olmuştur. Dünyada olduğu gibi Türkiye de, yeni medya endüstrisinin kurallarına göre oyununu oynamaya başlamıştır.

Televizyon yayıncılığında çok kanallı ulusal ve uluslararası seçenekler, tematik kanalların çoğalması (Kral TV, Genç TV, Number One, Fashion TV, Discovery, Nickelodeon, Medikal Chanel vs), öde-izle dijital yayıncılığı (Digitürk, Star Digital, Cine

5, Teleon), büyük kentlerde açılan çok sayıda sinema salonu, global film şirketleriyle kurulan ortaklıklar sonucu Türkiye seyircisine batıdakiyle aynı anda sunulan Hollywood filmleri, yazılı basında özellikle dergicilik alanında küresel medya devleriyle kurulan ortaklıklar (Cosmo, Bazaar, Elle, Marie Claire vs) yine büyük medya sahiplerinin dünya medya devleriyle bağlantıya girmesi (CNN, CNBC-e) hep globalleşme trendinin dışında kalmamak adına atılmış önemli adımlar olmuştur.

Ekonomik kriz döneminde çok sayıda gazeteci işsiz kalmış, reklam gelirleri de yarı yarıya azalmıştır (Özsever, 2004, s.186). 2001 krizinden yara almadan kurtulan sektörün lideri Aydın Doğan, Bilgin Grubu'na ait medya kuruluşlarına talip olmuş, ancak Bilgin Grubu TMSF ile anlaşarak bu kuruluşları Turgay Ciner'e ait Park Grubu'na kiralamıştır. Bunun üzerine Aydın Doğan, üretim aracı ve basım dağıtım desteğiyle Bilgin Grubu'ndan ayrılan gazetecilere gazete ve dergi yayıncılığı yapmalarını sağlamıştır. Doğan Grubu, Time Warner ile işbirliği yaparak CNN Türk'ü kurmuş, çocuk kanalı Cartoon Network ve TNT kanallarını yayın hayatına sokmuş, ayrıca Alman Axel Springer şirketine Doğan Yayın Holdingin %25 hissesini satmıştır. Krizden yara almadan çıkan bir başka kuruluş ise NTV, Star ve Kral TV'nin sahibi Doğuş Grubu'dur. 2001 öncesi yalnızca dergi sektöründe faaliyet gösteren Grup, kriz sonrasında Çağlar Grubu'ndan NTV'yi, küçük bir işletmeciden Kanal E'yi satın alıp NBC Üniversal şirketiyle işbirliği yaparak, haber kanalı NTV ile birlikte finans ve eğlence kanalı CNBC-E'yi kurmuştur (Kadıoğlu, 2014). Ciner Grubu ise Bloomberg ile ortaklık kurmuştur.

Türk medya sektöründe var olan özel bir medya şirketinde yabancı sermayenin sahiplik oranı %50'ye çıktıktan sonra, Katar sermayeli Al-Jazeera (Cine 5) ve Çinli GB Times (CRI Türk) isimli uluslararası medya şirketleri de Türkiye'de yatırım yapmaya başlamışlardır (Yaman, 2017). Son olarak 2016 yılında, futbol yayın haklarını elinde bulunduran ülkedeki en büyük dijital platformu olan Digitürk, Katar sermayeli Bein Media Group isimli şirkete satılmıştır.

Türkiye'de en büyük medya grubu Hürriyet ve Kanal D'nin de içinde bulunduğu Doğan Grubu'dur. Kısa bir süre önce Milliyet ve Vatan gazetelerinin sahibi olan Demirören grubuna satılmıştır. İkinci en büyük medya grubu Sabah ve ATV'nin sahibi olan Turkuaz Grubu'dur. Bunların dışında Ciner, Esmedya, Yenidünya ve Acun Medya gibi Gruplar da Türk Medya sektöründe faaliyette bulunmaktadır. Yakın zamana kadar

Zaman Gazetesi başta olmak üzere önemli medya şirketlerine sahip "Fettullah Medyası" olarak bilinen Grup ise 15 Temmuz 2016 Darbe Girişiminin arkasında olması nedeniyle, terörist faaliyet yürüttüğü gerekçesiyle FETÖ olarak adlandırılmış ve faaliyetlerine son verilmiştir.

2000 yılına kadar 1 milyar doların altında gerçekleşen reklam gelirleri, o yıl ilk kez bu sınırı aşmış, 2001 yılındaki krizin etkisiyle bir önceki yıla kıyasla yaklaşık %50'lik bir düşüş kaydetmiştir. Reklam gelirleri 2002-2007 döneminde ise her yıl ortalama %20'lik bir artış göstermiştir. 2007'nin ikinci yarısından itibaren hissedilmeye başlanan küresel mali kriz reklam gelirlerini 2009 sonuna kadar düşürmüştür. 2010 yılında ise krizin etkilerinin azalmasıyla birlikte reklam gelirlerinde dolar bazında %35'lik bir artış gözlenmiştir. Ancak reklamcılık sektörünün uzmanları, tüm diğer sektörlerde olduğu gibi, hızlı büyümenin bir getirisi olarak 2011 yılının ikinci yarısında ekonomideki fazla ısınmanın medya sektörünü olumsuz etkileyebileceğine dikkat çekmiştir (tesev.org.tr, 2011).

Ekonomideki olumlu seyir ve istikrarla birlikte reklam gelirlerindeki artışın sürmesi ve pazarın henüz doygunluğa ulaşmaması, medya sektörünü yatırımcılar, özellikle de yabancı yatırımcılar açısından cazip hale getirmiştir. Türkiye'de medya sektörüne yabancı yatırımcıları çekme girişimi hükümet desteğiyle 90'lı yıllarda başlamış olsa da, o dönemde lisans anlaşmalarının ötesinde bir gelişme gerçekleşmemiştir. Bu alanda hareketlilik, telekomünikasyonda özelleştirmeler ve 2001 krizinden sonra el konulan medya kuruluşlarının satış sürecinde görülmüştür. 2002 – 2008 yılları arasında Türkiye'de medya sektöründe 35 ulusal, 30 uluslararası düzeyde birleşme ve satın alma işlemi gerçekleşmiştir. Bunların en yoğun olduğu yıllar 2005 ve 2006 yıllarıdır (Sözeri, 2006, s.155).

Medya sektörüne yönelik yatırımların önemli bir bölümünü reklam gelirlerinden en fazla payı alan televizyon yayıncılığı, ona bağlı olarak program yapım şirketleri, açık hava şirketleri ve internette başarılı olmuş şirketler çekmektedir. Televizyon yayıncılığı alanında yabancı yatırımcılara yönelik sınırların esnetilmesi, ülkenin jeopolitik konumu yabancı yatırımcıların ilgisinin artarak süreceği algısını kuvvetlendirmiştir. Bu alana yatırım yapmak isteyen yatırımcıların, ekonomik koşulları değerlendirmek ve yatırıma ilişkin gereklilikleri yerine getirmenin yanı sıra hükümetle de temas kurmalarının

gerektiği kanısı benimsetmiş görünmektedir. Konuyla ilgili yapılan Çalıştayda, Avrupa ülkeleri dâhil pek çok ülkede, medya yatırımlarının o ülkenin hükümet yetkilileriyle görüşmeyi gerektirdiği, Türkiye'de de benzer bir sürecin yaşandığı ifade edilmiş, ancak hükümetin yatırımcıları doğrudan ya da dolaylı olarak yönlendirdiğini ortaya koyan somut bir veriye rastlanmamıştır (tesev. org.tr,). Hükümetin medya yatırımlarını yönlendirdiğine dair kamuoyunda var olan algının pek çok ülkede de benzer şekilde oluştuğu izlenimi edinilmiştir.

Türkiye'de reklam gelirlerinin önemli bir bölümü televizyonlar tarafından paylaşılmaktadır. Bunun en önemli nedenleri, Türkiye'de televizyon izleme oranının yüksekliği dolayısıyla kamuoyunu etkileme gücünün fazla olduğuna dair inanç ve televizyonda reklam fiyatlarının ucuz olmasıdır. Reklam gelirlerinin dağılımında televizyonu yazılı basın izlemekte; yazılı basında ise reklam gelirlerinin büyük bölümünden gazeteler pay almaktadır. Reklam gelirlerinin 2000'den sonraki seyrine bakıldığında, gazete, dergi ve radyoların paylarının giderek azaldığı dikkat çekmektedir. Yazılı basın artık çok maliyetli hale geldiğinden, yazılıdan elektronik gazeteciliğe geçiş yaşanmaktadır. Buna karşılık açık hava ve internet, 2006'dan itibaren payını en hızlı artıran medyalardır. Ana gelir kalemi reklam yatırımları olan medya piyasası, Türkiye'de tekelci rekabet koşulları altında faaliyet göstermektedir. Yapı, davranış ve performans ölçüleri referans alındığında, içinde farklılaştırılmış çok sayıda ürün bulunmasına rağmen, Türkiye'de medya piyasası yatay ve dikey birleşmelerle büyümüş ve yoğunlaşmıştır.

3.4. Kamuoyu Kavramı ve Kuramsal Çerçeve

Kamuoyu kavramı Latince'deki "publicus" ve "opinion" sözcüklerinden türetilerek Batı dillerine girmiştir. Dilimize Batı dillerinden geçen kavrama karşılık olarak ilk zamanlarda "efkâr-ı umumiye, umumi efkârı, amme efkârı, halk efkârı, kamu efkârı" gibi ifadeler kullanılmıştır (Atabek, 2002). Kamu, belirli bir olay veya sorun etrafında belirli bir zamanda oluşan gruptur. Bazen az sayıda katılımla oluşabilen kamu, bazen de toplumun genelini ilgilendiren konular etrafında geniş katılımla oluşur (Atabek, 2002). Oy sözcüğü ise bir toplantıya katılanların, bir sorunla ilgili birkaç seçenekten birini tercih etmesidir. Bu durumda kamuoyu bir konuyla ilgili halkın genel düşüncesi olarak

tanımlanabilir. Günümüzde ise bu kavram, kamu ve oy sözcüklerinin birleştirilmesiyle kamuoyu şeklinde kullanılmaktadır. Kamuoyu, toplumsal yaşamın olay ve olguları konusunda toplumsal kümelerin ya da toplumun ortaklaşa yargısını yansıtan düşünce ve kavramların toplamıdır (Hançerlioğlu, 1996, s.225). Bu nedenlerle kamuoyu kavramı çeşitli şekillerde tanımlanmaktadır:

> "Halkın kamusal ilgi konularına ilişkin kanılarının toplamı; genel kamunun üyelerinin siyasi konular ya da güncel olaylar hakkındaki tutumlarının anlatımları" (Mutlu, 1998, s.117).
>
> "Belli bir toplum içinde yaşayanların, belli bir olgu ya da inanç üzerindeki ortak yargısı" (Vural, 1999, s.46).
>
> "Aynı toplumsal gruplara üye olanların belirli bir olay karşısında gösterdikleri ortak tutum" (Dobb,1966, s.35).

Toplumsal hareketliliğin bir sonucu olarak 18'inci yüzyılda "kamuoyu" kavramı kullanılmaya başlanmıştır. Kavram ilk kez 1741'de, halkın düşüncesi şeklinde İngilizler tarafından kullanılmıştır. 1744'te, Fransızlar kavramı kullanmaya başlamışlardır. Ancak kavramı iki yüzyıl önce ilk kez kullanan Montaigne'dir. (Atabek ve Dağtaş, 1998). İngilizcede kamuoyu üzerine ilk düşünceleri geliştiren ise Jeremy Bentham'dır. Kamuoyu kavramı siyasal alanda ilk defa, Fransız ihtilalinden önce Jean Jaques Rousseau tarafından ortaya konulmuştur (Çoban, 2013, s.113).

On sekiz ve on dokuzuncu yüzyıllarda bazı ülkelerde şehirleşme, endüstrileşme, demokratikleşme, medyanın yaygınlaşması ve okuryazarlık oranında görece bir artış yaşanmıştır. Bu da kamuoyu olgusunu beraberinde getirmiştir. Ancak kavram yirminci yüzyılda, sosyal bilimcilerin ilgisiyle birlikte yoğun olarak ve bugünkü anlamında kullanılmaya başlanmıştır. Bazı bilim adamları kamuoyunun ölçüm tekniklerini incelemiş, geliştirmiş ve yaygınlaştırmıştır. Bazıları da kamuoyunun oluştuğu sosyal, siyasal ve psikolojik süreçleri incelemişlerdir. (Bektaş, 2002, s.56):

Kamuoyunun oluşmasında; psikolojik faktörler, sosyal çevre, iş ve meslek grupları, yüz yüze yapılan temaslar ve kanaat önderleri ile radyo, televizyon, gazete, dergi, sinema gibi kitle iletişim araçları rol oynar (Kapani, 1997, s.148-150). Günümüzde bu kitle iletişim araçlarına, internet tabanlı bloglar ve sosyal medya araçları da eklenebilir. Ana akım medyada internet ve sosyal medyanın gelişimi ile birlikte bu kaynakların önemi

artmış ve bu kaynaklardan elde edilen içerikler haber akışlarında kullanılmaya başlanmıştır.

Yirminci yüzyılda kamuoyu konusundaki çalışmalar üç temel yönde gelişmiştir (Atabek ve Dağtaş, 1998). Bunlar, Lowell'in etkili çoğunluk kuramı, Lasswell'in siyaset biliminde psikolojiyi esas tutan iktidar kuramı, Albig'in öncülüğünü yaptığı grup kavramı üzerine dayanan sosyolojik kuramdır.

Lowell'in etkili çoğunluk kuramına göre, kamuoyunun oluşumu için sayı çoğunluğu şart değildir. Fikir birliği gerekmez. Fakat kanaat o şekilde oluşmalıdır ki, azınlık o kanaati paylaşmasa bile, korktuğundan değil inançlarından dolayı onu kabul etmelidir (Özsoy, 1998, s.24). Bu teoriye göre, çoğunluğun kanaati demek olan genel iradeye azınlık nasıl katılmak zorunda ise, fertlerin inançlarını çoğunlukla isteyerek birleştirmeleri siyasi hayat için gerekli görülmektedir. Bu anlayışla Lowell, kamuoyunun oluşmasında önemli rol üstlenen sosyal grupları devre dışı bırakmaktadır. Herkesi içeren bir kamuoyu olmaz. Kamuoyundan söz edilebilmesi için azınlıkta kalanların baskı altında kalmadan, çoğunluğun görüşlerini paylaşmaları gerekmektedir. Ayrıca, kamuoyunun demokratik bir rejimde herkese açık olması gerekmektedir. Ama şu da bir gerçektir ki, bu tez günümüzde karşıt fikirlerin karar verme sürecinde belli bir ortak çizgide birleşmesini ifade eden uzlaşmayı açıklamada kullanılmaktadır (Abadan, 1974, s. 20). Çoğunluk ve yoğunluk, kamuoyunun belirmesinde rol oynayan başlıca faktörlerdir. Bu faktörlerden yoğunluk faktörü, çoğunluğa göre daha ağır basmaktadır. Belirli amaçlara yönelmiş ve iyi örgütlenmiş grupların görüşleri, kararsız kalabalıkların eğilimlerinden daha etkili olacaktır (Kapani, 1997, s.147-148).

Siyasal güç ile bireylerin değer yargıları arasında, kamuoyu ile kamuoyunu oluşturan bireylerin kişisel kanaatleri arasında yakın bir ilişki bulunmaktadır. Buna bağlı olarak kamuoyunu yaratan düşüncelerin temelleri kişilerin psikolojilerinde aranmalıdır. Siyasal iktidar, azınlık olan seçkinlerin elinde bulunduğundan, bunlar toplum üzerinde etkili olmaya çalışmaktadırlar. Bu nedenle Harold Lasswell kamuoyunu aktif ve pasif olarak iki başlıkta toplamıştır. Düşünüre göre kamuoyu, üç toplumsal işleve sahiptir. Kamuoyu; kanaatlerin uyumuna, gevşemesine ve şiddet yoluna dökülmesine neden olabilir. Siyasal iktidar ile yönetilenlerin arasındaki ilişkiler karmaşık olsa da, her sistemde siyasal iktidar bir seçkin grubun elindedir. Demokrasilerde etkileme iki yönlü

olmasına karşılık, diktatörlüklerde sadece devletten halka doğru tek yönlüdür. Buna rağmen, propaganda sadece diktatörlerin kullandığı bir yöntem olmayıp, istikrarlı bir demokraside bile kamuoyunu çoğu kez yönlendirilebilmektedir (Lasswell'den aktaran Temizel, 2000, s.135). Albig ise kamuoyunu sosyolojik açıdan açıklamıştır. Ona göre kamuoyu, bir grubun bireylerinin tartışmalı bir konuda birbirleri üzerindeki karşılıklı etkileşimleri sonucu ortaya çıkan kanaatlerdir (Albig'den aktaran Öksüz, 2004, s.68). Söz konusu grup içinde egemen bir kanaat bulunabildiği gibi, farklı kanaatler de ortaya konulabilir.

"Kamuoyu oluşturma" kavramı ise daha çok iletişim ve siyaset bilimi alanlarında medyanın rolü sorgulanırken kullanılmaya başlamıştır. Kamuoyu oluşturma, bir konu hakkında oluşan düşüncelerden hareketle iletişim yoluyla karar vermeye kadar uzanan sürece karşılık gelmektedir. Kamuoyu oluşturmak ya da yaratmak, bir düşünceyi yaygınlaştırmak ve halkın dikkatini o düşünce etrafında toplamak ve yoğunlaştırmak anlamlarına gelmektedir. Kamuoyunu oluşturan araçlar denildiğinde dolaylı olarak aile, eğitim, kültür, toplumsal kontrol mekanizmaları gibi kurumsal sosyolojik araçlar ve kanaat, isteklendirme, algı, tutum gibi bireysel psikolojik araçlarla; doğrudan siyasal grup ve partiler, baskı grupları gibi siyasal araçlar ve medyanın etkilerine işaret edilir (Anık, 1994).

Sosyal bilimciler, bireyin davranışını ve kanaatini içinde yaşadığı grubun davranış ve kanaatleri ile ilişkilendirirken; siyaset bilimciler, kamuoyunu devletin yasama, yürütme ve yargıdan oluşan üç erk tarafından davranışlarının biçimlendirildiği bir norm olarak açıklamaktadırlar. Bu bağlamda kamuoyu kişisel ve siyasal olmak üzere iki farklı şekilde kullanılmaktadır (Gökçe, 1996, s.211). Medya aracılığıyla kamuoyunun oluşturulması, aslında özgür ve demokratik toplumlarda kanaatlerin yönlendirilmesine karşılık gelen eleştirilere konu olmuştur. Demokratik rejimlerde kamuoyu göreli olarak serbestçe oluşmaktadır. Demokratik olmayan rejimlerde ise kamuoyu oluşturulmaktadır. Serbest bir kamuoyunda haber ve düşünceler özgürce yayılabilir ve tartışılabilir. Ancak bunun için, tüm temel hak ve özgürlüklerin sağlandığı bir hukuk düzenine gereksinim bulunmaktadır. Böyle bir ortamda, başta iletişim ve ifade özgürlüklerinin de aynı hukuk düzeni içerisinde garantiye alınması gerekli görülmüştür (Atabek ve Dağtaş, 1998, s.192). Bu doğrultuda sağlıklı kamuoyu oluşumu için bireylerin özgür bir ortamda doğru haber almaları, aldıkları bilgileri duygulardan uzak akıl süzgecinden geçirmeleri ve kamu

işlerine yakın bir ilgi göstermeleri gerekir. Az gelişmiş ülkelerde ise sosyo ekonomik, siyasal ve kültürel yetersizlikler gerçek anlamda bir kamuoyunun oluşmasını olumsuz yönde etkiler (Kapani, 1997, s.153-155).

Yönetim açısından kamuoyu desteği başlangıçta elde edilmek istenen bir kavram iken, sonradan yönetimin istediği şeylerin desteklenmesine dönüşebilmektedir. Bu durum uzun vadede yönetim ile kamuoyu arasındaki ilişkiyi olumsuz etkileyebileceği gibi, ilişkinin tamamen kopmasına da neden olabilmektedir (Tayfun, 2014). Bu nedenle bu olumsuz olay ve durumları lehe çevirmede, geleneksel medya ya da sosyal medya üzerinden her türlü çaba içine girilmektedir. Günümüzde "spin doktorları" da denilen halkla ilişkiler görevlileri tarafından yürütülen bu faaliyetler, kitle iletişim aracı sahipleri ile yakın ilişkiler içerisinde olmayı gerektirmektedir (Çınarlı, 2004, s.168). Burada kaynak ve alıcı arasındaki mesaja farklı bir görüntü ya da bakış açısı verilmeye çalışılmaktadır. Bu süreçte mesaj, iletişim döngüsünde kendi doğal mecrasından çıkartılıp başka mecralara saptırılarak mesajın içeriğine belli bir görüş noktası ya da ideoloji katılmış olmaktadır (Görgün, 2006, s.309). Bu şekilde liderler, kurumlar ve politikalar halk tarafından olumlu olarak algılanarak imajlara dönüştürülmektedir. En etkili spin doktorları hükümet, iş dünyası ve medya arasındaki bağlantıda görev yapanlardır. Bu kişiler çok değişik kaynakların fikirlerini ve mesajlarını medyaya taşıma yeteneğine sahiplerdir (Sumpter ve Tankard,1994, Aktaran Çetin ve Toprak, 2016). Bunlar, hedef kitleye erişebilecek olumsuz eleştirileri önlemeye çalışır; önleyememişse de bu olumsuzlukları lehe çevirmeye çalışır.

Kitle iletişim araştırmacıları sık sık bu alanın yirminci yüzyıl boyunca bir dizi aşamalardan geçtiğini söylemektedirler. Bu nedenle medya etkileri üzerine yapılan araştırmaların tarihi dört döneme bölünmektedir (Scheufele, 1999, s.105):

3.4.1. Güçlü Etkiler Dönemi

Kitle iletişim araştırmalarının temelinin atıldığı Birinci Dünya Savaşı sonrası yıllarda, medya mesajlarının tutumlar üzerindeki etkisi stratejik propaganda deneyiminin hâkimiyeti altındadır. Kökeni davranışsal psikolojinin uyarıcı- tepki kuramına dayanan güçlü etkiler akımı, kitle iletişim araçlarının toplum ve birey üzerindeki etkileri ve bu etkilerin nasıl meydana geldiğini araştırma konusu yapmış ve kitle iletişim araştırmalarının ana akımını oluşturmuştur. Kitle iletişim araçlarının tek yönlü ve çok

büyük etkiye sahip olduğu anlaşılmıştır. “Hipodermik iğne”, “Uyarı- Tepki”, “Mermi Kuramı”, “Pasif İzleyici”, “Taşıma Kemeri” gibi kuramlara göre kitle iletişimine maruz kalan bireyler bu iletilere karsı pasif bir durumda doğrudan etkilenirler (Erdoğan ve Alemdar, 2005, s.44-45; Severin ve Tankard, 1994, s.183; Lazar, 2001, s.104-105).

3.4.1.1. Sihirli Mermi Kuramı

İletişim araştırmalarında 1940’a kadarki dönemde, medyanın oldukça etkili bir şekilde insanları yönlendirme gücünün varlığına inanılmıştır. Bu dönemdeki anlayışa göre medya; insanların düşünce, inanç ve yaşam biçimlerini değiştirmekte, davranış ve tutumlarını etkilemektedir. İletişim teknolojisindeki gelişmeler, şehirleşme ve endüstrileşmenin etkisi, savaşta medyanın insanların beynini yıkadığına olan inanç, bu durumun nedenleri arasındadır. “Sihirli mermi/hipodermik iğne” kuramları bu dönemde medyanın etkilerini açıklayan ilk çalışmalar olarak tarihteki yerini almıştır (Işık, 2012, s.37). Bu kurama göre, pasif beyinler verilen bilgilerin anlamlarını kolaylıkla beyinlerine kazırlar. Bazı metotlar kullanarak bizim algılarımızı yönetmek isteyen medya, pasif düşürdüğü kitleleri birey olmaktan çıkararak sürü psikolojisine dâhil eder. Medya, sadece toplumun haber alma hakkına yönelik değil, küresel ve yerel güçlerin parasal eğilimlerinin etkisiyle hareket etmektedir. İnsanlar birey olmaktan ziyade “kitle” olarak görülmekte, medya vasıtasıyla çeşitli yöntemler kullanılarak yönlendirilebilecekleri hale dönüştürülmektedir. Bir başka ifadeyle verilmek istenen mesaj, aynı hastalık anında kişiye damardan verilip etki etmesi beklenilen ilaç gibi, direkt olarak hedeflerin zihinde etki etmesi için verilmektedir. Bu doğrultuda verilen mesajlarla hedef kitleler etki altına alınmakta, medyayı yöneten güçler gibi düşünmesi sağlanarak bunlarla amel etmesi beklenmektedir.

3.4.2. Sınırlı Etkiler Dönemi

İkinci Dünya Savaşından 60’lı yılların sonuna kadar süren bu dönemde, medyanın etkilerine yönelik farklı bakış açıları geliştirilerek tutumların oluşumu ve değişimine odaklanılmıştır. Bu dönemde medyanın etkilerinin hiç de sanıldığı gibi olmadığı, medyanın sınırlı etkilere sahip olduğu tezi ortaya konulmuştur. Araştırmacılar insanların, büyük ölçüde homojenlik gösteren sosyal ilişki ağlarına ve bilgi alışkanlıklarındaki seçiciliklere dayandığını düşünmüşlerdir. Bu mevcut koşulların tutumları değiştirmek yerine daha da güçlendirdiğini ileri sürmüşlerdir (Scheufele ve

Tewksbury, 2007, s.10). Hâlâ da değerliliğini sürdüren bu yöndeki çalışmalarla birlikte seçici izleyici davranışına yönelik saha araştırmaları, "yararlar ve doyumlar" yaklaşımının çalışmalarınca desteklenmiştir. Joseph T. Klapper, bu dönem araştırmalarını "sınırlı etkiler" kavramıyla tanımlamıştır (Erdoğan ve Alemdar, 2005, s.117-118). Buna göre, kampanyalar insanları etkilemek bir yana, mevcut tutumlarını daha da güçlendirmektedir. Kişiler arası iletişimden doğan etkilerin kitle medyasından kaynaklanan etkilerden daha güçlü olduğu düşünülmüştür.

3.4.2.1. Kullanımlar ve Doyumlar

Psikolog Elihu Katz'a göre insanlar, toplumsal ve psikolojik kökenli ihtiyaçlarını gidermek için, medyadan ve diğer kaynaklardan birtakım beklentilere girerler (Katz, 1974). Medya içeriklerinin ihtiyaçlar yönünde kullanımı sonucunda doyuma ulaşmış olurlar. Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımında, medya içeriği ile izleyici arasında fonksiyonel bir ilişki olduğu kabul edilir. Ancak, bireylerin gereksinmeleri ve bunları doyurma ya da tatmin etme yöntemlerini şartlandıran koşullar ve bakış açıları ihmal edilir. Bunun dışında insanların kendi istek ve ihtiyaçları "evet", "hayır" ve "belki" şeklinde verilen cevaplara indirgenmiştir. Bu yaklaşıma göre izleyiciler, yayınları çok farklı şekilde yorumlayıp verilmek istenen mesajın dışında kendisine göre öznel sonuçlar çıkarabilir. Buna göre izleyiciler kendi ihtiyaçları doğrultusunda medyayı rasyonel şekilde kullanır.

Bu yaklaşıma göre izleyici kontrolü elinde tutan esas güç değildir. Ayrıca izleyiciler medyanın dışında da çok çeşitli iletişim etkinliklerine girdiğinden, tek mesaj kaynağı medya değildir. Colombia Üniversitesi'nden Katz, Berelson ve Lazarsfeld'in öncülüğünde, 'İki Basamaklı Akış', 'Fikir Önderliği' ve 'Kapı Tutucu (Gatekeeper)' gibi yaklaşımlarla kavramsallaştırılan, ilk alan araştırmalarının ortaya koyduğu sonuç, kişiler arası iletişimden doğan etkilerin kitle medyasından kaynaklanan etkilerden daha güçlü olduğu şeklindeydi (Erdoğan ve Alemdar, 2005, s.73). İki basamaklı akış modelinde "kamuoyu önderi" kavramı ortaya çıkmış ve gündelik yaşamda bireylerin kanaatlerini düzenli bir biçimde kamuoyu önderlerinin etkilediği öne sürülmüştür. Kamuoyu önderleri medya iletilerini alıp yorumlayarak toplumun daha az aktif bireylerine aktarmaktadır.

3.4.3. Güçlü Etkiler Dönemine Dönüş

1970'lerde "kültürel göstergeler", "gündem belirleme" ve "suskunluk sarmalı" gibi kuramlar geliştirilerek "güçlü etkilere dönüş" anlamında medyanın etkinliği tekrar iletişim araştırmalarında gözlenmektedir. Araştırmacılar kitle medyasının, her yerde hazır ve süreklilik gösteren mesaj akımına maruz kalan izleyiciler üzerinde güçlü etki sahibi olduğunu kabul etmişlerdir. (Gerbner,2005; Altheide,1997 Aktaran Özarslan, 2007). Bu dönemde Kıta Avrupa'sında yapılmaya başlanan araştırmalarda, kitle iletişim araştırmalarının odağı, tutum değiştirmeden daha çok kitle medyasının bilişsel etkilerine kaymıştır. Medya mesajlarının toplumsal dinamikleri, koşulları ve üretim süreçleri üzerine odaklanılmıştır. Eleştirel ve kültürel yaklaşımların Avrupa'da ortaya çıktığı bu dönemde, medya etki araştırmaları Amerika'da da farklı boyutlarıyla sürdürülmüştür.

3.4.3.1. Suskunluk Sarmalı Kuramı

Alman Sosyolog Elizabeth Noelle Neumann tarafından geliştirilmiştir. Kuram, insanların azınlıkta olduklarını hissettiklerinde neden düşüncelerini açıklamaktan çekindiklerini açıklamaktadır. Belli bir görüşe sahip insan, toplumdan ve bulunduğu çevreden dışlanma korkusu ya da dışlanma tehdidi nedeniyle görüşünü savunamamaktadır. Suskun kaldıkça bu görüş olduğundan daha az yaygın ve geçerli sayılmakta ve bu durum bir suskunluk sarmalının oluşmasına yol açmaktadır. Genel geçer görüşlerden farklı görüşleri olan insanlar giderek seslerini duyurmada daha az istekli olmakta ve iletişim araçlarının görüşü giderek daha baskın ve doğru olarak algılanmaktadır. Baskın grup normlara aykırı davranan bireyleri önce ikna etmeye çalışır. İkinci aşamada dışlamakla tehdit eder. Son aşamada ise gruptan dışlar (Karakoç ve Taydaş, 2015). İnsanlar dışlanma korkusu nedeniyle sürekli olarak düşünce iklimini gözetlerler. Bunun için medya yayınlarını takip ederler. Bu şekilde medya kişilerin düşüncelerinin oluşmasına etki eder. Kendi kanaatlerinin medyada yansıtılan egemen fikir iklimine benzediğini gören insanlar, bu kanaatlerini ifade etmek için cesaret bulurlar.

Suskunluk sarmalı kuramında kamuoyu kavramına özel bir anlam yüklenmiştir. Kuram, toplumsal birliktelik içinde uyumun, amaçlar ve değerler üzerinde elverişli bir katılım seviyesi tarafından sağlandığını varsayar. Bu katılım da kamuoyu olarak ifade edilir. Her bireyin üyesi olduğu kamuoyu, toplum içindeki bir ahlaki ve estetik yönelim olarak, kimsenin geri çekilemeyeceği kamu gözünden insan davranışlarının yönetilmesini

sağlar. Kamuoyu toplumsal bir denetim aracıdır. Dışlanma tehdidi ve korkusu, suskunluk sarmalının yaşamsal kavramlarındandır. Kamuoyu baskısına yalnızca hükümetler değil, toplumun bütün üyeleri uğrar. Bu kabuller uyarınca kavram şu şekilde tanımlanır (Noelle Neumann, 1991, s.257-287):

> "Kamuoyu, dışlanma riski tanımaksızın kamu önünde açıklanan kanaatler ya da dışlanmaktan kaçınmayı arzulayan birisinin açıklamak zorunda olduğu kanaatlerdir."

Kuram, yalnızca üyelerinin birbirlerini tanıdıkları grupların değil, toplumun da görüş birliğinden sapan bireyleri tehdit ettiği varsayımına dayanır: Kişi, kendi görüşünün azınlıkta kaldığına inanırsa, dışlanma korkusuyla onu açıklamaktan çekinir. Çoğunluğun görüşünü kabul eder. Bu süreç içinde medya, temel bilgi kaynağı olarak aktif rol oynar. Medyanın önemli rol oynamasının nedeni ise insanların kamuoyunun dağılımı için baktıkları kaynak olmasıdır. Bu noktada medya, suskunluk sarmalını çeşitli şekillerde etkiler (Özer, 2013, s.65). Hangi düşüncelerin toplumda baskın olduğu, hangilerinin çoğalmakta olduğu ve hangilerinin kişilerce toplum önünde soyutlanmadan söylenebileceğiyle ilgili izlenimleri şekillendirir.

3.4.3.2. Gündem Belirleme Kuramı

Medyanın insanların ne hakkında düşüneceğini belirlediği düşüncesine dayanır. Medya, haberleri sunuş yoluyla kamuoyunun düşündüğü ve konuştuğu konuları ortaya çıkarır. Medyanın bir konuya ayırdığı zaman bu konunun önemliliği ile ilgili yargıyı belirler (Dearing & Rogers aktaran Yüksel, 2001,s.34). McCombs ve Shaw tarafından geliştirilen gündem belirleme kuramı, kitle iletişim araçlarının haberleri sunuş tarzı yoluyla bazı konulara ağırlık vererek toplumun gündemini oluşturduğu görüşüne dayanmaktadır. Medyada fazla yer alan, kamu gündeminde de fazla yer alır. Bir gazetenin ilk sayfasında manşette ya da sürmanşette işlenen konular, radyo ve televizyondaki ilk haber en önemli konulardır (Temizel, 2000, s.143).

Önceleme, öne çıkarma ya da önemli hale getirme, gündem belirleme kuramının bir uzantısı olarak kullanılmaktadır. Medya, bazı sorunları görmezden gelir ama bazı sorunlara dikkatimizi çeker. Medya, güç aktörlerine yönelik değerlendirme ölçütlerinin belirleyicisi olarak önemli bir güce sahip bulunmaktadır. Bir haberde ele alınan konunun, genellikle kamuoyunun istenen yönde dikkatini çekebilecek şekilde, bazı yönlerinin

seçilerek kimi zaman belirli çağrışımlarla birlikte sunulduğu da söylenebilir. Çerçeveleme ise (Yüksel, 2001, s.42) ele alınan bir sorunun bazı boyutlarını seçerek metin içerisinde daha görünür hale getirmektir. Çerçevelemede medya sadece gündem belirlemekle kalmaz, bunun yanı sıra belli niteliklerin güncel önemini olaylara veya adaylara aktarır. Böylece medya, haberleri gerçekte değişik nedenlerden dolayı değişik biçimlerde çerçeveler (Güran, 2013, s.301). Gündem belirleme insanların ne hakkında düşüneceğini etkilerken, çerçeveleme ise insanların buna ilaveten sıra nasıl düşüneceklerine de vurgu yapmaktadır (Özarslan, 2007). Gündem Belirlemede, ilk aşama "farkında olma ya da varma", ardından ikinci aşama olan "bilgi edinme" ye geçilir. Üçüncüde "tutum" geliştirme aşamasına ulaşılır. Dördüncü aşamada ise iletişimin üzerinde en çok sözü edilen etkilerine yönelik seviyesi "davranış değişikliği" dir. (McCombs ve Shaw, aktaran Yüksel, 2007, s.577).

Etki kaynağına göre medya içerikleri üzerindeki etkileri Shoemaker ve Reese'nin sınıflandırması oldukça kapsayıcıdır ve birbirinin üzerine sıralanan beş ayrı düzeyde tanımlarlar (Shoemaker ve Reese, 2002, s.130). Medya çalışanları anlamında görülebilecek "mikro" düzeyle, ideolojinin yarattığı "makro" düzey arasında değişen bu beş kategori "etkiler hiyerarşisi" diye adlandırılmaktadır. Bu hiyerarşide ideoloji en tepede görülerek, diğer tüm seviyelere doğru bir süzgeç işlevinin var olduğu ileri sürülmektedir. Bir olayın haber olabilmesi için öncelikle bu süzgeçten geçmesi gerektiği düşünülmektedir. Bir başka deyişle, en üstteki ideolojik aşama en önemli belirleyici niteliği taşımaktadır (Özer, 2013, s.66-74):

- *Medya çalışanlarından kaynaklanan etkiler*: Medya çalışanlarının kişisel özellikleri, tutumları, değerleri, inançları, etnik kökenleri, mesleki birikimleri ve rollerini kapsar.
- *Çalışma düzeninden kaynaklanan etkiler*: Medya rutinleri düzeyi de denilen bu düzeyde, yayın periyodu, yer zaman sınırlılığı, haber yazım kuralları, haber değeri, objektiflik ve haber kaynağına olan bağlılıktan doğan etkiler anlaşılır.
- *Kurumsal amaçlardan kaynaklanan etkiler*: Kitle iletişim araçlarının sahip oldukları amaçlara yönelik, kurumsal ya da ekonomi politik yaklaşım biçiminde ifade edilen etkilerdir. Kurumsal yaklaşım, liberal çoğulcu gelenek içinde geliştirilen ve medya kurumlarını analiz birimi olarak ele alan çalışmalardan oluşmaktadır. Örgüt kuramından hareketle, medya kurumlarının da diğer kurumlar gibi hiyerarşik yapılarının bulunduğunu, kurum içi işbölümünün gerçekleştirildiğini, kurumların ekonomik amaçları doğrultusunda faaliyette bulunduklarını içermektedir. Ekonomi politik yaklaşıma göre, medya içeriğini asıl belirleyen unsur, ekonomik çıkarlar ve medya kurumlarının mülkiyet yapılarıdır.

Bu çalışmalarda da medyadaki yoğunlaşmalar ve tekelleşme eğilimleri üzerinde durularak medya sahiplerinin ve medyayı denetleyenlerin sözcülüğü rolü nedeniyle medyanın güç aracı haline getirildiğine işaret edilmektedir.

- *Kurum dışından gelen etkiler*: Baskı gruplarının belirli bir içerik için medyada yürüttükleri lobi faaliyetleri ve hükümet baskısının doğurduğu etkiler bu grupta toplanmaktadır.
- *İdeolojik eğilimlerin etkileri*: İdeolojik eğilimler ya da medyanın herhangi bir ideolojiye olan yakınlığının doğurduğu etkilerdir.

Medya gündemini belirlemede bazı unsurlar vardır. Bazen bir soruna işaret etmek, bazen medya kuruluşlarının bazı konularda o konunun belli bir yönü üzerinde durularak kamuoyu ve siyaseti etkileyen haberler, bazen de halkla ilişkiler uzmanlarının istek ve baskısıyla yapılan haberlerle gündem belirlenmektedir (Severin ve Tankard, 1994, s.395). Büyük ya da saygın yayın organlarında yapılan haberlerin diğerlerinde de haber olması da gündemi belirler. Terör ve doğal felaketler gibi ateşleyici olayların haberleri gerçek yaşam göstergeleri ve ideolojik nedenlerle yapılan gündem yanlılığı haberleri de gündem belirlerler. Bunların dışında Kremlin, Beyaz Saray gibi önemli kurumlar ya da etki gücü önemli kişiler medya gündemini belirlemede önemlidir. Nitekim bir konunun medya gündemindeki konumunu, çıkar gruplarının önceliği ve bu konunun kamu gündemindeki önemliliği belirler.

3.4.3.3. Yetiştirme Kuramı

Gerbner'e göre, kitle iletişim araçları kamuoyu yaratma işlevini yürütmektedir. Özellikle TV başta olmak üzere kitle iletişim araçları, yaygın görüş haline getirilen düşünce ve mesajların kişilerce paylaşılmasını sağlayan araçlardır. Ona göre kamuoyu, kitlelerin televizyondan yayılan semboller üzerinden oluşmasının bir sonucudur (Gerbner Aktaran Özkan, 2017, s.305). Gerbner ve arkadaşlarına göre TV, görece durağan ve ortak imgeleri insanların zihnine ekmektedir. Gerçek dünyayla orada sunulan dünya arasında bazı eleştirel farklılıklar bulunmaktadır. TV dünyası, nadiren objektif gerçekliği sunmaktadır. Çoğunlukla bireylere egemen ideoloji ve değerleri dayatmaktadır.

TV dünyası, diğer kitle iletişim araçlarının içeriğinden farklı bir içeriğe sahiptir. Bunun en önemli nedeni bu aracın merkezileşmiş kitlesel üretim yapmasıdır. TV merkezileşmiş hikâye anlatıcı konumundadır. Böylece sadece insanlar, hikâye anlatmanın bazı formları ve tarzları aracılığıyla oluşturulmuş ve deneyimlenmiş bir dünyada yaşarlar. İnsanlar ne biliyorlarsa onları anlatılan hikâyelerden edinmektedirler.

Dolayısıyla günümüzde hikâye anlatma işlevini bu araç yerine getirmektedir. Bu medya aracını tek yapan; standartlaştırma, doğrusal bir akış haline getirme ve genişletme kapasitesidir. Daha da önemlisi neredeyse toplumun tüm üyelerine ortak kültürel normları paylaştırmasıdır. İnsanlar onun sembolik çevresi içinde doğmaktadırlar. Çocuklar okumaya başlamadan yıllar önce, hatta konuşmayı öğrenmeden bu aracı izlemeye başlamaktadırlar. TV ise gerçekliğin sosyal olarak kurulmuş çeşidini, aynı zaman ve aynı yönelimde, tüm sınıflar, gruplar ve yaşlara yağdırmaktadır. İzleyici, onu seçerek izlememektedir. Devamlı önümüzde açık durumda olan bu araç, insanları sinsi ve yavaş yavaş etkilemektedir. En sert ve kalıcı etkiyi bırakan kitle iletişim aracıdır (Özer, 2013, s.66-74). Nitekim bu medya aracı korku, endişe ve güvensizlik hissi oluşturarak, sivil haklar ihlalleri ve baskıya daha ağır basan bir iklim yaratmaktadır.

3.4.4. Toplumsal Yapısalcılık Dönemi

1980'lerin başında başlayan ve şu an içinde bulunduğumuz bu dönem, kitle medyasının hem güçlü, hem de sınırlı etki unsurlarını barındırmaktadır (Baran ve Davis, 2006, s.280). Bu dönemde bir yandan kitle medyası, öngörülebilir ve kalıplara uygun bir biçimde gerçeklik imgelerini çerçeveleyerek toplumsal gerçekliği inşa eden güçlü bir etki sahibidir. Diğer yandan medya etkileri kitle medyası ile alıcılar arasındaki etkileşimle sınırlandırılmıştır (Scheufele, 1999, s.105). Medya söylemi, bireylerin anlam inşa ettikleri sürecin bir parçasıdır ve kamuoyu da habercilerin kamusal söylemde anlamı geliştirip açıklığa kavuşturdukları sürecin bir parçasıdır (Gamson ve Modigliani, 1989, s.2**).**

Toplumsal inşacı bir bakış açısıyla bakıldığında, kitle iletişim medyasının anlamların sürekli oluşturulup iletişime sokulduğu ve çeşitli sosyal yapıların ve ideolojilerin bu toplumsal yapıların koşul ve biçimleri hakkında mücadele ettiği önemli bir sembolik arenayı oluşturduğu düşüncesi yaygındır (Gamson, Croteau, Hoynes ve Sasson, 1992, s.376). Bazı yazarlar medyayı "imaj üretim sanayi", "ikincil iddiacı" gibi kavramlarla, anlam oluşturma ve iletişim sürecinin etkin bir parçası olarak tanımlamışlardır (Altheide,1997 ve Uysal, 2003, Aktaran Özarslan, 2007, s.7).

Gamson ve Modigliani'ye göre medya söylemi ve kamuoyu, anlamın inşa edildiği iki paralel sistem olarak ele alınabilir. Gerçekliğin toplumsal inşası kavramı, medya aracılığıyla gerçekleşen toplumsal süreçlerin, insanların, dünya, ülkeler, olaylar, insanlar,

meseleler ve nesneler hakkında sahip oldukları bilgileri belirledikleri anlamına gelmektedir. Bu çeşit bilgi, insanların şimdiki ve gelecekteki algılarını yönlendiren sübjektif bir bilgi olarak içselleştirilir. Bununla birlikte gerçekliğin toplumsal yapılanması, öncelikle sembollere dayanmakta olup "çerçeveleme"nin bir sonucudur (Gamson ve Modigliani 1989, s.1-2; Gamson ve ark. 1992, s.374).

Birçok araştırmacı, kamusal alan hakkında açık bir uzlaşma olmasa bile, medyanın kamusal söylemi etkilediğini kabul etmektedir (Haller ve Ralph, 2001, s.408). Benzer biçimde başka araştırmacılar da, medyanın kamuoyunu sadece yansıtmak yerine etki altına aldığını veya çeşitli alternatifler arasından çerçeveler seçerek kamusal söylemi biçimlendirdiğini kabul etmektedir (Callaghan ve Schnell, 2001; Thomas, 2002, Aktaran Özarslan, 2007). Bazıları ise medyayı kamunun kendisi olarak görmüşler ve ona "medyasal kamu" adını vermişlerdir (Mules, 1998, s.4).

Sosyolog Goffman'da "Çerçeve Analizi" adlı eserinde gerçekliğin inşasını inceler (Goffman'dan Aktaran. Poloma, 1993, s.213). İster bireysel ister kolektif olsun çerçeveler, olayları anlamlandırarak deneyimleri düzenleme ve eylemi yönlendirme işlevini yerine getirirler. Gerçeğe ilişkin anlamın inşa edilmesi, toplumsal kurallar, normların öğrenilmesi bireysel katılımımızla gerçekleşir ve gerçekliğin değişik derecelerini içeren ve "çerçeve" olarak adlandırılan öznel gerçeklik inşa edilir. Çerçeveler öznel olmakla birlikte sadece zihinsel temelli değillerdir. Olayları, kişileri, meseleleri anlamakta kullandığımız çerçeveler, gerçekte neler olup bittiğini tanımlar (Goffman'dan aktaran Uysal, 2003, s.3).

3.4.4.1. Rızanın Üretimi Kuramı

Demokratik sistemlerde, iktidarın sürdürülmesine yönelik işler topluma zorla dayatılamaz. Bu nedenle toplumun düşünce ve beklentileri dikkate alınarak incelikli ve dolaylı yöntemler kullanılır. Eğer otorite belirli ise ona her zaman baş kaldırılabilir. Ama otorite size ne yapmanız, nasıl davranmanız gerektiğini söylüyor ama belirsiz ve anonim ise ona rıza gösterilir. İşte bu rıza gösterilen anonim otorite kitle iletişim araçlarıdır (Kılıçarslan, 2011, s.108).

Demokratik sistemlerde, toplumsal sınıfların rızasını biçimlendirmek ya da mevcut rızayı siyasal aktör lehine şekillendirmek için birtakım örgütlenmelere

girilmektedir. Söz konusu örgütlenmeler tarafından iktidarın ya da iktidarı ele geçirmeyi hedefleyen aktörün meşruiyetinin sağlanmasının yanı sıra, toplumun belli bir doğrultuda yapılandırılması işlevi de yürütülmektedir. Kitle iletişim araçları, örgütlenmeyi sağlayan hegemonyayı oluşturmakta, var olan hegemonyayı ise güçlendirmektedir (Durmaz, 2015, s.89). Bu bağlamda, egemen ideoloji bahsi geçen araçlar tarafından desteklenirken; egemen ideoloji dışında kalan düşünce sistemleri ise yine aynı araçlar tarafından gayri meşru olarak ilan edilmektedir.

Chomsky, toplumun genel kanı ve düşüncelerini değiştirmek için reklam endüstrisi, halkla ilişkiler endüstrisi ya da sorumlu entelektüellerin bir araç olarak kullanıldığını; bu araçların insanları atomize ederek birbirlerinden yalıtılmaları işlevi gördüğünü belirtmektedir (Chomsky, 2012, s.50). Nitekim toplumun yalnızlaştırma suretiyle bireylere dönüştürülmesi, egemen siyasal otorite karşısında örgütlenme potansiyeli taşıyan oluşumların önüne geçerek mevcut durumun sürekliliğini sağlayacaktır. Örgütlenebilme yeteneğini kaybetmemiş toplumlarda ikna suretiyle rızanın kazanılması çok daha ciddi siyasal başarılar veya ikna teknikleri gerektirirken; toplumsal düşünceden uzak, yalnızlaştırılmış bireylerin bulunduğu bir toplumda rızanın kazanılması siyasal aktörler açısından çok zor olmayacaktır. Siyasal aktörün hedeflediği iktidarı ele geçirebilmesi noktasında, toplum kitle iletişim araçlarının propagandasıyla örtük bir şekilde yönlendirilmekte ve siyasal aktörün iktidara giden yolda önü açılmaktadır. Etkili bir düşünce kontrolünün sağlanması üzerine kurulu bu sürecin, kendisinden beklenen toplumsal rızanın sağlanması noktasında başarısızlığa uğraması zordur.

3.4.4.2. Postmodernizm ve Simülasyon Kuramı

Postmodernizm kavramı, İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra, edebiyat, mimari ve plastik sanatlarda ortaya çıkmıştır. Kavramı modernizmin sonu olarak kabul edenler olduğu gibi, modernizmin geliştirilmiş hali olarak da kabul edenler de bulunmaktadır (Odabaşı, 2006). Bazıları kapitalizmden kopuş olduğunu iddia etse de, gerçekte kapitalizm içinde önemli bir değişiklik olduğundan ibarettir. Sosyal, kültürel ve ekonomik bir süreç olan bu değişikliğin en çarpıcı özelliği, tüketime doğru bir hareketlenmeyi kapsaması ve çok uluslu şirketler aracılığıyla kapitalizmin gittikçe daha küresel hale gelmesidir.

Postmodernizm; tüketici ile iletişimin ön planda olduğu ve teknoloji hâkimiyetindeki toplumların konumunun irdelendiği, modernist anlayışı eleştiren bir kuram olarak da düşünülebilir. Aynı zamanda, teknolojide büyük atılımların olduğu ve üretimin sınırsız hale geldiği ve kol gücü yerine beyin gücünün, bilgisayar teknolojisinin ve baskın piyasa kurallarının mutlak hâkimiyetinin olduğu bir dönemi ifade etmektedir (Yeygel, 2006, s.199). Bunun yanında, postmodernizmin; insanların beyninde sosyal sınıf kavramının kimlik oluşturma konusunda diğer yollardan daha az önemli olduğu düşüncesini doğurduğunu da gözden ırak tutmamak gerekir (Bocock, 2005, s.83-84).

Neoliberal politikalar ve teknolojideki gelişmelerle birlikte uydu yayıncılığı yaygınlaşmış, özel kanalların sayısının artması ile medya endüstrisindeki rekabetçi anlayış, kitlelere ulaşabilmek için bilgilendirme işlevinden çok eğlendirmeye yönelmiştir. İçeriklerin magazinsel boyutu ön plana çıkarılarak, "realty showlar" gibi çeşitli program formatları eğlence aracı olarak öne çıkmıştır. Jean Baudrillard'ın simulasyon kuramı medya-toplum ilişkisine ve gerçeklik sorununa kuramsal açıdan farklı bir perspektif kazandırmıştır. O, postmodernliği simulasyonlar dünyasına hapsolmuş tüketim toplumu üzerinden tanımlamaktadır. Ona göre eğer modernlik kodları endüstri burjuvazisi tarafından belirlenen üretim çağı ise postmodernlik sibernetik tarafından yönetilen bir enformasyon ve göstergeler çağıdır. Artık bu dünyada imaj, simulasyon ve gerçeklik arasında sınır kalmamıştır (Baudrillard'tan aktaran Çağlar, 2008). Medyadan gönderilen mesajlar nesnenin asıl anlamını muğlaklaştırarak gerçeğin yerini almıştır. Burada simülakr, bir gerçeklik olarak algılanmak istenen görünüm; simülasyon ise bir araç, bir makine, bir sistem, bir olguya özgü işleyiş biçiminin incelenme, gösterilme ya da açıklanma amacıyla bir maket ya da bilgisayar programı aracılığıyla yapay bir şekilde yeniden üretilmesi olarak tanımlanmıştır. Hiper gerçeklik ise gerçek ve kurgu arasındaki çizginin yok olmasıdır (Baudrillard, 2010, s.3). Burada medya anlam kaybını engelleyememekte ve çok bilgi az anlam üretmektedir. Bilgi, ürettiği içeriği, iletişimi ve toplumsalı yutmakta, anlamı yok etmekte ve toplumsalı yeniliğin aksine tam anlamıyla puslu bir bilgi yokluğunun içine sokmaktadır. TV, sıcak medya olaylarını soğuk olaylara dönüştürmekte ve bu olaylar sıradanlaşarak eğlence aracı hâline gelmektedir (Baudrillard, 2014, s.194-220). Medya Körfez Savaşı görüntülerini seçerek Amerikalıların vicdanlarını sızlatmayacak bir şekilde, bir dizi simule edilmiş görüntüler silsilesi içinde yayınlamıştır.

Hatta bir nevi bilgisayar oyunlarındaki savaş sahnelerini sanki eğlence dünyasının içindeymiş gibi bir izlenim oluşturarak savaşın korkunçluğunu gizleyebilmiştir.

3.5. Haberin Üretimi ve Dağıtımı

Günümüzde medya, benliğimizi teslim alıp hayatımızın her alanına girmiş durumdadır. Kitle iletişim araçları, siyasal, ekonomik, psikolojik bütün ilişkilerimizi etkilemekte ve dönüştürmektedir. Mevcut sistemin ve güç odaklarının istekleri doğrultusunda üretilen haberler ve algılarla kamuoyu oluşturulmaya çalışılmaktadır. Haber, bir yerdeki olaylar hakkında insanların bilmek istediği her şeydir (Girgin, 2002, s.4-6). Bir başka tanıma göre kişilerin kafalarında bir anda ışık yaktıran yüzeysel bilgilerdir (Usluata, 1997, s.93). Bir diğerine göre ise bir olayın raporudur (Tokgöz, 2017, s.201).

Gazetecilik, haber malzemesi sayılan bilginin toplanmasını, yazılmasını ve dağıtılmasını içerir (Tokgöz, 2017, s.108). Görsel ve işitsel materyallerle oluşturulan haber metninin içeriğinin tam anlaşılması için içeriğinde yedi öğe bulunmalıdır. Ancak verilerin toplanamaması, özel bir çıkar gütme ya da birileri zarar görmesin diye bilinçli olarak açıklanmaması, yer ve zaman darlığı gibi nedenlerle her haber metninde bu öğelerin hepsi bulunmamaktadır (Girgin 2002, s.51). Bu bilgi eksiklikleri zaman zaman misinformasyon (yanlış anlama) ve dezenformasyona (çarpıtma) yol açabilmektedir. 6N 1K olarak ifade edilen bu sorular şu şekilde sıralanmaktadır (Aslan, 2003, s.105):

> "Kim, kim yaptı, kim dedi", sorularının yanıtını veren, haber içeriğindeki olayın ortaya çıkmasına neden olan kişidir.
>
> "Ne, ne oldu, ne dedi" sorularının yanıtını veren haber içeriğindeki olayı açıklamaktadır.
>
> "Ne zaman, ne zaman oldu, ne zaman dedi" sorularının yanıtını vermekte, haber içeriğinin gerçekleşme zamanı, zamansal gelişim sürecini kapsamaktadır.
>
> "Nerede" habere konu olan olayın nerede olduğunu belirtir.
>
> "Nasıl", haber konusunun gerçekleşme biçimine dair verileri içermektedir.
>
> "Neden" habere konu olan olayın veya durumun ortaya çıkmasına neden olan koşulları anlatır.
>
> "Nereden" eylem ve söylem haberlerindeki kullanımı birbirinden farklıdır. Eylem haberinde haberin kaynağını belirtebileceği gibi, habere konu olan olayın hareket yönünü belirten nereden nereye sorusuna yanıt iken; konuşma haberlerinde kaynağı belirtmektedir."

Olan olayların veya yapılan konuşmaların hangisinin haber olarak işleneceği ve bu haberin medyada olayın hangi yönüyle, hangi ortamda, hangi uzunlukta, hangi ayrıntılarıyla yer alacağına karar verilmesi, haber değeri ile açıklanmaktadır. Haber değeri taşıyan her haber de gelişigüzel haber yapılmaz. Belli editoryal süreçlerden geçerek haberleşir. Bu eleme işine eşik bekçiliği denmektedir. Van Dijk'e göre eşik bekçiliği süreci ile haber değeri ölçütleri, iktidarın tanınması ve meşrulaştırılmasına yönelik süreçlerdir (Van Dijk, 2003). Gazeteci haber üretirken yalnızca mesleki sezgisini değil, bu süreçleri de göz önünde bulundurmaktadır (Küçük, 2006). Bilginin haberleştirilmesi ile yayın politikası doğrultusunda eşit bekçiliği sürecinde kitlenin algısı oluşturulmaktadır. Kitlenin ilk aşamada nasıl düşüneceği değilse bile ne düşüneceği saptanmaktadır.

Haberin değeri ise birden çok ölçüt ve unsura dayalı olarak belirlenir. Zaman, önemlilik, insanların ilgisi, sıra dışılık, görsel ve işitsel çarpıcılık haber değerlendirme ölçütleri olarak kabul edilmektedir (Aslan, 2003). Bu ölçütlerin uygulanabilirliği habere konu olan durum, konuşma veya olay ile ilgili habercilik dışındaki herhangi bir kaygının güdülmediği durumlarda geçerlidir. Ancak iktidar ve çıkar çevreleri ile olan ilişkiler, medya kuruluşlarını habercilik yaparken haber üretim ve aktarım sürecinde bundan farklı uygulamalara götürmektedir. Bu bağlamda haber değeri taşıdığı halde neyin haber filtrelerinden geçerek haberin yayımının gerçekleşebileceğini açıklamak gerekecektir. Çerçeveleme ile bir olayın hangi boyutları ile medyada yer alabileceği, gündem oluşturma ile medyanın belli konulara öncelik vererek bu konuların medyada sıklıkla görünür olması sağlanır (Özarslan, 2007). Öne çıkarma ise olayların bazı yönlerinin ön plana çıkartılırken, bazı yanlarının görmezden gelinerek haber tüketicilerinin hangi siyasal yargıları seçeceğini belirlemekte etkilidir (Atabek ve Uztuğ, 1998, s.100-102).

Haber üretim sürecinin ilk aşaması da olan haber toplama sürecinde, gazeteci yazılı veya görüntülü her türlü belge ve kanıttan yararlanabileceği gibi, kişilerden ve kurumlardan da veri edinebilmektedir. Haber seçimi, haber değerinin sıralamasına göre şekillenir (Meyer, 2014, s.76-77). Habercilik için her yayın kuruluşu topladığı haberi, rakiplerinden daha hızlı bir şekilde işleme sokmaya çalışır. Bu da habercilerin, rahatlıkla ulaşılabilecek haber kaynağı ile ilişkilerinin iyi oluşturulmasına bağlıdır. Gazetecinin bilgi toplamak dışında, oluşturduğu haber metninin inandırıcılığı için konunun uzmanına başvurması gerekir. Haber metninde, olaya tanıklık eden kişilerin görüşlerine ve

izlenimlerine de yer verilerek, olaya katılan tanıklıkla bir çeşit canlandırma yapılmaktadır (Balel, 2016, s.22).

Haberci, haber kaynağının kendi çıkarı doğrultusunda propaganda maksatlı gündem oluşturmasına fırsat vermemesi için haber kaynağının güvenilirliğine dikkat etmelidir. Olayın, durumun, konuşmanın haber değeri taşıdığına karar verildikten sonra, bu içerik bir haber metni olarak haberleştirilmektedir. Haberleştirme ile bu olaya yönelik bir haber anlatısı var olmaktadır. Haber anlatısının oluşturulmasında gazetecinin, haberin yayımını yapan medya kuruluşunun genel tutum ve politikasının, içinde bulunulan ekonomik ve politik konjonktürün büyük etkisi olmasının yanında, haber içeriğinde kaynağın bilinçli ya da bilmeden aktardığı bilginin de büyük payı vardır. Kaynağın bunun farkında olması durumunda, haber üzerinden hedeflediği yönde enformasyon yayması olanağı oluşmaktadır (Özarslan, 2007).

Gerçeğin aktarımı olarak algılanan haber, dünyada gerçekleşen olayları olduğu gibi yansıtmayan, gerçekliği yeniden inşa eden enformatik metindir. Haber üretimini gerçekleştiren haberci, aktardığı enformasyon ile hedef kitlenin dünya ile ilgili algısını belirlemekte etkilidir. Haber metninin gerçek dünyayı olduğu gibi yansıtmaması, haber tüketicisi olan bizleri etkilediğinden haber metinlerine yönelik eleştiriler kaçınılmaz hale gelmektedir (Dursun, 2004, s.37-40). Haber, toplumsal gerçekliğin bir ürünü olduğundan, haberin üreticisi ve tüketicisi bazı ayrıntıların atlandığı anlaşılabilir ortak bir özde uzlaşmaktadır. Haber tüketicileri bunları aldığında metinlere bazı ayrıntılar eklemektedir. Kapalı metin özelliğinde yazılmış olsalar da haberler, haber tüketicisinin önceki algılarının üzerinde yeni bir gerçekliğe kavuşmaktadır.

Anlatı, gerçekleşen veya kurgusal durumların betimlenmesi olarak tanımlanmakta (Prince, 1982, s.181) ve hayatın her alanında, birbirinden çok farklı biçimlerde ve çok farklı amaçlarla üretilerek karşımıza çıkmaktadır. Roman, öykü, şiir, deneme, drama, dans, günlükler, mektuplar, haberler, bilimsel makaleler, tarihsel metinlerin hepsi yazılı, sözlü ve görsel birer anlatı niteliği taşımaktadır. Anlatı, gazete, kitap, resim, gösteri sanatları, yüz yüze görüşme gibi birçok ortamda; ses, yazı, beden dili, yüz ifadesi gibi herhangi bir araçla veya medya yoluyla aktarılabilmektedir. En basitinden en karmaşık olanına kadar tüm anlatılar, ilk başta bir olaylar zincirinden oluşmalıdır. Sonrasında ise bu zincirdeki olaylar birbirine bağlanmalıdır (Todorov Aktaran Balel, 2016, s.7). Hedef

kitle ile olay arasındaki ilişki medya aracılığıyla kurulmakta ve algı anlatı vasıtasıyla biçimlendirilmektedir. Gerçek oluştuğu andan itibaren, önce anlatıcının tanıklığı, dili kullanabilme yetisi, kodlama ve çözebilme yeteneği, geçmiş yaşam deneyimleri üzerinden algılanmaktadır Bu da anlatıda gerçekliğin algılanması ile aktarımı arasında kesin sınırları çizilemeyen bir aracılık sürecine yol açmaktadır (Balel, 2016). Medyada yayınlanan herhangi bir içeriğin, algılayıcıya bir yorumlama, biçimlendirme, bütünlük oluşturma, bazı yönlerini vurgulama, bazı yönlerini ise geçiştirme süreci de aracılık kapsamında değişime uğramaktadır. Medya üzerinden sunulan içerikler, kaynak konumundaki aracıların algıları, düşünceleri ve değerleri üzerinden anlatılmaktadır (Mutlu, 1998). Hedef kitle ile özgün olay arasındaki ilişki, medya aracılığıyla kurulmaktadır (Burton'dan aktaran Balel, 2016).

Haberlerde görüntü, fotoğraf ve fondan gelen ses, gerçeğin ve nesnelliğin kanıtı olarak sunulmaktadır. Kameranın gözü izleyicinin gözü olmaktadır (İnal, 1996, s.104). Eşik bekçiliği ve haber değerleme ölçütleri ile simülakr üzerinden oluşturulan simülasyon kitle tarafından gerçek olarak algılanmakta ve bu yolla kamuoyu oluşumu süreci başlamaktadır. Haberin gerçeğin anlatısı olduğu tartışmalı bir konudur. Sorunlu bir tanımlama olan gerçeklik, gerçeğin yok oluşu üzerine kurulmaktadır (Baudrillard, 2002, s.208). Gerçek yeniden kurgulanmaktadır. Bu durumda haber, bilginin işlenerek üretildiği bir anlatı olmaktadır. Her türlü anlatıda olduğu gibi haberde de gerçeğin yeniden kurgulanması, içeriğin propagandaya yönelik kullanılmasına olanak tanımaktadır. Haberin algılayıcısı tarafından bir anlatı olarak değerlendirilmemesi, haberi propaganda için uygun bir ortama dönüştürmektedir (Balel, 2016). Oluşturulan gerçeklik ise haber tüketicisi tarafından gerçek olarak algılanmaktadır. Hayata dair görüntü, fotoğraf, enformasyon, değerlendirmeleri içeren haberler üzerinden olanlardan haberdar olan kitlenin algısı bu yönde oluşmakta, gerçekliği kendisine gösterilen bu sunumlardan oluşmaktadır. Medya üzerinden sunulan içerikleri bire bir yaşamamış olan kitleler, bu içerikler sayesinde olaylar, olgular, yerler ve hatta duygular hakkında sentetik bir deneyim kazanmaktadır (Türkoğlu, 2010, s.9). Böylelikle medya içerikleriyle kitlelerin, dünyayı hangi açılardan değerlendirilmesi gerektiği biçimlendirilmektedir. Baudrillard, var olduğu andan itibaren gerçeğin bir daha asla geri döndürülemeyeceğini ve bu andan sonra olayın tüm betimlemelerinin bir simülakr olduğunu, tüm aktarımların da simülasyon olduğunu belirtmektedir. Başka özellikler ortaya çıkarılarak özünde

denilmesi gereken denilmemekte, gereksiz veya üretilmiş ayrıntılarla gerçek maskelenmekte ve dolayısıyla ortaya çıkan bu simülasyon ile gerçek yok edilmektedir (Baudrillard, 2010, s.13-28). Haberde üretilen gerçeklik, gerçek ve gerçek olmayanın bir arada kullanılmasıyla oluşturulmaktadır. Böylelikle hedeflenen yönde tutum ve algı oluşturmak istenilen haberler, propagandanın temel ve ikna edici özelliklerinden olan gerçek öğelere dayalı oluşturulmaktadır.

Günümüzde medya sahipleri ile çalışanları, gazete, televizyon kanalı gibi haber aktarım ortamları, uluslararası haber ajansları vasıtasıyla egemen sınıfın hegemonyasını gerçekleştirmeye çalışmaktadır (Vergin, 2008, s.88-92). Dünyada haber yapan ve yayan önemli merkezler egemenlerin denetimi altındadır. İzleyici haberi sağlayanın politik inançları ve ekonomik durumu hakkında bilgi sahibi olmalıdır. İzleyici bu sayede belirli olayların neden önemli olduğunu anlayabilir ve kendi yargısıyla kıyaslayabilir (Postman ve Powers, 1996, s.24). Medya rızanın oluşturulmasında en önemli kurumdur. Metin üretim aşamasında, haber toplama, haber seçimi ve yazımında, haberleri olduğu gibi yansıtan nesnel bir arayıştan daha çok inanç ve kanaat oluşturmak ağır basmaktadır (Mora, 2007). Haber çoğu kez bir dolgu malzemesidir. Para kazanmak ve istenilen yöne yönlendirmek daha önemli olmaktadır. Nitekim Lipmann Kamuoyu adlı eserinde haber ile gerçeği birbirinden ayrı unsurlar olarak kabul eder. Buna göre haber bir olayla ilgili iken, gerçeğin haber işlevi ise gizli saklı olayları ortaya çıkararak, birbirleriyle ilişkilendirerek insanların değerlendirme yapmasını sağlamaktır (Poyraz, 2002, s.61).

Haberler, sadece geri kalmış ya da gelişmekte olan ülkelerde değil, gelişmiş ülkelerde de ideolojik şekillendirme amaçlı kullanılmaktadır. Hegemonik güçler, iletişim araçlarının içeriklerini büyük ölçüde kontrol etmeleri nedeniyle ideolojik yönelimli grupları uçlarda göstermeye çalışırlar. İdeolojik olarak medyayı elinde bulunduranlardan farklı olanlar, medyanın ideolojik bir araç olduğunu gösterme konusunda çaba gösterirler. Bunu da, haberlerini karşıt grubun görüşleri yönünde oluşturmak, toplumda ideolojik aşırılık dayanak noktalarını bir yönden başka yöne çekmek amacıyla yaparlar (Milburn, 1998, s.233).

Haber programları onları sunanlarla birlikte değerlendirilir. İzleyiciler güvendikleri kişinin haber bültenlerini izler. Bu kişiler de, özellikle patronunun ve egemen ideolojinin etkisinde haber sunarlar. Haber anlatıları makro önermelerden

oluşmakta ve haberci haber anlatısındaki temayı oluştururken bazı makro kurallar uygulamaktadır. Başlıklar, haber girişleri, spotlar ya da haber metninin ilk paragrafı, ana olay, haber kaynakları, artalan ve bağlam bilgisi, olayın taraflarının yorumları, fotoğraflar vb. unsurlar makro yapı içerisinde ele alınmaktadır (Özer, 2011, s.83). Haberin ana fikrini veren tematik yapı enformasyon eksiltimi, kurgulama ve genelleştirme şeklinde sıralayabileceğimiz üç aşamalı bir şekilde oluşturulmakta, böylece uzun bir metin kısaltılarak okuyucuya özetleme yapılmaktadır. Tematik yapıda; başlıklar, haber girişleri, spotlar, spot olmadığı durumlarda haber metninin ilk paragrafı, tek paragraftan oluştuğu durumlarda haberin ilk cümlesi incelenmektedir (Doruk, 2013). İzleyici belli bir dikkat yoğunluğunda haberleri tümünü izlemediği sürece anlatılanların gerçek olduğuna kanaat getirir (İnal, 1996, s.103).

Haber kadar haberin söylemi de önemlidir. İyi bir söylem, tüm yalanları gerçek sayabilecek güce sahiptir. Haberin söylemi içerisinde egemen ideoloji yeniden kurulur. Haberler bazen kurgudan ibarettir. Bazen de gerçek ile kurguyu ayırt etmek zorlaşır. Pek çok haberde haber, dramlardaki gibi sahnelenmekte ve senaryoya dönüşmektedir (Eslin, 1991, s.16). William Shakspeare'in ünlü eseri "Julius Sezar"da Sezar'ın Brütüs ve arkadaşları tarafından öldürülmesi sonrasında, arkadaşı Marcus Antonius'un onları suçlamayacağını söyleyerek izinle yaptığı halka hitabı en güzel retorik örneklerindendir (Shakspeare, 2017). Antonius; "Ey Romalılar ben buraya Sezarı övmeye değil, gömmeye geldim. İnsanın ettiği kötülükler yaşar ardından, iyilikleriyse toprağa girer kemikleriyle" diye konuşmaya başlar. Brütüs ve arkadaşlarının şerefli olduğunu, Sezar'ın ise Brütüs tarafından muhteris olduğundan öldürüldüğünü söyler. Halk konuşma öncesi Sezarı suçlu görmektedir. Sezar'ın halk için olumlu düşüncelerini, "vaktiyle hepiniz onu sevdiniz, nedensiz de değildi. Hangi neden yas tutmanızı engelliyor şimdi?" diyerek, vasiyetinde Romalılar için neler bıraktığını söyleyerek öyle etkili bir konuşma yapar ki, Sezar'ı öldürenleri doğrudan suçlamadan, halkın tutumu değişir (Muallimoğlu, 1991, s.402-406) ve Brütüs arkadaşlarıyla birlikte suçlanmaya başlar.

Trajik haberler endişe, üzüntü ve korku yarattığı için ilgi çekmektedir. Bu nedenle haberciler haberin en canlı yönünü sunmakta ve trajediyi istismar ederek izleyiciyi baştan çıkarmaktadır (Matelski, 1996). Malı satmak için her türlü etik görmezlikten gelinebilmektedir. TV izleyicileri için, cinsel sapıklık, mantık dışı şiddet, cinnet, politik liderlerin beceriksizlikleri de dâhil olmak üzere, kültürün içinde yer alan her konuyu

kullanmaya ihtiyaç duymaktadırlar. Haberler gazeteye göre sürekli bir biçimde eskimeden aktarılıp tüketildiği için önce TV, sonra da yeni medyayla hızlı bir şekilde izleyiciye ulaştırılmaktadır (Bourdieu, 1997, s.23). Bu iki medya unsuru gösterilmesi gerekenden daha çok şey göstererek ya da gerçekle bağdaşmayan anlam kurgusuyla göstererek gerçeği egemen ideoloji doğrultusunda gizlemekte ustalaşmışlardır.

CBS News haberlerini sunan medyada 30 yıl çalışmış Sharyl Attkisson, sektörü bıraktıktan sonra 2017 yılında medya sektöründe yapılan haberlerle ilgili kitap yazmıştır. Burada televizyondaki haberlerin nasıl kontrol edildiğini, halktan gerçeklerin nasıl saklandığını, yalan haberlerin medyada nasıl sunulduğunu, vasıfsız politikacı ve adamların medyada nasıl ön plana çıkarıldığını anlatmaktadır (Atkinson, aktaran Tokalak, 2018). Siyaset bilimci Prof. John Keane "Medya ve Demokrasi" kitabında (Keane, 2015), en ileri demokratik ülke olarak gösterilen ülkelerde bile medyanın birkaç büyük tröstün elinde onların çıkarlarına haber ürettiğini, insanları köleleştirip cahilleştirdiğini anlatmaktadır.

3.6. Kanaat Önderi Yaratmak ve Kullanmak

3.6.1. Kanaat Önderi Kavramı

Kanaat önderleri, görece belli bir sıklıkta, diğer bireylerin tutumlarını ya da davranışlarını teklifsiz olarak etkileyebilen kişiye karşılık kullanılmaktadır (Mutlu, 1998, s.122). Kamuoyunda saygı duyulan ve izinden gidilen, toplum düşüncesinde düşünceleri esas alınan lider kişiliklerdir. Kanaat önderi, iletişimi grubun dünya görüşüne göre biçimlendirerek saygı duyulan bir önder, dolayısıyla güvenilir bir kaynak olarak etkide bulunur. Kanaat önderi, kendi grubu gibi yaşadığından grup üzerinde hayli etkindir. Yaptıkları grup tarafından çok çabuk benimsenir.[12] Birisinin, insanları etkileme becerisinin yüksek olması, onun kanaat lideri olması için yeterli değildir. Kişilerin kanaat önderi olmaları için her seviyeye inebilmesi, hatipliğinin olması, her türlü olgudan sonuç çıkarabilmesi şarttır. Örneğin: Yeni kurulan A partisinin, hedeflerini anlatmak için

[12] Örneğin Hz. Osman dönemine kadar Kuran-ı Kerim harekesizdi (okumayı kolaylaştıran işaretler) ve okunuşunda bazı hatalar yapılıyordu. O dönemde Ebu Esved ed-Düeli Kur'an-ı Kerim'i harekelendirerek kolay okunmasını sağlamıştır. Böylece bir kanaat lideri olarak değerlendirilmiştir.

televizyonda yayınlanmak üzere bir reklam filmi hazırlattığını varsayalım. Kanaat önderi, bu partinin reklam filmini izler izlemez verilen mesajı kendi süzgecinden geçirir ve grubuna: "A partisi bizi karanlığa götürecektir" veya "A partisi geleceğimizin güvencesi olarak çalışacaktır" gibi bir sonuç çıkarır ve bu sonucu gruba yayar. Topluluk ta buna göre oyunun rengini belirler ve kanaat önderinin olumlu baktığı partiye oy verir.

Kitle iletişim araçlarının mesajları verili grup içinde "kanaat önderi" olarak nitelendirilen bir lidere ulaştığı ve oradan kitleye aktarıldığı belirlendi. Bu dönemdeki çalışmaların çoğu, izleyicinin doğasını ve medyanın hangi koşullar altında bilgide, tutumda ve davranışta değişikliğe yol açtığını anlamak amacıyla yapılmıştı (Williams, 2003, s.46). İletişimde en önemli rol oynayan grup üyesi olarak düşünülen kanaat önderlerini geleneksel güç sahipleri ile karıştırmamak gerekir. Kanaat önderleri her statüdeki kimseler olabilir ve kitle iletişim araçlarını önder olmayanlardan daha çok kullanırlar. Konumları ile ilgili iletişim içeriğini seyreder, okur, dinler ve iletirler. Popüler düşünce, kanaat önderliğini yüksek statü ve itibarla eşleştirmiştir. Kitle iletişim aracından verilen mesaj, doğrudan bireye gitmeden önce kanaat liderlerine ya da grubun sözcüsüne ulaşarak bir kırılmaya uğrar. Bu kırılma sonucunda sözcünün de etkisiyle mesaj kabul ya da reddedilir. Burada kanaat liderinin önemi ortaya çıkar ve mesaj iki aşamada akışkanlık kazanır (Baran, 1997, s.65).

Kanaat liderinin yaşantısından esinlenen grup üyeleri, liderin hayatına kattığı yeniliklerin kendi hayatlarına da girmesine özen gösterir veya girmesi için çalışırlar. Eğer bir kanaat lideri karısına veya kızına ehliyet alır, araba kullanmasına izin verirse o ilde bayan sürücü sayısında ani artış gözlenebilir. Gençlerdeki akranlarının sosyal davranış benzeşimi yetişkinlerde de böyle tecelli eder. Tüm gelişmeleri sıkı sıkıya takip ederler. Toplumda sözü dinlenilen kişilerdir. Her olgudan fikir üretme kabiliyetine sahip olup grup üyeleri gibi yaşarlar. Ünlüler, sanatçılar, köşe yazarları veya yazarların çok azı kanaat lideri olmayı başarmıştır Mahir Kaynak, pek çok stratejist arasından sıyrılıp kanaat önderi olmuştur. Onun yorumladığı uluslararası bir gelişme, pek çok kişi tarafından aynı yorumla onaylanmıştır.

3.6.2. Medyada Kanaat Önderi

Kitle iletişim araçlarının hayatın hemen her anına ve alanına bir şekilde temas ediyor oluşu yüz yüze ilişkilerdeki değişimlerde ve kanaatlerin oluşmasında artık farklı

aktörlerin devreye girdiği uyarısını da beraberinde getirmektedir. Kanaatleri yönlendirmede kitle iletişim, özellikle de sosyal medya araçlarının etkisi yadsınamaz bir biçimdedir. Gündelik sosyal ilişkilerde önemli bir belirleyen olma yolunda ilerleyen bu araçlar toplumsal ilişkilerin de çoğu zaman merkez konusu olmaktadır. Özellikle twitter, facebook gibi sosyal medya araçları kanaatlerin şekillenmesinde ne derece etkileri olmakta, bu iletişim ağlarını kanaat önderliğinin yeni bir çeşidi olarak mı okumak gerekmekte gibi sorular sorulmaktadır.

Kitle iletişim araştırmalarında Lazarsfeld, insanların tercihleri ve davranışlarında, ideolojilerin veya rasyonel tercihlerin değil grupların etkin olduğunu, oylarını kendilerini bağlı hissettiği gruba göre verdiklerini, ideolojinin etkisiz olduğunu savunmuştur (Erdoğan, 2005, s.2). Kapı tutucular ya da kanaat önderleri, kişiler arası iletişim sistemlerini dışarıdaki bir şeye bağlayan, iletişim kanalının stratejik kısmını kontrol eden kişiler olarak görüldü. Denetim yoluyla bu kanaldan akanın gruba ulaşıp ulaşmayacağı konusunda karar verenlerin bunlar olduğu kabul edildi (Katz & Lazarsfeld, 1955, s.119). Gönderen mesaj ve alıcı modelinde, akış tek basamaklıdır. İki basamakta, araya "kanaat önderi" denen aracı girer; böylece enformasyon ve etki akışı ondan geçerek oluşur. İletişimde önemli rol oynayan bu önderler, her statüdeki kişilerden olabileceği için geleneksel güç sahipleri gibi görülmemelidir. İletişim araçlarını önder olmayanlardan daha çok kullanırlar; konumları ile ilgili iletişim içeriğini seyreder, okur, dinler ve iletirler. Popüler düşünce, kanaat önderliğini yüksek statüyle eşleştirmiştir. Kitle iletişim aracından verilen mesaj, doğrudan bireye gitmeden önce fikir liderlerine ya da grubun sözcüsüne ulaşarak bir kırılmaya uğrar. Bu kırılma sonucunda sözcünün de etkisiyle mesaj kabul ya da reddolunur. Burada fikir liderinin önemi ortaya çıkar ve mesaj iki aşamada akışkanlık kazanır (Görgün Baran, 1997, s.65).

Chomsky'ye göre gücün yönetimi altında kalan entelektüeller kültürel hegemonyanın oluşturulmasında en önemli katkıyı sağlarlar. Halk açısından bu gönüllü boyun eğmedir. Bu nokta Gramsci'nin "Hegemonya Kuramı"nda da görüldüğü gibi, egemen sınıf iktidarını baskı ya da rıza yoluyla kabul ettirir. Demokratik toplumlarda bu rıza yoluyla gerçekleştirilir ve ideolojik hegemonya hâkimdir. Egemen sınıf görüş ve fikirlerin yayılmasında din görevlileri, öğretmenler ya da kitle iletişim çalışanları gibi organik aydınları kullanır (Hall, 1999, Aktaran Küçük, 2006). Bu aydınlar, istenilen fikirlerin sürekliliğini sağlayabilmek için, dünya görüşlerini ve ahlaki değerlerini

toplumun ortak değer yargısı yaparak günlük dilde halka yayar. Böylece yaşanılan sorunlarda, kültürel önderlerin istediği tarzda bir çözüm yoluna gidilir.

3.6.2.1. Televizyonun Kanaat Önderliği

Dışarıdan bir gözün evlerin içerisine girmesi diye tanımlanabilecek TV, farklı dünyaların farklı hayatların da eve buyur edilmesi demektir. Reyting denen borsanın gelgitleriyle kanaatlere yön verilirken, onun yavaş yavaş genel gündelik yaşamın bir aktörü olmasının da önü açılmış oldu. Onun kendi gerçekliğini yarattığını söylemek yeterli değildir. Kanaatleri işleyip yorumlarken, aslında kanaatler yaratmaktan ve üretmekten başka bir şey yapmadığını ifade etmek gerekiyor (Baker, 2012, s.58). Yıkıcı bir etkiye sahiptir. Çünkü ortalama kanaat önderlerini aşar ve kime inanılıp güvenileceğini belirleyen bilinen otoritelerin çoğulculuğunu ortadan kaldırır. Söz konusu TV gerçeğinde otorite, onun kendi içerisindeki görüntüsüdür. Asıl vurgu, gözün gördüğüne inanması üzerinedir. O zaman en çok itibar edilen, inanılan ve bilindik olan otorite görülen şey olur. Görülen şey, gerçekmiş gibi ortaya konur ve öyle de algılanır. Onun kişiyi kendisi olmaktan çıkararak sosyal yapıya dâhil ettiğini, böylece sanal ilişkilerin inşa edildiği üzerinde durulmaktadır (Ulutaş, 2015). Kamuoyunun megafonu olarak görülen televizyonun aslında kendi sesinin dönüşümlü yankısından başka bir şey olmadığı dile getirilmiştir (Sartori, 2004, s.55). Bu çerçeveden bakıldığında onun provokatif yönünün olduğunu söylemek de mümkündür. Kamuya aidiyet söylemi üzerinde kendisini var eden bu aygıtın, aslında kamuyu kendi algısı içinde okuduğu ve yönlendirme gayreti içerisinde olduğu görülebilir. Dolayısıyla kanaatlerin belli bir noktaya yönlendirilmesinde ya da tam tersi bir biçimde kanaatlerini belli bir noktada tıkanıp kalmasında televizyonun etkisi, onun gündelik yaşamın gerçekliğine ne kadar dokunduğuyla alakalıdır.

3.6.2.2. Sosyal Medya Ağlarının Kanaat Önderliği

Sözlük anlamı hitabet sanatı olan retorik, karşıdaki kişiyi kendi çıkarları doğrultusunda ikna etmek uğruna güzel konuşma çabası ve toplumsal yaşamda rol üstlenen konuşma şekillerini, muhatabını etkileyecek şekilde önceden planlayarak etkili bir sunuma dönüştürmek olarak tanımlanabilir (Tepebaşılı, 2016,s.16). Platon retoriği, sofistler sayesinde kandırmaca ve manipülasyon aracı olarak görmüştür. Öğrencisi Aristoteles retoriği önemsemiş, onun panzehirinin yine kendisi olduğunu, susmak değil

etkili ve doğru konuşmak suretiyle insanları ikna edebilmeyi retoriğin sağlayacağını düşünmüştür. Ona göre bir konuşmada üç tür inandırma tarzı vardır (Aristoteles, 2006, s.37-43). Bunlardan birincisi hatibin karakterine olan inanç; eğer o kişi dürüst ve güvenilir biri olarak biliniyorsa söylediklerine kolay inanılır. İkincisi dinleyicilerin inanç ve duygularına hitap edilerek kişilerle kurulan ruhsal temasla dinleyiciler etkilenir. Üçüncüsü ise konuşmadaki tezleri kanıtlayacak veriler bulunur ve bunlar bir mantık silsilesi içerisinde anlatılır. Bu nedenle iyi bir konuşmada esas ve şekil arasında denge bulunmalıdır. İyi bir konuşma ne kupkuru bilgi içermeli, ne de içi boş süslü kelimelerle toplumun değer ve önyargılarını kullanarak var olanları farklı şekilde göstermelidir. Karma biçimde, doğru ve yerinde kullanılan bilgiler, söz sanatının örnekleriyle yoğrulmuş olmalıdır. Doğru duruş ve mimikler bile sözün yanında retoriğe katkı sunar.

Günümüzde kişinin yerini, onun yaydığı mesaj almış durumdadır. Mesajı ileten kişinin dışında kendisini var eden yeni "söylem karizması" inşa edilmektedir (Mardin, 1994, s.62). Mesajı yayan ile mesajı alan arasındaki etkileşim, artık yüz yüze karşılaşmalardaki gibi bir yakınlığı gerektirmemektedir. Bu kaynaşmayı hissetmek için aynı dönemde bile yaşamak gerekmiyor. Mesajı yayanın karizması sıradanlaşsa bile, yayılan mesaj karizmayı değiştirerek korumakta ve devam ettirmektedir. Bu en temelde, yüz yüze iletişimi işlevsiz kılacak kadar sosyal medyaya angaje olmuş bir toplumda daha da önemli olmaktadır.

Yeni iletişim teknolojilerinin, öncekilere oranla daha fazla, çok kısa süre içerisinde ve hatta anında, düşüncelerin, inançların, değerlerin ve ürünlerin sanal bir ortamda insanlara sunabilmeleri ve paylaşabilme olanaklarından faydalanma sistemi "Sosyal Medya" olarak adlandırılmaktadır. Sosyal medyanın özellikle dünyada yaşanan toplumsal devrimlerin fitilini ateşleyebilecek kapasitede olabileceği anlaşılmaktadır. Yine farklı bir araştırmada medya aracılığıyla, dini öğrenme noktasında "kanaat önderlerinin" önemli bir etkiye sahip olduğu notu düşülmektedir. Bu kişilerin dini konularda itibar gördüğü ve takip edildikleri dile getirilmektedir (Akşit, Şentürk, Küçükkural, Cengiz, 2012, s.418).

Kitle iletişim araçlarının nasıl ikna ettiğini anlayabilmek için, bize iletilen şeye verdiğimiz bilişsel tepkilerin, yani mesajı görüp duyarken kafamızdan geçen düşünceleri anlamamız gerekir. Diğer bir deyişle tesir altında kalma, mesajın alıcı tarafından nasıl

anlamlandırıldığı ve mesaja nasıl tepki verildiğine bağlıdır. Bu da kişiye, duruma ve yapılan çağrıya göre değişebilir. Kısacası mesajın algılanma düzeyi, mesajın kişinin dünyasında bulduğu karşılık oranında olmaktadır (Pratkanis ve Aronson, 2008, s.35).

Twitter'ın kanaat önderliği tartışmasında nerede durduğuyla alakalı yapılan çalışmada, Twitter'da kullanıcıların belli konular hakkında kanaatlerini, düşüncelerini eşit şartlarda anlık bir akış içerisinde veya aynı çatı altında dile getirdiklerinin söylenebileceği ifade edilmektedir (Ayan, 2013, s.48). Bu da demokratik bir ortam eşliğinde fikirlerin paylaşılmasını sağlayan bir mecra olmaktadır. Bunun yanı sıra medyada söylenmeyen ya da söylenemeyen görüşlerin, fikirlerin oluşturulduğu ve dolaşımda tutulduğu, hatta oluşturulan bu düşünce ve fikirlerin medyayı etkilediği görüşleri ortaya çıkmaktadır. Bu görüşlere göre, bütün bunlara rağmen oluşturulan içeriklerin anlık ve kısa olması, içeriklerin daha çok duygusal ve tepkisel olmasına yol açmaktadır. Bu durum da, fikir ve düşüncelerin kendisinde toplandığı ortak bir kanaat çevresinde buluşulmaması sonucunu doğurmaktadır. Dolayısıyla twitter; ortak kanaatlerin üretildiği bir kamusal alan olmanın ötesinde, herkesin kendi düşüncelerini paylaştığı bir kamusal mekân olmaktadır.

Halkla ilişkilerde hedef kitlelerin güvenini kazanmak için kanaat önderlerinden yararlanılmaktadır. Gelişen iletişim teknolojileriyle geleneksel medya ilişkilerin kullandığı kanaat önderlerine ek olarak sosyal medyada yer alan etkileyiciler de halkla ilişkiler sürecine dâhil olmuştur. Halkla ilişkiler mesajlarının iletilmesinde kanaat önderlerinin rolü, onların güvenilirliği ve inandırıcılığı bakımından önemlidir. Kanaat önderlerinin verdiği mesajların kuramsal olarak açıklanması, iki aşamalı akış modelinde de kendini var etmektedir. Bu modele göre enformasyon ve etki iki basamak sürecinden geçerek oluşur, yani kanaat önderinden grubun üyesine geçer. Kanaat önderi grubun dünya görüşüne göre iletişimi biçimlendirerek ve saygı duyulan bir önder, dolayısıyla güvenilir kaynak olarak etkide bulunur. Kanaat önderi iletişimde en önemli rol oynayan grup üyesi olarak düşünülebilir. İki aşamalı akış kuramına göre medyadan bilgi edinen kanaat önderleri bireylerin oy verme aşamasındaki tutumlarının paylaşılmasında önemli bir rol oynamaktadır. Kanaat önderleri sadece bilgileri paylaşmakla kalmayıp iletişim sürecinde kendi yorumlarını da eklerler. Bu kurama göre, bireyler saygı duydukları ve güvendikleri kişilerden gelen mesajlara daha çok inanırlar (Karsak ve Sancar, 2017).

Yeni nesil kanaat önderleri olarak Snapchat'te[13] paylaşım yapan moda ve güzellik bloggerlarının gençleri yenilikler konusunda ne şekilde yönlendirdiği araştırmalarda ortaya çıkmıştır. Snapchat kullanıcısı genç kadınlarla yapılan derinlemesine görüşmeler sonucunda kişilerin Snapchat'i bilgilenmek ve eğlenme amaçlı kullandıkları ve ancak sadece kendi ilgi alanları ile ilgili bilgilenmeyi tercih ettikleri görülmüştür (Karsak ve Sancar, 2017). Bu doğrultuda "Snapchat'te, bloggerlar yeni çıkan ürünler hakkında takipçileri bilgilendirmektedir" hipotezi kısmen doğrulanmıştır. Bunun dışında Snapchat'te kanaat önderleri, kişileri sadece satın almaya değil, aynı zamanda takipçilerini belirli konularda motive ettikleri görülmüştür. Kullanıcılar satın aldıkları ürünlerden memnun kaldıklarında sosyal medyada bu ürün hakkında yorumlarına güvendikleri kanaat önderlerini daha sıkı takip etmektedirler.

Sosyal medya, yüz yüze ilişkilerin yani bedensel anlamda aynı mekânda bulunmaların dışında yeni bir kamusallık üretimini gerçekleştirmektedir. Farklı kamusallıklar da, farklı yaşam tarzlarının, dünya görüşlerinin hayat bulabildiği birer tampon mekanizma olmaktadır. İnsan birlikteliğinin farklı kamusallık ve ilişkilerle takviye edilmesi itibar edilecek kanalların da farklılığını göstermektedir. Dolayısıyla doğru ya da yeterli olduğuna kanaat getirilen özneler de farklılaşmaktadır.

3.7. Propaganda

İnsan ve toplum yaşamının sistemli yapılara dönüştürülmesinin önemli bir aracı konumundaki iletişimle birlikte insanlar, birbiriyle anlaşabilme, bağlantı kurabilme, yaşama ilişkin gelişmeleri düzenli kayıtlara dönüştürebilme ve yapıp ettiklerini kuşaktan kuşağa aktarabilme imkânını elde etmişlerdir. Böylece ortaklık kültürünü geliştiren iletişim, toplumsal bir bütün olmanın temel öncülü sayılmıştır (Güngör, 2011, s.36-37). Nitekim iletişimin özünde bilgi iletmenin ötesinde ikna etme ve etkileme bulunmaktadır (Yavaşgel, 2004, s.1). Niyet tarafı çıkartıldığında ikna ile iletişim ortak bir zemini paylaşır (Jamieson, 1996, s.5). Bilinçli girişim, davranış değişikliği ya da isteklendirme veya manipülasyon iletişimden geçer. Dolayısıyla ikna ile alakalı tüm tanımların ortak

[13] Snapchat, kullanıcıların fotoğraf çekebildikleri, video çekebildikleri, bunların üzerine not ekleme imkânı olan ve tüm bunları çok kısa bir sürede paylaştıkları bir sosyal mesajlaşma platformudur (Karsak ve Sancar, 2017).

paydası iletişime çıkmaktadır (Anık, 2000, s.35). Bu durumda iletişimle doğrudan ilgili ikna, davranışların, niyetlerin, duyguların, kanaatlerin değiştirilmesi ya da değiştirilmemesine yönelik iletişim unsurlarından yararlanılan psikolojik bir süreci tanımlamakta, ayrıca bünyesinde bilinçli niyet, davranış değiştirme ve mesaj nakli şeklindeki boyutları barındırmaktadır (Özkan, 2004, s.156).

Propaganda, on yedinci yüzyılda Katolik kilisesi mensuplarının, Protestanlara karşı inançların yayılmasına kadar uzanan eski bir tarihe sahip olmasına rağmen, yoğun olarak kullanılmaya başlanması Nazi Almanyası ile birliktedir. Medya ve propaganda kavramları birlikte anılmaktadır. Çok daha önce ortaya çıkmasına rağmen, propaganda için medya sadece araçtır. Bazen aracı bile gölgede bırakacak şekilde öne çıkmaktadır (Çoban, 2013, s.120). Propagandanın terim olarak kullanılmaya başlanması çok eski olmamakla beraber, başkalarının kanaatlerini değiştirme gayreti çok eskidir. İnsanlar fiziki güce başvurmadan konuşma ve ikna yoluyla isteklerini yaptırmaktadır. Bir bakıma propaganda sözlü şiddet bile sayılabilir. Yoğun ve ölçüsüzce kullanılırsa öfke birikimine neden olarak şiddete de dönüşebilir (Ellul, 2003, s.236).

> "Çeşitli sosyal kuvvet ve gruplar tarafından iletişim araçları kullanılarak, toplumun diğer bireylerinin tutum ve görüşlerinin istenilen doğrultuda yönlendirilmesi, değiştirilmesi ya da kontrol altında tutulması yönündeki bilinçli girişimler"

Şeklinde tanımlanan propaganda (İnceoğlu, 1985, s.63), çok sayıda insanın düşünce ve davranışlarını etkilemek amacını taşıyan önceden planlanmış bir mesajlar bütünü olarak da görülebilir.

Daniel Lerner'a göre propagandanın etkili olabilmesi için kitlelerin dikkat ve güveni sağlanmış olmalıdır. Kitlelerin eğilimleri gözetilerek, propagandanın yaratmak istediği değişiklikler, onların umut ve bekleyişlerine hoş görünen alternatifler olarak sunulmalı ve kitlelerin içinde bulunduğu ortam harekete geçmek için elverişli olmalıdır (Lerner, 1992, s.270-271).

Aristoteles, retoriği politik, törensel ve adli olmak üzere üçe ayırmıştır (Aristoteles, 2006, s.37-44). Konuşmacının insanları bir şey yapmaya yönelttiği, çağırdığı ve onlardan destek istemesi politik retorik; insanları coşturan, duygularına hitap eden konuşmalar törensel retorik; mülk sahiplerinin ellerinden çıkan mülklere yeniden kavuşmasını sağlamaya yönelik geniş anlamda kişinin haklarının savunulması için

yapılan konuşmalar adli ya da hukuki retoriktir. Politik retorik, hatip tarafından bir eylem yolunun uygunluğunun ya da zararlı olduğunun tanıtılmasının amaç edinildiği bir tür olarak değerlendirilmektedir. Bu retorik, dinleyicilere bir şey yapmaya ya da yapmamaya dönük önerilerin mevcut olduğu bir yapıya sahiptir ve davranışsal bir eylem sürecini destekler niteliktedir (Polat, 2008, s.87). Bu retorik, cesaretlendirme ve umut kırma bölümlerinden oluşmakta, zaman boyutunda geleceğe işaret edilmekte, sonuçlarında ise uygunluk ve uygunsuzluk üzerinde durulmaktadır (Aristoteles, 2006, s.20). Politik konuşma; meclis ve mitinglerde muhatabını halk olarak alan, fayda ve zararı amaç edinen, gelecek zaman perspektifinde tavsiye işlevi gören bir yapı sunmaktadır (Tepebaşılı, 2016, s.40). Bu yapı içerisinde bütün insanların üzerinde düşündüğü, politik söylevcilerin üzerinde konuşmalar yaptığı ana konular; yollar ve araçlar, savaş ve barış, ulusal savunma, ihracat ve ithalat, yasalar şeklinde tasnif edilmiştir (Aristoteles, 2006, s.44).

Günümüzde dahi bu konu başlıkları altında değerlendirilebilecek mesajlar siyasal iletişim sürecinde liderlerce seçmenlere sunulmaktadır. Lider sunduğu mesajların hedef kitleler tarafından hedeflendiği şekilde algılanması için doğru propagandanın kalbindeki üç temel unsur olarak nitelenen mit, sembolizm ve retorikten faydalanır (Lilleker, 2013, s.224). Çünkü siyasal iletişim sürecinde retorik, toplumsal bir ideoloji dâhilinde iktidarın meşruiyetini sağlamakta, toplumu ortak hedefler temelinde yönlendirmekte, ortak hedefleri tanımlayarak çatışmaları sonlandırmakta ve aktivasyon ve organizasyonlar vasıtasıyla hareketlilik sağlamaktadır (Lilleker, 2013, s.250). Zaten lider de, iletişimin bu niteliklerine duyarsız kalamamakta öyle ki, politikacıya yönetme gücünü veren önemli bir politik konuşma, ideal devlet adamının kazanmakla yükümlü olduğu bir yetenek olarak görülmektedir (Polat, 2008, s.115). Liderler bu yeteneklerini geliştirirken, retorik sanatının tarihten bugüne kadar getirdiği birikimden faydalanmaktadırlar.

Sanayi devrimi ile ortaya çıkan kitleler, birbirinden yalıtılmış, yabancılaşmış varlıklar gibi yıkıcı bir güç olarak görülüyordu. On dokuzuncu yüzyılın sonundan İkinci Dünya Savaşı'na kadar geçen dönemde kitle hareketlerinin ortaya çıkması, Faşizmin Almanya ve İtalya'da iktidara gelmesi, Rus Devrimi sonucunda SSCB'nin kurulması, kitlelerin yönlendirilmesinde propagandanın çok güçlü bir araç olduğunu göstermiştir. Chicago Üniversitesi'nde siyaset bilimi üzerine dersler veren Harold Lasswell, kimin, hangi kanalla, ne gibi bir etki ile kime, ne söylediği sorunu üzerinde durarak, pasif durumdaki etkiye açık alıcının tek yönlü olarak ikna edilebileceğini ortaya atmıştır

(McQuail ve Windhal, 2005, s.27-29). Siyasal iktidarların sadece fiziksel güç kullanmadıklarını, bunun yanında kamuoyunun kitle iletişim araçları vasıtasıyla oluşturulduğunu belirtmiştir. Onun yaklaşımı kitle iletişim araçlarının propaganda amaçlı olarak kullanıldığını ve böylece kamuoyunun etkilendiği görüşüne dayanıyordu. Çünkü kitle insanı, propagandaya karşı direnecek eleştirel akıldan ve bilgi birikiminden yoksun olarak görülüyordu. Öte yandan Laswell, iletişimin tek yönlü olması, gürültü öğesini yok sayması ve geri besleme öğesinin dikkate alınmaması nedeniyle eleştirilmiştir. Hatta Lasswell, iletişimde propaganda ve iktidar kavramlarına katkı sağlaması nedeniyle de eleştirilmiştir. Ona göre iletişim bir ikna süreci olduğundan toplumu her yöne sürükleyebilir. Bu nedenle iletişimci Gerbner, Lasswell'in modelinde bulunmayan sosyal etkileri, farklı durumları ve algıları modele eklemiştir (Ekse ve Er, 2014). Ona göre kitle homojen ve her şeyi kabul eden bir yapıya sahip değildir.

Demokratik toplumlarda kamuoyunun oluşumu için evvela fikirler özgürce açıklanmalıdır. İkinci aşamada bu fikirlerin kısıntıya tabi tutulmadan başkalarına iletilebilmesi gerekir. Son aşamada iletilen bilgi ve düşünceler, algılanarak yorumlanır. Genellikle fikirlerin iletilmesinde medyadan; algılanması ve yorumlanmasında da propaganda tekniklerinden yoğun olarak söz edilir. Propaganda kısaca, kamuoyunu etkilemek için gerçek, yarı gerçek ya da yalan bilgiler yaymada simgeler aracılığıyla inanç, tutum ve davranışları etkileme yönünde sistemli gayretlerin tümüne verilen ad olup, kelimeler, resimler gibi semboller kullanılarak yapılır (Bektaş, 1996, s.152-153). Dolayısıyla, propagandanın amacı, kamuoyunu belirli bir amaç yönünde etkilemek ve daha sonra da onda istenen davranış değişikliğini yaratmaktır. Bunun için de kitle iletişimine olanak veren her türlü aracın, özellikle medyanın, propaganda tekniklerinin uygulanabildiği en uygun ortamlar oldukları söylenebilir.

Propagandanın temel araçlarından olan spin (Çetin ve Toprak, 2016), dezenformasyon ve manipülasyon, kamusal iletişimin yalan mekanizmasını çalıştıran araçlardır. Bu araçlar barış zamanında iletişim odaklı kullanıldığı gibi, savaş zamanlarında uluslararası savaş iletişimi odaklı olarak da kullanılmaktadır (Çınarlı, 2004, s.167).

Halkla ilişkilerin önemli isimlerinden birisi olarak kabul edilen Bernays, Birinci Dünya Savaşı sırasında “Demokrasi için dünyayı güvenli bir yer yapmak” sloganı ile

halka savaşı satan ve geniş çaplı Amerikan propagandasının aracı olan Birleşik Devletler Basın ve Halkla İlişkiler Komitesi'nde görev yapmıştır (Ewen'dan Aktaran Çetin ve Toprak, 2016, s.3). 1917 yılında Başkan Wilson tarafından kurulan Basın ve Halkla İlişkiler Komitesi, çoğunlukla gazeteleri kullanarak savaş propagandası yapsa da, medyanın savaştaki öneminin ciddi anlamda farkına varan ilk kişi Hitler olmuştur. Nazi Almanyası, iletişim çalışmaları ile hem kendi halkı üzerinde rıza üretimi sağlamış, hem de diğer ülkelerdeki insanlar içinden taraftar toplamıştır. Bu süreçte Hitler, radyo başta olmak üzere kitle iletişim araçlarını kontrol etmiş, halkla ilişkiler firmaları ile anlaşmıştır. Savaş propagandasının dehası olarak bilinen Gobbels, Nazi gündemini başarılı bir şekilde Alman ulusuna aktarmıştır (Yıldız, 2007, s.4-5). Bu bağlamda Birleşik Devletler Basın ve Halkla İlişkiler Komitesi'nin Birinci Dünya Savaşı sırasında yaptığı faaliyetler ilk spin çabaları olarak nitelendirilebilir. Ancak, ilk spin örneklerinin, Hitler ve Gobbels önderliğinde İkinci Dünya Savaşı sırasında birçok iletişim aracının eş zamanlı kullanımı ile verildiğini söylemek daha gerçekçidir.

3.7.1. Propaganda Teknikleri

Propagandanın kendine göre bir sistematiği, yolu vardır. Propaganda yalan ve karalama aracı olmadığından, doğruluğa bağlı kalmak, samimi ve açık olmak ona büyük kuvvet verir. Propagandanın başarılı olabilmesi için doğruluk, samimiyet ve açıklık yanında uygun tekniklerin de uygulanması gerekmektedir (Özsoy, l998, s.142).

- İsim takmak yoluyla, hedef toplumda fikirlere şahıslara veya kurumlara karşı olumlu veya olumsuz yargılar yaratılır. ''Devlet baba, terör sevici'' denmesi ad takmaya örnek olarak gösterilebilir (Yıldırım, 2007, s.163).
- Propagandacı objektif kanıtlar kullanmak yerine genellemeler yapar. Vatan, millet, şeref, ahlak gibi kimsenin kolay kolay itiraz edemeyeceği kavramları kullanır. Kendi düşüncelerini bu kavramların içine gizleyerek yaymaya çalışır. Parıltılı genellemeler, bilgi veya akıl yürütme gerektirmeden kabul edilmesini sağlamak için yüksek değer taşıyan olgular ve inançlarla ilişkilendirilmiş, yoğun, duygusal, çekici sözlerdir. Sözler, muğlak ve herkes için başka bir manaya gelebilecek olsa da anlamları hep olumludur (Karataş, 2008, s.48-52).
- Propagandacı simgeler kullanır. Duyarlılıklarımıza hitap ediliyorsa, bayrak ya da dini kitap gibi hepimizin ortak değerleri kullanılır. Yazılar, dövizler, partinin

temaları, söylev ve haykırışlarını tekrarlayan sloganlar halinde yoğunlaştırırlar. Partilerin üniformaları dekoru tamamlar, bir kahramanlık havası oluştururlar. Müzik, bireyin kitle içerisinde erimesine ortak bir bilinç oluşmasına büyük ölçüde yardımcı olur. Ritmin iyice belli olması müziğin coşturucu ve kaynaştırıcı etkisini artırır (Özsoy, l998, s.102).

- Propagandacı kendi fikirlerini yayarken, toplumun beğenisini ve saygısını kazanmış ünlüleri kullanır. Mitleşen kahraman ya da ünlü etrafında, bir propaganda basını oluşur (Domenach, 2003, s.173).
- Propagandacı sıradan insanların başına gelmiş olayları "örnek olay" olarak anlatır. Aslında her biri birer istisna olacak kadar az rastlanan olayların tahminlerden daha yaygın olduğunu kanıtlamak ister. Bu yaklaşım hedef toplumun propagandacıyı, kendinden biri olarak göstermesini sağlayacak davranışlardır (Ertekin, 1995, s.181). Hedef kitlenin güvenini kazanmak için gayri resmi bir havada ve tarzda sunulur. Propagandacılar sokak dili ve davranışını kullanarak kendi görüşlerinin ortalama bir kişinin de görüşü olduğu izlenimini verirler.
- Bazı verileri abartır ya da çarpıtır, bizim bilgimiz olmayan rakamları bizim endişe duyacağımız şekle sokar. Çok güçlü ve abartılı ifadeler kullanır. Bunlar hiçbir kanıtı olmayan klişe laflardır. Ancak çok sık söylendiğinde insanların belleklerine kazınır ve etkisi yüksek olur. "Türk'ün Türk'ten başka dostu yoktur." söylemi böyle bir genellemedir. Hedef kitleyi bölme amacıyla, hedef toplumda belli düşüncelere, gruplara ve bireylere karşı şüphe oluşturma için kullanılır. Bu yöntem ile olay ima edilerek kastedilen kişi veya grubun davranışları ve düşünceleri kastedilerek bu propaganda yöntemi kullanılır (Karataş,2008, s.48-52).
- Propagandacı hiçbir kanıt göstermeden kendi fikrinin büyük çoğunluk tarafından benimsendiğini iddia eder. Propagandacı hepimizin içindeki "sürü psikolojisine" hitap ederek bizim de herkes gibi düşünmemizi ister. Savaş sırasında, herkesin savaş için bir takım fedakârlıklarda bulunduğu, hatta yaşamlarını dahi feda ettiklerine inandırmak için sık sık kullanılır. Propagandacı savunduğu düşüncenin herkesin kabul ettiğini gösteren örneklerle kitlenin desteğini almayı amaç edinir (Karataş,2008, s.48-52).

- Propagandacı kendi fikrini anlatırken kutuplaşma, dost ve düşman yaratır. Olayları, insanları ve fikirleri siyah-beyaz uçlarda anlatır, sizi de bir kutbu seçmeye zorlar. Seçim yapmakta zorlanıyorsanız, düşmandan yana olduğunuz gibi bir sonuç çıkarmaya çalışır.

Sadece siyasi partiler değil, farklı çıkar grupları da bu yolla kendi fikirlerini benimsetmeye çalışır. Propagandacı, kitlelerin hoşça vakit geçirmek için izlediği sinema filmleri, televizyon programları, tiyatrolar ve romanlar gibi popüler kültür ürünlerini, kendi fikrini benimsetmek için ustaca kullanır. Her ülkede çeşitli çıkar gurupları kendi görüşlerini yaymak için bunu yapabilmektedir.

Rızanın imalatı ilk defa Walter Lippman tarafından Public Opinion kitabında kullanılmış (Lipman, 1922). Lipman bu çalışmasında, Birinci dünya Savaşı gözlemlerinden yola çıkarak geliştirdiği deneyimlerimizle bizzat yaşadıklarımızın "dışımızdaki dünya" ve kitle iletişim araçlarının bize aktardıkları "kafamızdaki resimler" kavramlarından bahsetmiştir (Koçak ve arkadaşları, 2013, s. 66). Lipman, medyanın öne çıkardığı konuları, medyayı takip eden kitlenin zihinlerindeki görüntüde de önemli ve öncelikli hale geldiğini savunmuştur (Yüksel, 2007). Medya, insanın görmediği, yaşamadığı, bilmediği şeyleri rızasını alarak kolayca inandırabilir. Kitlelerin yönetilmesi ve yönlendirilmesi ile yapılan "Rızanın İmalatı" terimi halka Leninist görüşün "Şaşkın Sürü"sü olarak hitap eder (Ongun, 2013). "Şaşkın Sürü" ifadesiyle Lenin'in teorik mücadelesindeki proletarya kavramı anlatılmaktadır (Çam, 2006, s. 164). Başka bir deyişle, kafamızdaki resimler; tarafımızdan değil birileri tarafından şekillendirilir. Ona göre rızanın imalatı, demokrasideki yeni bir sanat dalıdır. Rızanın imalatı, Bourdieu'nün simgesel şiddetinde toplumsal alanın her yerine nüfuz eder. Simgesel şiddet; daha çok televizyon aracılığıyla oluşan kamuoylarıyla, rızanın imalatı ise; toplumsal dünyanın görünür gerçekliği ve olayların içinde belirlenen eğilimler aracılığıyla belirginlik kazanır (Ongun, 2013).

Rızanın İmalatı kavramı daha sonra, Noam Chomsky ve Edward Herman tarafından geliştirilmiştir (Chomsky ve Herman, 2012). Kavram, temel olarak devletlerin ve şirketlerin normalde insanların karşı çıkabileceği davranışlarına olumlu bakmalarının veya tepkisiz kalmalarının nasıl sağlandığını çeşitli açılardan ele alır ve insanların istemedikleri şeyleri istiyormuş gibi hissetmelerini, ihtiyaç duymadıkları şeylere ihtiyaç

duyduklarını sanmalarını ve kabul etmeyecekleri şeylere rıza göstermelerini sağlamak olarak tanımlanabilir. Rıza imalatıyla çok korunaklı ve tutarlı sistem, egemen entelektüel kültür ve propaganda modeliyle desteklenir ve medya denetimiyle sonuçlanır (Chomsky ve Herman, 2012, s.82-120). Çünkü rıza üretiminde asıl hedef, kendilerini toplumun önderleri sayan entelektüeller, aydınlar, köşe yazarları ve düşünce önderleridir. Chomsky ve Herman tarafından ortaya konulan propaganda modeli güç, sermaye, iktidar ve çıkar ilişkilerine odaklanır. Propaganda modelinde beş temel süzgeç yer alır. Bu süzgeçler, hangi haberlerin basılarak kitlelere ulaştırıldığını, haberlerin sunuluş şekillerini ve muhalefetin marjinalleştirilmesini anlamak adına önemli araçlardır (Chomsky ve Herman, 2012, s.72-107). Bu araçlar;

- Kitle Medyasının Büyüklüğü, Mülkiyeti ve Kâr Yönelimi birinci süçgeçtir. Medyayı elinde bulunduran büyük holding sahiplerinin farklı sektörlerde güç elde edebilmesi için, Radyo ve TV şirketlerinin sürekliliği iktidarın verdiği ruhsatlara bağımlıdır. İktidar da medyayı bunların karşılığında propaganda hareketleri için kullanmaktadır.
- İkinci süçgeç, medya grubunun en büyük yaşam kaynağı reklamlardır. Medya grupları kendilerine reklam veren şirketlerin çıkarına ters düşecek yayınlar yapamayacağından medyanın objektif yayın yapması zordur.
- Üçüncü süçgeç haber kaynaklarıdır. Kitle medyası, hükümetin ve iş dünyasının finanse ettiği ve onayladığı "uzmanlar"ın sağladığı bilgilere dayanır. Bu nedenle medya sürekliliğini sağlamak, muhalif seslerin etkisini azaltmak için güvenilir bir haber akışına ihtiyaç duyulur. İktidar tarafından maaşa bağlanan ve medya karşısına çıkarılan uzmanlar, çoğunlukla akademisyenler, emekli askerler ya da istihbarat uzmanlarıdır. Onlar da halkı sistemin doğruluğuna inandırır.
- İtiraz ve yaptırım dördüncü süçgeçtir. Kimi zaman medyada yer alan yayınlara karşı mektup, telefon, dava, önerge gibi çeşitli şekillerde olumsuz tepkiler olabilmektedir. Bu tepkilerin medya için büyük maliyetler oluşturması nedeniyle birçok düşünce kuruluşu açılmıştır. Örneğin; 1970'lerde ABD'de açılan "Accuracy in Media" adlı düşünce kuruluşu, medyaya katı bir sağ kanat çizgide kalması için ciddi baskılar yapmıştır. Sonuç olarak açılan düşünce kuruluşları da, halka hizmet etme adı altında aslında bir nevi iktidara hizmet etmektedir ve hükümet de en büyük tepki üreticisidir (Muratoğlu, 2011, s. 11).

- Bir kontrol mekanizması olarak anti-komünizm ideolojisi çok işlevsel olmuştur. Propaganda modelinin eksiksiz işleyebilmesi için uygulayıcılar kendilerine kurbanlar seçerler. Günümüzde komünist ve anti-komünist kavramları artık kalmadığı için Chomsky değerli ve değersiz kurbanları, ABD, müttefikleri ve karşıtları ile anlamlandırmaktadır (Aktaran Gadimov, 2015).

Görevi eğlendirmek, bilgi vermek, avutmak ve değerlerle inançları topluma aşılamak olan kitle medyası, mesajları ve sembolleri sıradan insanlara ileten bir sistemdir (Akarcalı, 2003, s.45-48). Bu değer ve inançları aşılarken, halkın tepkisini çekmemek ve toplumsal oluşumun daha kolay gerçekleşmesini sağlamak amacıyla, karşı tarafın anlayabileceği şekilde bir rıza oluşturur. Karşı taraf sadece söyleneni anlar; değiştiğini ise değiştikten sonra fark eder.

3.7.2. Propagandanın Çeşitleri ve Örnekler

Yaşadığımız hayatta farkında olsak da olmasak da çeşitli güç odaklarının çeşitli şekillerde uyguladıkları propagandası ile karşılaşırız. Propagandanın açığı, bulanığı, kapalısı, bir başka deyişle beyazı olduğu gibi karası da vardır.

Beyaz propagandada, haberin kaynağı resmi ve güvenilir bir yerden gelmesine ve gerçek olmasına rağmen, propagandayı yapan taraf zaferlerini karşı tarafın ise yenilgilerini abartılı bir şekilde sunmaktadır. Beyaz propaganda muhatapların tereddütsüz kabul etmeye alıştıkları bir propaganda çeşidi olması nedeniyle, gerçeklerden en küçük bir uzaklaşma sonucunda muhataplarda büyük bir güvensizlik doğurur ve yeni kaynaklar aramaya başlarlar (Tanrıkulu, 2009, s. 74-75). Düşmanın direncini zayıflatmak amacıyla, beyaz propagandada düşmanın zayıf yönü tespit edilir ve propaganda faaliyetleri sürekli olarak bu zayıf yöne yapılır. Bu propagandanın en güçlü yanı, karşı tarafın fikirlerini çürütmesi, taraftarlarının sayısını azaltması; zayıf tarafı ise yayılma menzilinin sınırlı olmasıdır. Gelişmiş ülkelerde bu propaganda yöntemi sıklıkla kullanılmaktadır. "Amerika'nın Sesi" ve "Moskova" radyosu barış dönemlerinde bu tür bir propaganda yapmışlardır (Bektas, 2002, s. 35).

Kara propagandanın yanında gri propaganda negatif ve belki de en sinsisidir. Gerçek ve yalanı birbirine karıştırmak suretiyle yapılan bir propagandadır. Gri propagandada kaynak gizli olduğundan, bilginin dost veya düşman tarafından geldiği

kesin olarak bilinemez ancak tam olarak da yalanlanamaz. Mübalağa ve yalana sıkça yer verilen gri propagandada olumlu bir durum dahi gölgelendirilerek değerden düşürülmeye çalışılır. Burada genellikle doğru bir olaya çok sayıda yalan sokulup muhatabı küçük ve gülünç duruma düşürmek amaçlanır. Kusurlu bir şey, tam ve yeterli veya yeterli, açık olan bir şey şüpheli gösterilerek gölgelendirilir (Tarhan, 2006, s.40). Gri propagandanın güçlü yönü muhatapları tarafından iyi olarak görülmesi, birey üzerinde propaganda hissi doğurmamasıdır. Kapitalist sistemin Sovyet Rusya ile ilgili çıkardığı hikâyeler ve fıkralar sistemin çökmesinde oldukça büyük rol oynamıştır (Tanrıkulu, 2009, s. 74-75). Gizli konulardan bahsediliyormuş imajı verilerek, birçok söylentinin toplum içinde yayılması sağlanır. Kaynak belli olmadığı için hedef kitle için en heyecanlı konular komplo teorileriyle işlenir. Gri propagandanın en net örneği Birinci Körfez Savaşında ortaya çıkmıştır. Amerika bilindiği gibi Saddam, Kuveyt' in işgalini öne sürerek Irak' a savaş ilan etmiş ve birinci Körfez Savaşı Amerika'nın kazanımlarıyla bitmiştir. Ancak Savaş öncesi Amerika, Gri Propaganda yöntemini çok etkin kullanılmıştır. Petrole bulanmış Karabatak, sanki Saddam'ın petrollerinin doğayı kirlettiği ve bu nedenle Saddam'ın ıslah edilmesi gerektiğini meşru göstermek için yazılı ve başta CNN olmak üzere görsel medya üzerinden sıklıkla, karabatak fotoğrafı sinsice gösterilerek, birinci Körfez Savaşına bir nevi zemin hazırlanmıştır. Ne acıdır ki, bu fotoğrafın asıl hikâyesi savaştan sonra ortaya çıkmıştır. Bunun, petrol yüklü bir tankerin batması sonucu tankerden sızan petrolün Alaska kıyılarını kirletmesiyle sahilde bulunan bir karabatağın petrole bulanmış halde çekilen fotoğrafı olduğu anlaşılmıştır (Fırat, 2008, s.118). Özellikle İnternet' in gelişmesi ve Dünyadaki İnternet kullanıcılarının hızla çoğaldığı bir ortamda, bu Propaganda tekniği günümüzde sıklıkla uygulanmaktadır.

Kara propaganda, yalan, yanlış ve abartılı bilgiler kullanarak, duyguları istismar ederek, haberin kaynağını gizleyerek, kitlelerin bir çıkar grubunun arzu ettiği gibi düşünmesini ve davranmasını sağlayacak iletişim faaliyetleridir (Özsoy, 1998, s.22). Kimi zamanda kaynak belirlidir ama başka kaynaktan çıkıyormuş gibi gösterilir. Burada kaynağın gizliliği çok önemlidir. Çünkü kaynak deşifre olduğu zaman etkisi olmaz, geri teper ve hatta propagandayı yapana karşı düşmanlık duygularının artmasına neden olur. Bu sebeple iç düşmana karşı kullanılmamaktadır. Gizliliğin çok önemli olduğu kara propagandada hile, entrika, yalan, fitne, iftira, sinsilik ve sahte delil gibi çeşitli oyunlarla gerçek değiştirilir. Amaç, toplumun inançlarını sarsmak ve halkın belli bir konu

hakkındaki düşüncelerini karıştırmaktır (Tanrıkulu, 2009, s. 74-75). Kara propagandanın amacı, kitleleri ruhsal çöküntüye itmektir. Propagandanın kurgulanması sürecinde ahlaki mülahaza ve vicdani sorumluluk aranmaz. Bush yönetiminin Irak Savaşı öncesinde Saddam Hüseyin'in kimyasal silah ürettiği ve bütün dünyayı tehdit ettiği fikrini yayması, daha sonra herkesin anladığı gibi aslı olmayan bir kara propagandadır (Tarhan, 2006). Kara propaganda ile insanların içindeki kötü duygular ortaya çıkarak kampanyalar neredeyse psikolojik bir savaşa dönüşmektedir.

Propaganda bazen iyi amaçlar için de kullanılabilir. Barış, hoşgörü, kardeşlik ya da sağlıklı yaşam gibi konularda da propaganda yapılabilir. Beyaz propagandanın teknikleri de kara propagandanın teknikleriyle aynıdır. İyi bir amaca hizmet edecek beyaz bir propagandanın hiçbir yanıltıcı bilgi içermeden kurgulanması mümkündür ve toplumda iyi sonuçlar doğurur. Her gün defalarca maruz kaldığımız propagandanın etkilerinden eleştirel yaklaşım göstererek kurtulabiliriz. Haberin kaynağını araştırmak, nasıl hazırlanıp karşımıza nasıl getirildiği ve sunulduğunu bilmek, ona karşı bizi biraz daha güçlü kılacaktır. Genellikle medya sadece kendi bakışını, duygularını, çıkarlarını ve değerlerini öne çıkararak haber sunar. Haberin gerçekliğini dahi denetlemeden kamuoyuna sunar (Dietrich, 2016, s.121). Oysa medyayı akıllıca kullanmak, sorgulamak, nedenini düşünmek, gerçeğe ulaşmamızı sağlayacaktır.

Nazilerin iktidarı ele geçirmesinin ardından, Hitler'in, Joseph Goebbels'in başkanlığında "Kamuoyu Aydınlatma ve Propaganda Devlet Bakanlığı'nı" kurması da tarihteki en büyük ve en ölümcül propaganda çalışmalarından birine örnektir. Bu bakanlığın amacı, Nazi fikirlerini sanat, müzik, tiyatro, film, kitap ve basın aracılığıyla kitlelerin kabullenmesini sağlamaktı. Otoriter bir rejimde, özür tartışmanın olmadığı bir ortamda bu yöntem maalesef amacına fazlasıyla ulaşmış ve tarihte eşi benzeri görülmemiş bir zulümle çok sayıda masun insan hayatını kaybetmiştir.

Birinci ve İkinci Dünya Savaşı başta olmak üzere savaşlarda kullanılan propaganda faaliyetleri daha çok afişler ve görüntülü resimlerle yapılmıştır. Asker toplamaya ilişkin olarak hazırlanan afişler daha çok erkekliği öne çıkaran, ulusun ve ailenin korunması amacını güden, savaşın gerekliliğine kamuoyunu inandıran özellikler taşımaktadır. Kadınlar ve erkeklerin toplumsal sorumlulukları öne çıkarılmıştır. Buna göre, İngiltere'de "Ülkenin Sana İhtiyacı Var" afişiyle askere katılmalar teşvik edilmiştir.

Daha önceden politik karar alma mekanizmalarından haberi olmayan İngiliz halkı bu afişin çekiciliği ile savaşa ikna olmuştur. ABD ordusu için tasarlanmış olan "Amerikan Ordusu için seni istiyorum" beyaz ve ataerkil Amerikayı simgeleyen Sam Amca figürü ile halk savaşa katılma isteği duymuştur. Benzer şekilde "Zafer İçin Yardım Et! Savaş Harcına Bağış Yap" adlı Alman afişinde, savaş ekonomisini canlandırma ve savaşa kaynak sağlama amaçlanmıştır (Clark, 2004, s. 140-150). "Baba büyük savaşta ne yaptın?" afişiyle erkeklerin eğer orduya katılmazlarsa gelecekte çocuklarının onları yargılayacağı düşündürtülmüştür. "Deniz kuvvetlerini ya da seni istiyorum" afişiyle ilgi çekici bir kadının yer aldığı görselle, cinsellik çağrışımı yapılarak erkeklerin arzularına hitap edilmiş ve böylece orduya katılmaları teşvik edilmiştir. Rüyasında kendisini Nazi Almanya'sında yaşayan bir işçi olarak gören Donald Duck'ın kâbustan uyanarak Amerika'da olduğunu fark etmesiyle sona eren "Der Fuehrer's Face" adlı çizgi film nazilerin korkunçluğuna gönderme yaparak özgürlüğün kıymetini anlatmıştır (Mediacat.com, 2017, 3/31).

Soğuk Savaş boyunca özellikle yeni bir tarih yazımı yöntemi olarak kullanılacak olan Hollywood film sanayii, Rambo serisi ile aslında yaşananların farklı olduğunu göstererek adeta unutkan kitlelerin zihinlerine yeni bir tarih bilinci yerleştirmiştir. Rusya'nın Soğuk Savaş neticesinde teslim oluşunu temsil eden "Kızıl ekim" filmi, ciddi bir propaganda söylemi kullanmada başarılı olmuştur (Valantin, 2006, s.47-69). ABD ve Sovyetler Birliği'nin Soğuk Savaş sırasında, karşılıklı filmlerle, televizyon ve radyo programlarıyla kendi halklarını, karşı tarafı ve üçüncü Dünya ülkelerini de etkilemeleri tarihteki en meşhur propaganda savaşları arasında yer alır. Bu dönemde George Orwell'in Hayvan Çiftliği ve 1984 isimli romanları açık olarak propaganda amaçlı kullanılmıştır (Jenkins, 2012, s.15). CIA, 1950'lerde Hayvan Çiftliği'nin orijinal hikâyesinden hareketle, kendi amaçlarına uygun küçük farklılıkları olan bir çizgi film versiyonunun yapılmasını gizlice desteklemiştir.

Iraklı askerlerin Kuveyt'e girdiklerinde, hastanelerdeki bebekleri kuvözlerden çıkarıp kendi kaderlerine terketmeleriyle ilgili kaynağı doğrulanmayan bir haber üzerinden bir propaganda faaliyetine girişilmiştir. Bununla ilgili bir halkla ilişkiler şirketine iş verilmiştir. Gözyaşları içerisinde bir vahşet ve acımasızlık hikâyesini anlatacak olan küçük bir Kuveytli kız çocuğunun yer aldığı senaryo, Amerikan halkına sunularak savaş yönünde ikna edilmesi sağlanmıştır (Mutlu, 2003, s.362). Olayda bir kara

propaganda unsuru olarak kullanılan kız çocuğunun Kuveyt'in ABD büyükelçisinin kızı olduğu ise iki yıl sonra anlaşılmıştır. Yine İkinci Körfez savaşında, Irak'ın kitle silahı bulundurduğu gerekçe gösterilerek işgal edilmesi sağlanmış, savaş sonrasında ise kimyasal silahla ilgili istihbaratın hatalı olduğu kabul edilmiştir.

Teknoloji ve bilgisayar meraklısı gençlerin savaşa ilgisini çekmek için "Amerikan ordusu" adlı bilgisayar oyunu piyasaya sunulmuş ve birçok dergi okuyucularına bu oyunu bedava vererek yaygınlaşmasını sağlamıştır (Johnson, 2005). Günümüzde iletişimin küreselleşmesi ile birlikte ortaya çıkmış olan bilgisayar oyunları ve sosyal medya alanlarındaki interaktif uygulamalar, televizyon başında geçirilen vakti daha çok bilgisayar ekranına kaydırmıştır. Bu durum ise, yeni reklam, pazarlama ve propaganda faaliyetlerinin bilgisayara endeksli hale gelmesini sağlamıştır.

3.7.3. Haberin Propagandada Kullanılması

Haber, belgesel film, haber filmi gibi anlatılar, gerçeğin aktarımı olarak görülmekte, aktarılan bilgilerle algılanmaktadırlar. Gerçekliği, anlatıların içeriklerinde yeniden kurgulayan anlatıcı, fark edilmeden anlatılana şekillendirilmiş bilgiyi aktarma olanağına sahiptir. Medya içeriği hazırlayanlar, oluşturdukları içerikleri söylem, dil, imge, gösterge vb. teknikleri de kullanarak istenilen algıyı oluşturmaktadırlar. Propaganda içeriğinin hedef kitle tarafından inandırıcılığı için, hem kullanılan dil, hem de öğelerinin doğruluk özelliği nedeniyle haber, propagandaya uygun bir anlatı türüdür. Propagandacılar, gerçekleri olduğu kadar yalanları da kullanmaya hazırdırlar ve hangisini kullanacakları kitlelerin neyle ikna olacaklarına bağlıdır (Qualter, 1980, s.275). Anlatının olay kurgusunda bazı aktörlerin yer almaması veya olmayan aktörlerin var edilmesi, eylemlerin sıralamasındaki değişiklikler, bazı öğelerin eklenip bazılarının çıkarılması, olayın zaman dizgesinin bozulması, haberde kolaylıkla somut bulgulara dayanarak propaganda yapılmasının önünü açmaktadır (Balel, 2016, s.43). Propagandanın, kitle iletişim araçları üzerinden gerçekleştirilmesi, kısa zamanda hedeflenen haber içeriğinin çok geniş kitlelere ulaşmasına ortam hazırlamaktadır. Uluslararası haber ajansları ile medya kuruluşlarından yapılan haber aktarımı sayesinde, dünyanın bir yerinde olan bir olay, tüm dünyadaki haber tüketicilerine kısa sürede ulaştırılmaktadır. Gerçeği saklamanın en kolay ve en güvenilir yolu, hedeflenen gerçekliği ağırlıkla somut veriler üzerine kurmak ve bunlara dayandırmak olduğundan, inandırıcılık bakımından var

olmayan bir durumun sunulmasından daha etkili olacaktır. Bazı durumlarda haberin öğelerinin eksik verilmesi, bazen ise kritik bilginin enformasyona çevrilmemesiyle kolaylıkla dezenformasyon yapılabilmektedir. Böylesi bir süreç eşik bekçisi olan gazeteci tarafından farkında olmadan da yapılabileceği gibi, haber kaynağının aktardığı veya aktarmadığı enformasyon ile de oluşabilmektedir.

Propagandada önemli olan olgu değil algıdır. Gerçeğin anlatısı olarak sunulan haberde gizlenen en önemli şey ise gerçeğin kendisidir. Gerçek, propagandayla gerçekliğe dönüşürken algıyı biçimlendirir (Schiller, 1993, s.23). Kitle iletişim araçları üzerinden algının oluşması, öncelikle hedefin kendisine yönelik bir içeriği aynı anda görmesi ve duyması ile başlamaktadır. Duyu organlarıyla algılanan içerikler, kültürel alt yapı, beklentiler, o anki dikkat ve hazırlık durumu, önceki deneyimler, önyargılar gibi öznel etkenlere göre anlamlandırılarak algı oluşturulur. Algı, sürekli bir süreç değildir ve zaman içinde üzerine algılama yapılan konu hakkında farklı duygu, düşünce ve tutumlarla değişebilmektedir. Kitleler genelde aktarılan haberlerin içeriklerine inanabilir iken, medya kuruluşlarının en üst düzeyde kamunun yararına hizmet verdiğine her zaman güvenmemektedirler (Milburn, 1998, s.265).

Schiller'e göre enformasyonun üretim ve toplanması süreci, enformasyonun yaygınlaştırılması ile tamamlanmaktadır. Bu süreçte, hükümetin uluslararası alanda propaganda rolü üstlenmesi, yurtiçinde halkla ilişkiler birimi olarak çalışması, kullanıma sunulan miktardaki enformasyon arzının denetleyicisi ve yönlendiricisi olma uygulamaları hükümet düzeyinde gerçekleşmektedir (Schiller, 1993, s.71-72). Özellikle savaş gibi kriz ve travma ortamlarında, kişilerin durumu anlamaktan daha çok olan biteni açıklama ihtiyacı nedeniyle, savaş anlatıları ya da haberlerinin önemi artmakta ve propaganda daha yoğun biçimde kullanılmaktadır. Haberin bazı noktaları örtüp bazı noktaları öne çıkartması, bu süreçte uygulanan sansür ve manipülasyon, mesaj alıcısının içinde bulunduğu ruh hali, savaş metinlerinin propaganda amaçlı kullanımına olanak tanımaktadır.

Lippman, kitle iletişim araçlarının hayalî bir dünya çizdiğini ve buradan aktarılan içeriklerin kişilerin her türlü durumda neler yapacaklarını ve neler söyleyeceklerini etkilediğini savunmuştur. Kişilerin ırk, cinsiyet, inanç özelliklerine göre konuları nasıl algılayıp nasıl davranacakları belirlenmektedir (Pratkanis ve Aronson, 2008, s.92).

Halkla ilişkilerin haber alanında kullanılmasıyla gazeteci, haber sağlayıcısı değil, haber yaratıcısı olarak görülmeye başlanmıştır. Daha önceleri habere özgürce ulaşabilen gazeteciler, halkla ilişkilerin devreye girmesiyle bu özgürlüklerini yitirmiş, haber toplamak amacıyla girdikleri kapılardan geçerken durdurulmaya çalışılmıştır (Schudson Aktaran Balel, 2016). Böylece ilk olarak propagandayla bir nevi haber süzgeci oluşturulmasına başlanmıştır. Propagandanın önem kazanması, yöneticilerin kamuoyu desteğine gereksinim duymalarına bağlı olarak gelişmiştir. Haber üretim sürecinde propagandacılar, kitlelere açılmak için kanaat önderlerini ikna edebilecekleri gibi, gazetelerin genel yayın yönetmenleri ile etkin gazetecileri de ikna ve etkileme yoluna gidebilmekte, böylece hitap edecekleri kitlelere de dolaylı olarak erişim sağlayabilmektedir. Bir konunun haber olarak aktarımı, haberlerin yayınlanma sıklığı, kitleye hangi konuda düşünmesi gerektiğini de söylemektedir. Haberin kitleye aktarılmasında, propaganda yapabilmek için halk ile olay arasında bir engel olmalıdır. İnsanlara nereye ve neye bakmaları gerektiğini söylemek gerekir. Aksi takdirde kitlenin kendine göre yapacağı değerlendirmeler arzu edilen sonucu vermeyebilir (Pratkanis ve Aronson, 2008, s. 312). Propagandacının arzusu dışında bir algılama gerçekte doğru bile olsa, yanlış olarak değerlendirilir.

Dosya ve dergi haberleri dışındaki haberler hızla üretilerek tüketiciye aktarılması gerektiğinden, haber kaynağına bir an önce ulaşabilmek için gazetecinin profesyonel TV tartışmacıları ile iletişim içinde olması gerekmektedir. Bourdieu, televizyonlardaki tartışma programlarına kendi uzmanlık alanları dışında da katılan kişilere "fast thinker" diye adlandırmaktadır (Bourdieu, 1997). Bu kişilerin her programa çağırılmaları, her an ulaşılabilir olmalarının yanında izleyicinin ilgisini çekecek şekilde konuşmalarına da bağlanmaktadır.

Genel anlamda yayın politikası, belirlenmiş ilişkiler içinde saptanmakta, hazırlayanların ve uygulayanların iradesine göre oluşturulmamakta, hedef ile kaynak arasındaki güç durumuna göre oluşturulmaktadır. Genellikle medya sahipleri, bu kuruluşların yöneticilerinden talep ederek medya politikalarını oluşturmakta ve uygulanmasını sağlamaktadır. Burada ticari kazanımlar ve güç sahibi ile ilişkiler temel etkendir. Kamunun bilme hakkını haber medyasının yerine getirmesi, kendilerinden beklenen bir taleptir. Bu kavramı destekleyecek olan toplumsal sorumluluk kuramı da, kamu çıkarı söz konusu olan durumlarda, toplumun belli konulara dikkatinin çekilmesi

ve konuyla ilgili kamuoyu oluşturulması bakımından yararlı sonuçlar ortaya koymayı amaçlamaktadır (Erdoğan, 1997, s.119). Toplumsal sorumluluk ve kamu yararı bağlamında, haberciliğin önemli bir meslek olması, haberin ticari boyutuna karşın etik kaygılarla sunulmasını da gerektirmektedir.

Medya kuruluşları maliyetlerini karşılamak ve kâr edebilmek için reklam ve ilan almak zorundadır. Medya sahibinin çıkarları doğrultusunda, medyada yer alacak hangi haberleri gündeme alıp hangilerini dışlayacağına, hangileri üzerine vurgu yapıp hangilerini geçiştireceğine, hangisini derin hangisini yüzeysel olarak irdeleyeceğine farklı ölçülerde medya sahipleri ve çalışanları karar vermektedir. Haber seçiminin temelinde yatan değerler, kamuoyu oluşturma açısından önemli yer tutmaktadır. Bu nedenle, baskı ve çıkar grupları hedef kitlelerine ulaşmak için medyayı etkileme yoluna gitmektedirler (Milburn, 1998, s.232-233).

Kitle iletişim araçlarının büyük rol sahibi olduğu propagandada, özünde az sayıdaki bireyin kitlelere erişme çabası vardır. Bu bağlamda propaganda ile zenginlik vaat edilmesi, korku salma veya birilerine uygulanan eziyet ve işkencelere dikkat çekilmemesi muhtemeldir. Ancak propagandacı, bunun yerine sert gücün zorlayıcılığından uzak, kitleleri cezbedecek yumuşak güç unsurlarını kullanmayı tercih eder (Nye, 2005). Alıcıların gönüllü uyumu açısından bu tercih edilir.

Kitle iletişim araçlarından aktarılan içerikler yeni davranış biçimlerini göstermek ve belli bir davranış ya da düşüncenin meşru ve uygun olduğuna dair algı oluşturma bakımından etkin olabilmektedir. Medya içerikleri ile en etkin kamuoyu oluşturulan durum, kitlelerin önceden fikir sahibi olmadığı yeni konulardır. Kamuoyu oluştuktan sonra bunun güçlendirilmesi kolay, değiştirilmesi ise oldukça zordur. Alıcıların ilk elden haber aldıkları konularda, haber içeriklerinde bir çatışma olması halinde kendi bilgi ve deneyimlerine inanmaktadır. Ancak bire bir deneyimlemedikleri veya haberdar olmadıkları konularda kendilerine aktarılan içeriklere inanmaktadırlar (Pratkanis ve Aranson, 2008, s.177). Kapalı metin olarak üretilen haber metni, eşik bekçiliği sürecinde haberleştirilirken hedef kitlenin algısı tasarlanmaktadır.

Haber metinlerinde haber öğelerinin bazılarının bulunmaması, haberdeki açıklama ve yorumlama eksiklikleri, haber içeriğinde anlamlarının değişmesine yol açmaktadır. Böylelikle olaylar bağlamlarından koparak faillerinin kimliği belirsiz

kalmakta veya gerçek faillerden farklı kişiler görülmektedir. Suç ve terörizm gibi konularda medya, iyiler kötülere karşı fikrini işlemektedir. Bu tür sorunlara yönelik köklü çözüm önerileri yerine, psikolojik olarak toplumların rahatlamasını sağlayacak öneriler getirilmektedir. Bu durum, haberin güç ile iletişim arasındaki farkı ve haberin politik sürecin yapı taşlarından biri olduğunu ortaya koymaktadır (Bennet, 2000, s.19-29). Haber içerikleri ile iyi bir halkla ilişkiler ve enformasyon yönetim süreci gerçekleştirerek halkın desteği kazanılmaya çalışılmaktadır. Basın, rakipleri tarafından atlatılmamak için elde ettiği bilgiyi haberleştirmektedir. Sonuçta gündemde birbiri ile benzer haberler yer almaktadır.

Haberde kullanılan söylem, haberin içeriğindeki öğelerin ve olayların aktarımı, propaganda için uygun ortamı oluşturmakla birlikte, bu haberlerin kitlelere aktarılması için kullanılan medya ortamlarının kendisi de birer propaganda unsurudur. Bununla birlikte bir iletinin aynı anda geniş kitlelere ulaşması, kitleleri ikna etmesi propagandanın etkinliği ve dolayısıyla sistemin gücünü pekiştirmektedir. Kitle iletişim araçları ile ortaya çıkan değişim, aktarılan içeriğin aynı medya içeriğini tüketen kişilerin kitlelere dönüşmesiyle gerçekleşmiştir. Toplumsal yapılarda, davranışlarda ve algılarda oluşturulan anlatılar ile kullanılan imgelerde gerçekleşen dönüşümlerle araçlar üzerinden yeni kültürler oluşmuştur (Gerbner, 2005, s.92). Birbirinden farklı kitle iletişim ortamlarından da olsa aynı içeriği alan ve bunun dışında temelde ortak noktaları olmayan kişilerden oluşan kitleler, bu içeriklere ulaştıklarında gerek birer alıcı veya tüketici, gerekse üretici olarak ortak bir kültürün öğesi durumuna gelmektedir. Böylelikle aktarılan içerikten etkilenen kişilerin algıları yorumlanan yönde dönüşürken, kendileri de günlük söylemlerinde bu içerikler ve algılar yönünde davranışlarda bulunmaktadırlar. Bu aynı zamanda gerçekliğin yaygınlık ve inanılırlık kazandığı süreçtir. Yorumdan geçerek var olan bir gerçekliğin anlatısı, alıcı tarafından başkalarına aktarılmaktadır. Böylelikle yaygınlığı ve inanılırlığı da pekişmektedir.

TV ile habere yönelik tutum da değişmiş, haber bir tür eğlenceye dönüşmüştür. Bunda haberi üreten ile haberi sunanın farklı kişiler olması önemli bir pay sahibidir. Bununla birlikte, haber bültenlerinin müzikle başlayıp müzikle bitmesi, haber öykülerinin görsel ve işitsel açıdan çarpıcı öğelerle zenginleştirilmesi de önemli olmuştur (Postman, 1994, s.99). Kitle iletişim araçlarının sunduğu teknolojik, görsel, işitsel ve eğlencesel

çekicilik yumuşak gücün kullanımını kolaylaştırmış ve içeriğinin olduğu kadar kullanılan aracın çekiciliği de hedef kitlenin ikna edilmesinde önemli yer tutmuştur.

3.8. Kamu Diplomasisi ve Medya

3.8.1. Kamu Diplomasisi Kavramı

Diplomasi dar anlamda, bir hükümetin belli konulardaki kanı ve görüşlerini doğrudan doğruya öteki devletlerin karar vericilerine iletilmesi süreci olarak tanımlanmaktadır (Gönlübol, 1993, s.116). Kamu diplomasisi kavramını gündeme getiren diplomasi kavramsallaştırması ise bu yaklaşımdan daha geniş bir bakış açısının ürünü olarak uluslararası çevrenin yönetimidir (Cull, 2009, s.12). Uluslararası aktörler bu yaklaşımda, devletler, çok uluslu şirketler, sivil toplum örgütleri, uluslararası örgütler, vatandaşlar ve hatta terörist örgütler gibi pek çok grubu içermektedir. Kamu kavramı ise teknik anlamda bir kuruluşun eylem ve işlemlerinden doğrudan ya da dolaylı, olumlu ya da olumsuz olarak etkilenen; kanaat ve eylemleriyle kuruluşu etkileyen; ortak kanılara, davranışlara ve çıkarlara sahip birey, grup ve kuruluşları anlatmaktadır (Uysal, 1998, s.65).

Diplomasi ve kamu kavramlarının birleşiminden oluşan, İngilizcede "public diplomacy" olarak kullanılan kamu diplomasisi kavramı Türkiye'de de sıklıkla kullanılmaktadır. Kamu diplomasisi, hem hükümet hem de özel birey ve grupların doğrudan ve dolaylı olarak kamu tutum ve davranışlarını, başka bir hükümetin dış politika kararları üzerinde etki etmesine yönelik faaliyetler olarak tanımlanmaktadır. Kamuoylarıyla ilişki kurmada, geleneksel kamu diplomasinden farklı olarak sivil toplum örgütleri devletlerden daha çok öne çıkmakta, radyo, TV, internet en önemli iletişim aracı olmaktadır. Propagandanın eski kavramları yerine, kamu diplomasisi pazarlamadan ve ağ iletişiminden yararlanmakta, markalaşma ve yumuşak güç kullanımı öne çıkmaktadır. Yumuşak gücün en önemli araçlarından biri olan kamu diplomasisi, bir ülkenin ulusal çıkarlarına destek vermek amacıyla yabancı halkların bilgilendirilmesi, sürece dâhil edilmesi ve etkilenmesidir (Aydemir, 2016, s.100-104). Hükümetler ya da küresel iktidar unsurları, daha çok ilgili ülkelerdeki kamuoyunu oluşturacak faaliyette bulunurlar. Bu nedenle Dünya sorunlarıyla ilgili bir konuda sonuç almak isteyen ya da istedikleri

politikayı kabul ettirmek isteyen ülkeler, kendi ve ilgili ülke kamuoylarında kamu diplomasisi faaliyetlerinde bulunmaktadırlar.

İlk kamu diplomasisi uygulamaları Soğuk Savaş döneminde, Amerikan ve Batı değer ve kurallarının, demir perde ülkeleri olarak adlandırılan Doğu Avrupa ülkelerine yayılmasına yönelik ikna faaliyetleri olmuştur. İletişim devrimi sonucu, transistorlu radyo, televizyon, faks gibi teknolojiler sıradan insanların hayatına girmiş, yurtdışında olup bitenleri bilmeyi, sadece devletlerin ve küçük bir azınlığın ayrıcalığı olmaktan çıkarmış, sıradan vatandaşların da bu bilgilere sahip olmasını sağlamıştır. Geniş kitlelerin bilgi sahip olması, kamuoyunun daha çok dikkate alma zorunluluğunu doğurmuştur. Burada kamuoyunu oluşturan bakış açıları ve kanaatler, gerçeklik kadar önem taşımaktadır (Tuch, 1990, s.3-5). Berlin Duvarı'nın yıkılması sonucunda iki kutuplu dünyanın sona ermesiyle kamu diplomasisinin temel hedef ve amaçlarında bir duraklama yaşanmıştır. 11 Eylül saldırıları ile kamu diplomasisi kavramı yeniden tartışılmaya ve dönüşmeye başlamıştır (Yağmurlu, 2007). Kıta Avrupası'nda ise komünist bloğun parçalanmasıyla oluşan ülkeler, kendilerini Avrupa'nın tarihsel ve kültürel olarak bir parçası olarak konumlandırmıştır. Bu gelişmeler, kamu diplomasisi faaliyetlerinin artmasına ve yumuşak güç kavramının öne çıkmasına sebep olmuştur.

Dış işlerinde daha stratejik bir yaklaşıma sahip olma, ülke menfaatleri bakımından pek çok hükümet için gittikçe daha fazla önem kazanmaktadır. Kamu diplomasisinin üç temel unsurunu Leonard şu şekilde açıklamaktadır (Aktaran İnan, 2012, s.66):

> "1.Kamu diplomasisinde gerçekleştirilen iletişim süreklilik arz etmeli ve bu süreçte yabancı kamuoyu dâhil söz konusu ülkenin politikaları hakkında herkes bilgilendirilmelidir.
>
> 2.Stratejik iletişim süreçlerini doğru bir şekilde yürüten ve yabancı kamuoylarının desteğini alan ülkelerin uluslararası arenadaki itibarları olumlu yönde gelişecektir.
>
> 3.Kamu diplomasisi alanında uluslararası konferanslar, medya kuruluşları, öğrenci değişim programları gibi birçok farklı mecralar kullanılarak sivillerin yaptığı iletişimle uzun dönemli iyi ilişkiler oluşturulacaktır."

Modern demokrasilerde devlet görevlileri, kararlarını verdikten sonra basına ne söyleyecekleri ve bunu nasıl yapacaklarına genellikle çok dikkat ederler. Ancak çoğunlukla yerli basına odaklanırlar. Oysa yabancı medya, kamu diplomasisinin ilk boyutu için en önemli hedefi konumundadır. Bu nedenle, ülkenin itibarına zarar

vermemek için yabancı kamuoyuna da olumlu izlenim yaratmak gerekir. Stratejik iletişim süreçlerini doğru bir şekilde yürüten ve yabancı kamuoylarının desteğini alan ülkelerin uluslararası arenadaki itibarları olumlu yönde gelişecektir. Kültürel ve diplomatik mübadele faaliyetleriyle eğitim, turizm, kültür, sanat gibi faaliyetleri ihtiva eden ilişki kurma uzun vadeli, pahalı ancak kalıcı kamu diplomasisi faaliyetidir (Demir, 2012). Bu nedenle, ilişki kurmada ülke ve mekân markası oluşturmaya yönelik çalışmalar, kamu diplomasisinin en mühim sahasını teşkil ederler.

3.8.2. Yumuşak Güç

Güç odaklarının askeri güç kullanarak ya da ekonomik yaptırımlarla ülke ya da grupları hizaya getirme olarak tanımlanan sert güce karşın, ikna ve işbirliği mekanizmasıyla ülke ve grupların davranışlarını yönlendirebilmesine yumuşak güç denmektedir. Bir başka deyişle yumuşak güç, istenilen şeyin başkalarının istemesini sağlamaya, siyasi gündemi diğer insanların önceliklerini biçimlendirecek şekilde belirleme yeteneğine dayanır (Nye, 2005, s.14). Bunun için ülkeler refah ve demokrasi değerleriyle diğerlerini büyüleyerek etkilemeye ve yönlendirmeye çalışır.

16'ncı yüzyılda İspanya, Amerika kıtasındaki altın ve gümüş kaynaklarını kullanarak yabancı ülke hanedanlarıyla bağlar kurmuş, sömürgelerle ticaret gerçekleştirmiş ve paralı askerlerden yararlanarak gücünü şekillendirmiştir. 17'nci yüzyılda Hollanda; donanmasıyla, yürüttüğü sermaye pazarlarıyla ve ticaretiyle lider bir ülke olarak değerlendirilmiştir. 18'inci yüzyılda nüfus, kırsal sanayi ve kamu yönetimi güç kaynaklarına sahip Fransa, sert güç olarak değerlendirilen ordusuna yumuşak gücün değerlerinden olan kültürü katmıştır. 19'uncu yüzyıla gelindiğinde ise Dünyanın her tarafında toprakları bulunan ve bir imparatorluk olan Britanya denizlerde rakipsiz bir şekilde uluslararası politikada büyük bir güç olarak küresel ticarette egemenliğe sahip olmuş, liberal kuralları yumuşak güç açısından pek çok ülkeyi kontrol edebilmek için kullanmıştır. Sert güçle bir araya getirilen yumuşak güç, Britanya'yı dünyanın önder bir gücü haline getirmiştir (Aydemir, 2016, s.132-134). 20 ve 21'inci yüzyılda ise ABD, ekonomik büyüklük, bilimsel ve teknik liderlik, yerleşim, askeri güç ve ittifaklar ile hegemonik güç olmuştur.

Dünyanın her yerinde toprakları bulunan Britanya, kültürünü dünya geneline nüfuz ettirmiştir. Avrupa'nın önemli devletleri arasında güç dengesini koruma, serbest

uluslararası ekonomik sistemi destekleme ve denizlerde serbest geçiş hakkı ve korsanlığın önlenmesi gibi şeylerle gücünü perçinlemiştir. Amerika ise Britanya gibi dünyanın birçok noktasında toprakları olmamasına rağmen daha büyük bir yumuşak güç olmuştur. Güçlü ekonomisinin yarattığı sert etki, başkalarının kararlara katılmasına izin veren çok yanlı kurumlar ağı içine girmesiyle yumuşamaktadır. ABD, demokratik idealleri ve siyasi kurumlarının çekici gücü ile çok taraflı hareket ederek yumuşak gücünü perçinlemektedir (Nye, 2005). Kültürünün çekiciliği, film ve televizyon aracılığıyla küresel görüntülerinin hâkimiyeti sayesinde başkalarının arzuları ve düşlerine ilham vererek diğer ülkelerden çok sayıda insanı etkilemektedir.

Lee'nin bu teorisine göre yumuşak güç veya sert güç zorlayıcı veya işbirlikçi olabilir. Aralarındaki ayırım, kaynakların kullanımındadır (Çavuş, 2012). Bir ülkenin yumuşak gücü, sanatçılar, müzik kanalları, sivil toplum, politikacılar, siyasi partiler, yazarlar, yayıncılar, gazeteciler, medya grupları, iş adamları, şirketler, akademisyenler, üniversiteler, dini lider veya gruplar gibi pek çok kişi ya da kurumun aktivitesi ile oluşmaktadır. Geleneksel diplomasiden en önemli farkı, kamu diplomasisinin çok daha fazla grubu ve çok daha çeşitli çıkarları içermesidir.

3.8.2.1. Yumuşak Gücün Kaynakları

Yumuşak güç, bir ülkenin kültürünün, siyasi değerlerinin ve dış politikasının cazibesinden kaynaklanmaktadır. Yumuşak gücün kaynağı olan kültürün iletilme yolları arasında kişisel temaslar, ziyaretler veya alışverişler olabilir. Her yıl Amerikan üniversitelerinde okuyanların ya da silikon vadisinde çalışanların ülkesine döndükten sonra fikirler ve değerler seçkin sınıfa ulaşır. Popüler kültürel çekicilik ABD'nin dış politikada hedeflerine ulaşmasında yardımcı olmuştur. Aynı şekilde Sovyet devlet propagandası ve kültür programları Amerikan popüler kültürü kadar etkili olamamıştır. Batının popüler kültürü Berlin Duvarını yıkmıştır.

Bir hükümetin savunduğu siyasal değerler de başkalarının tercihlerini etkilemektedir. Bir ülkenin demokrasiyle idare edilmesi, kişi hak ve hürriyetlerine önem vermesi, hukuk devleti olması, çevre konusuna önem vermesi, dünyanın pek çok yerine insani yardımda bulunması, uluslararası kurumlarla işbirliğine girmesi, o ülkenin yumuşak gücünü artırmaktadır. ABD'nin 11 Eylül sonrası terörizme verdiği karşılıkta kendi değerlerine uygun hareket etmemesi yumuşak gücüne zarar vermiştir. Göçe karşı

zorluklar, vize zorlukları, Müslümanlara karşı olumsuz bakış, başta İslam dünyasında olmak üzere itibar kaybına neden olmuştur (Nye, 2005, s.63-65).

Dış politikada ılımlı ve askeri güçten kaçınan tavır yumuşak gücü arttırmaktadır. Ulusal çıkarlar konusunda dar görüşlü bir yaklaşım üzerine kurulan, ikiyüzlü, kibirli, ayrımcı veya kayıtsız politikalar yumuşak gücü olumsuz etkiler. Örneğin, 1950'lerdeki ırk ayrımı ABD'nin Afrika'daki yumuşak gücünü azaltmıştır. Aynı şekilde Irak Savaşında esirlere yapılan işkencenin medyada yayınlanması bu güce zarar vermiştir. Türkiye açısından ise komşularla sıfır sorun politikası, İsrail'e karşı "one minute" çıkışı, yardım organizasyonları, mültecilere ev sahipliği yumuşak gücünü arttıran dış politika hamleleri olmuştur.

2.8.2.2. Yumuşak Gücün Araçları

Günümüzde sivil toplum örgütleri, çok uluslu şirketler, organize dini hareketler, BM, DTÖ (Dünya Ticaret Örgütü) gibi uluslararası örgütler, dijital teknolojiler ve medya yumuşak güç üretebilmektedir. Yumuşak gücünü arttırmak isteyen hükümetler hükümet dışı aktörlerle yeni bir dayanışma ve işbirliği kurmak zorundadırlar.

BM dünya barışını temin etme, anlaşmazlıkları barışçı yollarla çözme, milletlerarası barışı koruma amaçlı bir örgüt olarak yumuşak güç oluşturmaktadır. Ancak bazen bu imajını güçlüden yana sessiz kalarak özellikle beş veto yetkisine sahip ülkelerin tasarruflarını denetleyememekle suçlanmaktadır. Bu nedenle saygınlığını kaybetmektedir. Özellikle Irak savaşındaki pasif tutumu, İsrail'in saldırganlığı üzerine yeterince önlem alamaması, meşruiyeti konusunda tartışmalar yaratmaktadır.

Bir diğer araç DTÖ, çok taraflı ticaret anlaşmalarının uygulanmasını, uyuşmazlıklara çözüm bularak dünya ticaretinin önündeki engellerin kaldırılmasında yumuşak güç kullanmaktadır. DTÖ'ne üye olanlar dünya ticaret serbestliğinin avantajlarından yararlanmakta, bu örgütle sorun yaşayan ya da bunun kurallarına uymayan ülkeler dezavantajlı pozisyona sürüklenmektedir.

Hükümet dışı araçlardan bir tanesi de sivil toplum kuruluşlarıdır (STK). İnsan Hakları Örgütü, Uluslararası Af Örgütü, Uluslararası Kızılhaç Örgütü, Greenpeace, Sınır Tanımayan Doktorlar Örgütü, Uluslararası Şeffaflık Örgütü medyada giderek daha fazla yer almaktadırlar. STK'lar yumuşak güç oluşturmak için ağ iletişim kullanmaktadırlar.

Devletlerin ilgisini çeken STK'lar yeni bir uluslararası koalisyon yaratırlar. Örneğin kara mayınlarını yasaklatmak için kurulan koalisyon birçok ülkenin ünlülerini ve siyasetçilerini bir araya getirmektedir. Bu faaliyetler medyada ne kadar yer alırsa o kadar etkili olmaktadır. Örneğin İnsan Hakları İzleme Örgütü, 2003 Dünya raporunu yayınladıktan sonraki on günde 288 gazete ve dergi örgütten bahseden yazılar yayınlamıştır. 1992 yılından beri bu terimlerin kullanımı 17 kat artmıştır. Bunlardan sert güce sahip ülkeler de etkilenmektedir. Örneğin ABD'nin, 2003'te Dünya Sağlık Örgütü'nün 192 ülke tarafından onaylanan "Tütün Kontrolü Çerçeve Antlaşması" na itirazları olmuş ancak uluslararası eleştiriler sonrası itirazlarını geri çekmiştir (Cicioğlu, 2012, s.75-88).

Roma Katolik kilisesi ya da Vatikan ile İslam İşbirliği Teşkilatı gibi organize dini kuruluşlar da kamuoylarının hassasiyetlerine uygun olarak yumuşak güç oluşturmaktadırlar.

Terör örgütleri gibi kötü niyetli organizasyonlar da ideolojilerine, felsefelerine, inançlarına ya da başka türlü aidiyetlerine dayanak teşkil eden konularda bağlılarını belli ölçüde eyleme yöneltmektedir. Bu terör örgütleri çoğu kez devletlerin dış politika hedeflerine yönelik olarak kullanılmaktadır. Ermeni Diasporası belki bazı hegemonik güç odakları açısından yumuşak bir güç oluştursa da, Türkiye açısından toprak talebi ve tazminat hedeflemesi nedeniyle tehdit olarak değerlendirilmektedir (Sanberk ve Altınay, 2008). Ermeni Diasporası etkili olduğu ülkelerde soykırım iddialarını hukuki bir platforma taşıma amacındadır. Her yıl 24 Nisan da ABD başkanının konuşmasına odaklanılmaktadır. Enstitüler kurulup medya kullanılarak Türkiye üzerinde baskı oluşturulmaya çalışılmaktadır.

Bir diğer yumuşak güç aracı çok uluslu şirketlerdir. ABD şirketleri, yıpranan imajı değiştirmekte önemli yumuşak güç kaynağıdır. Faaliyette bulundukları ülkelerde ülke ekonomisine istihdam ve büyüme gibi faydalar nedeniyle etki dereceleri bir hayli yüksektir. "Mcdonalds", en yüksek başarısını son yıllarda göstermiştir. ABD karşıtlığının olduğu ülkelerde bile satışlarını artırmayı başarmıştır.

Medya ve iletişim araçları, insanların düşüncelerini ve davranış biçimlerini değiştirmede en önemli yumuşak güç aracıdırlar. İnternet sayesinde enformasyona ulaşmak kolaylaşmaktadır. Kültürel değerleri ve kimlikleri birbirine yaklaştırıp karşılıklı

etkileşimi artırmaktadır. Yumuşak güç açısından medya ve iletişim, insanların düşüncelerini ve davranışlarını değiştirmektedir. Yeni teknolojik değişiklikler ile yeni kültürel değerler, kimlikler ve bağlılıklar oluşturmakta, ülkeler ve bölgeler arasında karşılıklı etkileşim yaratmaktadır. Medya, güç oluşturacak değerlerin ve fikirlerin bir yerden diğer yerlere yayılmasında ve tanıtılmasında dış politikada önemli bir işlev üstlenmektedir. BBC ve CNN, Hollywood Amerikan ve İngiliz kültür ve değerlerini dış dünyaya yaymada bir hayli öne çıkmaktadır. Günümüzde Amerikan filmleri, müzikleri ve dizileri dünyanın her yerine ihraç edilmekte ve Amerikan yaşam tarzının büyüsünü her yerde hissettirmektedir. Dünya çapında yaygın bir biçimde yayın yapan MTV, Nickeldon gibi TV kanalları toplam bir milyar insana ulaşmaktadır. Dünyadaki bütün internet sitelerinin %70'inin ABD'de bulunması yumuşak gücün kullanılmasına katkı sunmaktadırlar (Aydemir, 2016, s.161). Buna İngilizce dilinin yaygınlığı da destek vermektedir. Hindistan'ın Portekiz sömürgesi Goa'yı bağımsızlığına kavuşturması bir girişim olarak yansıtılırken, eylemleri bir saldırı olarak aktarılmıştır. Fakat El Cezire ve El Arabiye gibi kablolu TV'lerin yayına başlaması Amerikan haber tekelini kırmıştır. Olaylar yerel perspektiften sunularak, Irak işgali ve bununla ilgili haberler bu yumuşak güce olumsuz etki etmiştir.

TV, siyasal, demografik, coğrafik, teknolojik, tarihsel ve kültürel özelliklerin toplumlar tarafından bilinmesini sağlamaktadır. Dış politikada medya koordinasyon görevi üstlenerek, ülkeler için inanmış insanlar yetiştirmekte ve toplumlar üzerinde nüfuz alanı oluşturmaktadır.

3.8.3. Kamu Diplomasisinde Medyanın Kullanımı

İkinci Dünya Savaşı sonrası kamu diplomasisi için ülkeler, uluslararası ilişkilerini belirlemede medyayı kullanmışlardır. Savaş sonrasında dünyanın en önemli yayın kuruluşu olan BBC, birçok dilde dünyanın her tarafına yayın yapmıştır. İngiliz hükümeti, bu yayınların sürdürülmesini ulusal menfaatlerinin bir gereği olduğunu, yurtdışındaki etkinlik ve itibarının korunması için şart olduğunu savunmuştur.

> "Radyo ve TV, kamuoyu üzerinde etkisi olan bir bilgi yayma aracıdır. Buna internetin interaktif rolü eklendiğinde eylemlerin sınır ötesi koordinasyonu kolaylaşmaktadır. Florida'dan yayın yapan Radio Marti, siyasi hedeflere yönelik yayın yapmaktadır. Worldnet, çeşitli dillerde ABD'nin görüşlerini yansıtan bir kanal olarak karşımıza çıkmaktadır. Deutsche Welle (DW) de benzer bir işlevi

> Almanya için üstlenmiştir. Alman Dış İşleri Bakanlığının kısaca "K" Departmanı olarak bilinen Kamu diplomasisi ve Medya Genel Müdürlüğü, Almanya'ya ilgiyi çekmek, toplumdaki gelişmeler üzerine bilgi sağlamak, İslam Dünyası ile diyalog oluşturmak gibi amaçlarına ulaşmada medyayı kullanmaktadır. Benzer bir işlevi Türkiye'de TRT, Türk Dünyası için TRT Avaz, Güneydoğu için TRT Kurdi, Ortadoğu için TRT Arapça, Dünya için TRT World ile yayın yapmaktadır. Aynı şekilde Çin de kamu diplomasisi aracı olarak CCTV 9, E ve F çeşitli dillerde yayın yapmakta olan kanallar kurmuştur. Hedef bölgelerdeki büyükelçiler tarafından sağlanan rehberliğe dayalı olarak, programlarına ne tür içerikler yayınlayacakları Dış ilişkiler Bakanlığından alınan talimatlarla belirlenmektedir. Çin hükümet Lideri Zhu Rongji, Tiananmen ve insan hakları konusunda Çin'e karşı ön yargılı olan gazetecilerin sorularını, görüşmenin gündemini kontrol etmek suretiyle soğukkanlılıkla cevaplayabilmiştir. Ayrıca CNN televizyonunda, Çin'in Dünya Ticaret Örgütü üyeliğinin bir kazan kazan politikası olduğuna kitleleri inandırarak, medya vasıtasıyla etkin bir kamu diplomasisi örneği vermiştir" (Aydemir, 2016, s.169).

Kitle iletişim araçları devletin ideolojik aygıtlarıdır. Yönetileni ikna ile belirli bir alan içinde tutan devlete yardımcı araç ve uygulamalardır. Althuser'e göre kitle iletişim araçları insanın yaşam pratiğinde önemli bir yer tutarak ideolojik olarak yoğrulup şekillenmesine yardımcı olurlar. Bireyi istenilen biçimde düşünmeye yönlendirirler (Althuser, 2000). Basın, radyo ve TV ile her gün değişen ölçülerde liberalizm, ahlakçılık vb. konularda aşılama yapılır. Medya, insanların nasıl düşüneceğini öğreten ve aslında ideolojinin somutlaşacağı bir çatıdır. Bu araçlar, ülkelerin kendilerini bir güç olarak göstermesine yardımcı olur. Bir ülkenin dünyaya bakışını ve duruşunu sergiler. Uluslararası ilişkilerde çıkarların korunması için hedef kamuoyunun zihinlerini etki altına alır. Örneğin, "Türkiye batıdan kopuyor" "Diktatör Başkan" gibi dış basında çıkan haberler dış kamuoyunda Türkiye hakkında olumsuz kanaatlerin oluşmasına yardım eder.

ABD'nin yumuşak gücü hegemonik olarak küresel kültürün merkezi olmasından kaynaklanır. Buna rağmen bu yumuşak gücü sınırlayan gerilimler de ortaya çıkmaktadır. 1990'larda Körfez'de üretilen politikalar nedeniyle birçok önemli Avrupa ülkesi Amerikan kültürünü tehdit olarak görmüşlerdir. Bu yumuşak gücü azaltmak için Kanada ve AB tarafından Amerikan filmlerine sınırlamalar getirilmiştir. El Cezire TV'nin yayınları 11 Eylül'ünden beri Amerikan yumuşak gücünü sınırlamıştır. ABD'nin yumuşak gücü havuç ve sopa programı olarak işlev görmüştür. ABD bunu medya içerisine siyasi değerlerini yerleştirerek insanlara kendi kültürünü cazibeli hale getirerek yapmaktadır. ABD kamu diplomasisini yönetmek için 1953'te Enformasyon Dairesini kurmuştur. VOA ile yabancı kamuoyunun algısını yönlendirmiş, Amerikan politikaları

için destek inşa etmiştir. Kamu diplomasisinin binlerce uzmanı 175'den fazla ülkede görevlendirilmiştir. VOA haftalık olarak 100 milyondan fazla insana yayın yapmıştır. 100'den fazla dilde kitap ve dergi çıkarılmıştır (Aydemir, 2016, s.199-208). Daire, 150 ülkede global bir kütüphane ağı kurmuş, binlerce yabancı vatandaşa İngilizce öğretmiştir. Kültürel ve eğitim ile ilgili değişim programlarını yönetmiştir. Milyarlarca ziyaretçiye Amerikan idealleri anlatılmış, geniş çaplı popüler program ve filmler üretilmiştir.

ABD Dışişleri Bakanlığı Kamu İşleri Bürosu, gündemdeki gelişmeler üzerine özel açıklamalar yapan bir kuruluştur. Bakanlığın ilgili büroları vasıtasıyla hazırlanan bilgi notları uluslararası medyaya servis edilir. Kamu diplomasisi uygulamalarında iletişim teknolojilerini sonuna kadar kullanan büro, yumuşak güç bileşenlerini, politikaları doğrultusunda mesajlarında kullanmaktadır. Bu doğrultuda 21 Mart 2014 tarihinde yayınlanan 21'inci yüzyılda kitap yakmak adlı makalede Türkiye'deki sansüre ilişkin şu görüşlere yer vermektedir (Frantz, 2014):

> "İnternete yasak getirmek, konuşma özgürlüğü açısından bir tehdittir. Türkiye gibi bir dostun düşüncelerin özgürce dolaşmasından rahatsız olmaması ve kendi vatandaşlarının sosyal medya araçlarına erişimini engellemeden vazgeçmesi gerekir."

Bu yazıda ABD, Türk halkı üzerinde gündem yaratma, demokrasi, insan hakları ve özgürlükler konusunda yumuşak güç kullanarak Türk Hükümeti üzerinde baskı oluşturmasını sağlama amacı gütmüştür. ABD Dışişleri Bakanlığı Stratejik Terörle Mücadele Merkezi (CSCC)'ni, teröre karşı işbirliğinin uluslararası iletişim açısından önemli olduğu gerekçesiyle kurmuştur. Bu merkez, şiddet içeren aşırılıklara ve ABD politikalarına karşı dijital teknolojileri kullanmaktadır.

Kamu diplomasisinde kullanılan kitle iletişim araçları, devletlerin ürettikleri politikaların yaygınlaştırılmasında, alışkanlıkların değiştirilmesinde ve yeni alışkanlıkların kazandırılmasında önemli rol oynayan bir silahtır (Chomsky, 2012, s.43-255).

3.8.3.1. Gazete

On dokuzuncu yüzyılın ortalarından yirminci yüzyılın başına kadar gazetecilik meslekleşmiş, farklılaşmış ve içsel dönüşüm süreçleriyle ayrı bir sosyal sistem olarak ilerlemeye başlamıştır. Bu süreçte modern gazetecilik, yapısını modern toplumun

işlevleri doğrultusunda oluşturma eğilimine girmiştir. Yirminci yüzyılın ikici yarısından günümüze kadar ise gazetecilik, diğer sosyal sistemlerle karşılıklı etkileşerek kamuoyunu etkileme ve yönlendirme potansiyelini değerlendirmiştir. Gazetelerin ülke içindeki gündem yaratma ve manipüle etme rolü, bu dönemde ülke dışına da taşarak uluslararası boyut kazanmıştır. ABD'nin New York Times, Wall Street Journal, Los Angeles Times, Washington Post, USA Today gazeteleri, İngiltere'nin The Guardian, Financial Times gazeteleri, Fransa'nın Le Monde gazetesi, Almanya'nın Bild, Die Zeit gazeteleri dünyaca ünlü gazetelerdir. Bu gazetelerde yer alan haber ve makaleler sadece ülke içinde değil, küresel düzeyde siyasal etki yaratma gücüne sahiptir (Kurtuluş, 2014). Bu nedenle de önemli birer kamu diplomasisi aracı konumundadırlar. Örneğin; New York Times ve Le Monde'un çeşitli ülkelerdeki baskıları kamu diplomasisi çalışmasıdır.

Kamu diplomasisi açısından gazetelerde yapılan haberler ve yorumlar, başka ülke vatandaşlarında algı oluşturmak, ulusal politikaları anlatmak, kanaatleri değiştirmek, dış ülke yönetimlerinin dış politikalarını kendi eksenlerinde yönlendirmek ve kendileri gibi düşünen insanlar yaratarak hükümetler üzerinde baskı oluşturmak gibi işlevler görmüştür. New York Times, Körfez Krizinde ABD yönetimine, köşe yazıları, haber makaleleri ve imzasız baş makalelerle destek vererek kamuoyu oluşturmaya çalışmıştır. Yazılan makaleler istilaya ilk tepkileri ortaya koyarken Irak'ın saldırganlığı vurgulanmış, Başkan Bush'un Amerikan kuvvetlerini Saddam'a karşı kullanma kararının isabetli olduğu belirtilmiştir. New York Times ve başlıca Amerikan basınının tüm başyazıları, ABD'nin Saddam'ın davranışı karşısında savaşa girmekten başka bir seçeneği kalmadığı konusunda birleştikleri görülmüştür (İnceoğlu, 2004, s.41-49). Bu gazete, ABD'nin dış politika hedeflerine yönelik olarak bir kamuoyu oluşturmaya çalışmış ve ABD'nin uygulamalarını meşru hale getirmek için uğraşmıştır.

ABD, kamu diplomasisi faaliyetleri kapsamında Wall Street Journal, New York Times, Washington Post gibi günlük gazetelerde yer alan makale, yazı dizisi ve haberler ile Dünya kamuoyuna olumlu bir Amerikan imajı yaratmaya çalışmaktadır. Ortadoğu ile ilgili haberler genelde olumsuz içeriklidir. Bölge ve ülkeler genelde terör ve kargaşayla, açlık, yoksulluk ve gelişmemişlik ile anılır. ABD'yi insan haklarının ve demokrasinin gelişmişliğiyle anlatırlar. ABD basını ile hükümeti arasında uluslararası kurumların tepkileri paralellik taşımaktadır. BM Genel Kurulu'nda büyük çoğunlukla kabul

edilmesine karşın, nükleer denemelerin durdurulmasını öngören tasarı karşısında, Fransa ve İngiltere ile birlikte muhalif tavır takınmışlardır.

New York Times Magazin'de muhabir William Board imzasıyla Yıldız Savaşları programı üzerine bir değerlendirme yazısı çıkmış ve yazıda evrenin yalnızca barışçı amaçlara ayrılması gerektiği kanısına dikkat çekilmiş ancak Uzayın silahlandırılıp silahlandırılmaması sorununa değinilmemiştir. Burada dünya kamuoyunun düşüncesi üzerine herhangi bir yorum söz konusu değilken, aynı BM oturumu üzerine New York Times'ta çıkan diğer haberlerde dünyaya nasıl yansıtılacağına ilişkin fikirler verilmiştir. Bütün ülkeleri terörizmin kökünün kazınmasında işbirliği yapmaya çağıran ve genel sekreteri üye devletlerin terörizm konusundaki düşüncelerini araştırmaya davet eden bir tasarının oylanması haberi yayınlanmış ve bu Karara yalnızca İsrail karşı çıkmış, ABD ise çekimser kalmıştır. Ancak burada atılan başlık çok ilginçtir (Chomsky, 2012, s.129): "BM'de Yalnız Kalan Suriye Terörizm Planına Boyun Eğdi" Çıkan haberler göstermektedir ki gazeteler gerçek durumu genellikle yansıtmamakta, ülke çıkarları ekseninde dış politika hedeflerine yönelik yayın yapmakta ve dünya kamuoyunu çıkarları ekseninde oluşturdukları haberlerle etkilemeye çalışmaktadır.

3.8.3.2. Radyo

Gazete ve dergiye göre radyonun daha fazla insana ulaşabilme olanağı bulunmaktadır (Bostancı, 2012, s.54). Çok dilli uluslararası radyo yayıncılığının amacı ile ilgili genel yargı, bu yayınların devletlerin dış politika aracı olarak kullanıldığı yönündedir. İkinci Dünya Savaşı öncesi ve sonrasında başta Sovyetler Birliği'nde olmak üzere Avrupa ve Amerika'da devletlerin sahibi olduğu ya da finansman desteği verdiği yayın kuruluşlarının yayınları savaş propagandası olarak kullanılmıştır (Kılıç, 2010).

İlk düzenli radyo yayınları ABD ve Avrupa ülkelerinde yapılmıştır. 1922 yılında New York Şikago futbol karşılaşması ilk naklen radyo yayınıdır. 1929 ekonomik krizi radyo yoluyla duyurulmuştu. Yabancı dilde yapılan radyo yayınlarıyla ülkeleri hakkında olumlu izlenim oluşturmaya çalışmışlardır. 1922 yılında kurulan BBC ise on yıl sonra, bütün Avrupa dillerine ek olarak Arapça da yayın yapmaya başlamıştır. 1930'larda ise kamuoyunda büyük popülariteye sahip BBC'yi sansürlemek düşüncesi, İngiltere'de vatana ihanete eş değer bir suç olarak görülmüştür (Browne, 2001, s.187).

Radyo, her mekân ve şartta bireylere kolayca erişebilme imkânı sunan, siyasal bir araç olarak potansiyeli geniş uluslararası ideolojik bir propaganda aracıdır. Amerika'nın sesi (VOA) adı verilen radyo 1943 yılında günde 46 dilde 50 saat yayın yapmış ve "Pearl Harbor "saldırısı sona erince bütçesi kısılmış ve yayın saatleri düşürülmüştür. Soğuk Savaş'ın başlamasıyla Sovyet propaganda faaliyetlerine yeterince cevap vermek için VOA' ya, ABD Dış İşleri Bakanlığının bilgilendirme faaliyetlerinde önemli bir rol veren kanun tasarısını Kongre kabul etmiştir (Bektaş, 2002, s.110).

Amerikan ve Batı Avrupa kamu diplomasisinin başarısı, tamamen komünizmin çöküşüne bağlanmaktadır. Burada kamu diplomasisi araçları öne çıkmaktadır. Özellikle BBC, VOA, Radio Free Europe ve Radio Liberty gibi radyolar komünizmin çöküşünde önemli roller oynamıştır (Szondi,2008, Aktaran Aydemir, 2016, s.184). 1950 ve 1960'larda finanse edilen bu radyolarla dezenformasyon yapılmıştır. 2000 yılı Ekim ayında Sırbistan'da meydana gelen olaylarda Miloseviç'in devrilmesine neden olan olaylardan önce Sırpların %45'i Radio Free Europe ve VOA dinlerken sadece %31'i devlet kontrolündeki Radio Belgrad'ı dinlemiştir (Nye, 2005, s.107). Böylece ABD politik bilgileri Radyo Belgrad'a göre daha fazla kişiye ulaştırmış, mesajlarının etkinliğini artırmıştır. Bunun yanında Küba yönetiminin kontrolündeki enformasyonu kırmak, Küba yönetimiyle ilgili Kübalılara bilgi vermek amacıyla Radyo Marti kullanılmıştır. ABD ve Sovyetler arasında Küba konusundaki enformasyon savaşında Radyo etkin bir şekilde kullanılmıştır. Küba Savunma Komitesi Radyo Marti'yi dinlememelerini söylemiştir. Günümüzde haftanın yedi günü 24 saat yayın yapan Radyo, tarafsız bir yayın yaptığını ve demokrasiyi savunduğunu söylemektedir. Asya'da Filipinler ve Tayvan'da yayın yapan Radyo Free Asya ile komünizmin yayılmasını engelleme amaçlı yayın yapılmaktadır. Çin 1991 de Radyoyu kendisine karşı kara propaganda yapmakla suçlamıştır (Aydemir, 2016, s.279-282). Bugün Radyo Free Asya, Çin'de Tibet ve Müslüman Uygurlara çeşitli dillerde kapalı toplum içinde yaşayan kitlelere yayın yapmaktadır.

ABD 11 Eylül sonrası Ortadoğu için Farsça yayın yapan Radyo Farda'yı, Arapça yayın için Radyo Sawa'yı kurmuştur. ABD, İran'da var olan sistemi değiştirmek, siyasi gündemi kendi amacı doğrultusunda kullanma amaçlı İranlı gençler üzerinde müzik, demokrasi insan hakları gibi kavramlar üzerinden etki yapacak yayınlar yapmaktadır. Radyo Sawa ile ise Amerikan ve Arap müziği karışımı ile kamu diplomasisi mesajlarını

Ortadoğu Arap dünyasına ulaştırmaktadır. Dünya çapında gençlerin sevdiği şarkı ve şarkıcılar kullanılmaktadır. Al hurra gibi Radyo Sawa'nın da amacı Amerikan imajını düzelterek Arapların zihinlerini ve kalplerini kazanmaya çalışmaktır (Aydemir, 2016, s.283-287). Arap kimliği ve toplumuna ABD ile ilgili tedirgin olmamaları yönünde mesajlar aktarılmaktadır. Ancak bugüne kadar yeterince güven oluşturamamıştır.

DW, Soğuk Savaş sürecinde "Almanya'nın Sesi" adıyla propaganda yayını yapmıştır. Kuruluşunun ardından kısa dalga radyo yayınlarıyla birçok ülkeye ulaşan DW programlarında yeni Almanya'nın özgürlük, demokrasi ve insan hakları gibi konularda mesajlarını ön plâna çıkarma arayışındadır. Berlin Duvarı'nın örülmesiyle Doğu Almanya karşıtı, Batı Almanya taraftarı bir yayın politikası izleyen kuruluş, Doğu Bloku'nun çökmesi, konjonktürün değişmesi ve küreselleşmeyle yayın ilkelerini de yenilemiş ve tarafsız bir anlayış benimsemiştir (Özsoy, 2014). DW, Almanya'nın yurt dışında medya alanında temsil edilmesinde, Almanca öğreniminin isteklendirilmesinde önemli bir unsur olarak kabul edilmektedir.

3.8.3.3. Yayınlar

Kitaplar, dergiler, broşürler kamuoyunun davranışlarını yönlendirmede kullanılırlar. Yayınlarda genelde konuların ayrıntılı bir biçimde sunulabilme özelliği, gelişmiş ülkeler açısından kamu diplomasisi için verilen mesajların etkinliğini artırmaktadır. Yazılı araçlar kontrolü mümkün araçlar olduğundan hedeflenen kitlenin özelliklerine göre düzenlenir. Yayınların, tarihsel süreç içerisinde dış politikada önemli rolleri vardır. Birinci Dünya Savaşında Alman ve İngiliz hükümetlerince savaş propaganda büroları kurulmuştur. İngiliz başbakan Loyd George İngiltere'nin önde gelen yazarlarına, politikalarını destekleyecek şekilde kitap ve broşürler yazma görevi vermiştir. Franklin Kitap Programları ile hedef kitlelerin zihinleri üzerinde etki edecek yayınlar çıkarılmış, ciddi sayıda çocuk kitabı İngilizceden çeşitli dillere çevrilmiştir. Soğuk savaş hedeflerine ulaşmak için CIA'nın finanse ettiği "Encounter" ve "America İllustrated" dergileri çıkarılmuıştır. Ayrıca 11 Eylül sonrasında, Ortadoğu'da Arap gençleri üzerinde Amerikan değerlerini anlatan "Hi" dergisi çıkarılmıştır (Aydemir, 2016, s.319-323). Diğer taraftan "Amerika'da Müslüman Olmak" isimli bir broşürü ile Müslümanların burada zulüm görmediği anlatılmaya çalışılmıştır.

Alman hükümeti destekli yabancı sivillere yönelik faaliyetler de vardır. Afganistan, Bosna Hersek ve Kosova'da görevlendirilmiş olan Alman silahlı kuvvetleri, askeri operasyonların önüne geçen yerel sivil faaliyetlere hitap eden siyasi eğitim programları sunmakta, oralarda yaşayan siviller için siyasi mesaj dergileri basmaktadır (Aydemir, 2016, s.190). Öte yandan Çin ise gelişmiş ülkelerin tehditleri karşısında üçüncü dünya ülkelerinin yanında yer alacağını söyleyerek onların güven ve desteğini kazanma çabasında olmuş ve bu kapsamda dış ülkelerde faaliyetleriyle ilgili "China Reconstructs, China Pictorial, Beijing Review" gibi dergiler çıkarmaya başlamıştır (Sak, 2014). Bu dergilerin geniş alanda dolaşımı "Barışsever Ülke" imajı oluşturmasını kolaylaştırmıştır. Bu şekilde çıkarılan yayınlarla yayın yapan ülkenin kültür ve değerleri hakkında algı oluşturulmaktadır.

3.8.3.4. Televizyon

Haber üretimindeki eş zamanlı transfer yeteneği sayesinde televizyon, gazete ve derginin etkisini önemsizleştirmiştir. Televizyon izleyicisi bilinçliden çok bilinçsize eğilir ve bilgiyi yeniden üretmek için çok az bilgiye ihtiyaç duyar. 1940'lardan bu yana ortak yaşam dünyasını görselleştirme, hikâye etme ve yorumlama niteliği ile öne çıkmıştır. Bir bilgi kaynağı olarak ülkelerin kültürlerini ve politikalarını geniş kitlelere aktarmaktadır. Uzun vadede sosyal ve kültürel bütünleşmeye en fazla katkı sunan araçların başında gelmektedir. Öyle ki geniş kitleler TV aracılığı ile aynı noktaya odaklanabilmektedir (Başar, 2011). Devletten devlete yapılan diplomasiden toplumdan topluma yapılan bir diplomasiye geçiş süreci yaşayan ülkeler, bunu en iyi televizyonla yaptılar. Bugün TRT, Ortadoğu ülkelerine yönelik olarak TRT Arapça, Türk Dünyasına yönelik olarak TRT Avaz, Dünyaya TRT World, Güneydoğu bölgesine TRT Şeş (Kürdi) ile seslenmekte, Türkiye'nin siyasetini, duruşunu ve ortak değerlerini, kamu diplomasisi aracı olarak kullanmaktadır.

Televizyonun ortaya çıkışı ve yaygınlaşması geleneksel medyada bir tür devrimi temsil etmektedir. Dünya Savaşı'ndan itibaren toplumlara yönelik diplomatik faaliyetlerin "taşıyıcısı" olarak görülen ulus ötesi radyo yayınlarının görevini günümüzde küresel televizyon ve internetin yerine getirdiği savunulmaktadır (Yanardağoğlu, 2014).

Televizyon yayıncılığının başlangıç yıllarındaki model, programların "eğlendirmek, bilgilendirmek, eğitmek" işlevleri çerçevesinde tanımlanıyordu. Her

işlevin bir zamanı vardı. 1980'li yıllarda Avrupa'da ve genel olarak dünyada, etiğin yok olduğu TV yayıncılığında değişim yaşandı. Neoliberal politikalarla uyumlu televizyon yayınlarının, kaotik ve akışkan bir biçimde değiştiği bu dönemde (Barbier ve Lavenir, 2003, s.272); dinlenme zamanı ele geçirilmiş, reality şovların hâkimiyeti ile haberler gösteri formatına dönüştürülmüştür. Yayınlar, aynı program içinde üç işlevin de bulunabileceği şekilde hazırlanmıştır. Bu dönemde okul, sendika, parti ve hatta aile gibi geleneksel kurumlar referans çerçevesi olmaktan çıkmış, bizatihi televizyonun kendisi referans olmaya başlamıştır. 1990'larda hafif video kameraların yaygınlaşmasıyla, düşük maliyetli çekim yapılmış ve televizyon haberlerinde görüntülerin yeri değişmiştir. Görüntüler hem çok sayıda hem de sıradanlaşmıştır. Görüntü alınmayan konular haber yapılmamıştır. Görüntüler bir yayından diğerine yer değiştirerek açlığı, savaşı, kazayı temsil etmiş, bazen arşivden çıkmış, dönüştürülmüş ve sayısallaştırılmıştır. Gerçeklik medyanın, şirketlerin, belli iktidar gruplarının isteklerine uyarlanmıştır (Öztürk, 2016). Diğer bir deyişle, yeni televizyon gerçekliği temsil etmekle yetinmemiş, ama aynı zamanda gerçekliği inşa etmiş ve dönüştürmüştür. Bu durumda TV, tercihen kısaca aktarılabilecek, tekil ve kolayca anlaşılabilecek anlama sahip olayları üretmektedir. Gerçek yaşam da bu şemalara göre üretilerek, gösteri haberin yaygınlaşması, kurumların ve devletin işleyişini derinlemesine değiştirmektedir (Barbier ve Lavenir, 2003, s.272-279).

Alman DW Nazi sonrası yeni Almanya hakkında kitlelere bilgi sunmak amaçlı kurulmuştur. Bütün programlar Bonn ve Berlin'deki tesislerde ve çeşitli ülkelerdeki yerel ekip desteğiyle Brüksel, Moskova ve Washington DC'deki stüdyolarda yapılmaktadır. DW programları, Almanya'yı Avrupa'da kök salmış bir kültür ve liberal kanunlarla yönetilen demokratik bir ulus olarak gösteren yapıda hazırlanmaktadır (Özsoy, 2014). DW, 2005 sonrası yayınlarına Arapçayı da alarak Abu Dabi TV de "Avrupa ile Buluşmak" adlı ortak yayın yapmaktadır. Ayrıca Afgan seyircileri hedefleyerek Afgan Devlet televizyonu tarafından yayınlanan haber bültenleri yapmış, Dışişlerinin desteği bitince de yayınlar sona ermiştir.

BBC, kamu hizmet yayıncılığının pratiğini meşrulaştıran ideolojik çerçevede yayın yapmaktadır. Eskiden Britanya'nın bütünlüğünü, tüm değerlerini ve toplumsal kültürel farklılıkları gidermeyle görevlendirilmişken, bugün toplumun farklılıklarına

saygıyı, farklılıkların sesini çıkarmasının Britanya'nın değerlerini zenginleştirdiğini savunan postmodern yayınlar yapmaktadır.

Uluslararası medya sistemi ABD ve İngiltere merkezli olduğundan, küresel siyaset bunlar vasıtasıyla etkilenmekte, hatta belirlenmektedir. Haberlerin akışına da etki ettiklerinden, çarpıtma haberlerle önemli nüfuz alanı oluşturmaktadırlar. Associated Press (AP-ABD), Reuters (UK) Dünyanın önde gelen tedarikçileri olarak gazetelere yönelik metin fotoğraf, televizyonlara yönelik haber videoları aktarmaktadır. Bu kapsamda CNN önemli bir TV gazeteciliği kanalı olarak faaliyettedir. Bu grup dünyanın etkili medya ve eğlence şirketi AOL-Time Warner'ın parçasıdır. Dünya nüfusunun çoğunluğu için TV yabancı haber kaynağı haline gelmiştir. Halkın medya ilgilerini, insanların acılarını resmeden görsel dramatik malzemeleri fırsata çevirmektedir. Dünyanın çeşitli yerlerinde kendi askeri müdahaleleri kendi bakış açılarıyla kendi elde ettikleri görüntülerle Dünyaya aktarılmakta, müdahaleler meşrulaştırılmaktadır. Medya, ideolojinin öncülüğünü yayınlarla yapmaktadır (Gürcan, 2012). CNN, özellikle Irak ve Afganistan işgalleri döneminde iliştirilmiş gazetecilik kavramının yaratıcısı olmuştur. Başta Irak ve Afganistan olmak üzere Amerikan askerlerinin bulunduğu bölgelerde ve özellikle operasyon zamanlarında cephedeki askerlerin görüş ve görüntülerinin uluslararası kamuoyu ile paylaşılması esasına dayanan bu gazetecilik anlayışı, "propaganda" ile "stratejik iletişim" arasındaki hassas sınırı propaganda lehine ihlâl ettiği iddiaları ile de sıklıkla eleştirilmiştir (Gürcan, 2012). Körfez Savaşı'nda CNN'in uluslararası haber kaynağı olarak tekel konumda oluşu ve dünyanın savaşı onun gözüyle izlemesi, "CNN etkisi" kavramını ortaya çıkarmıştır. CNN etkisiyle medyanın uluslararası siyaseti yönlendirme işlevine sahip olduğuna ilişkin tartışmalar, kavramın kamu diplomasisi ile de yakın ilişkisini ortaya koymuştur. Medyanın dış politika, kamuoyu ve karar alma süreci üzerindeki etkisini anlamak üzere kullanılan "CNN etkisi" haberin sunumu, şekli, dili ve bakış açısıyla karar alma mercileri ve medya arasındaki ilişkiyi tanımlamaktadır (Yıldırım, 2014, s.156). CNN etkisi kavramı esasen "kanalın aynı anda her yerde olması" yani bütün tarafların aynı bilgi kaynağını kullanması anlamındadır ve kökeni 1991'deki Körfez Savaşı'na dayanmaktadır (Robinson, 2002). Bu kavram, medyanın ulusal çıkarı saptaması ve seçilmişlerle atanmışların politika oluşturmasının gasp edilmesi şeklinde de değerlendirilmiştir (Sancar, 2012, s.191). 1991 yılında CNN, Körfez savaşında Bölgeden yayınlar yapmaya başlamış, savaş ile ilgili

haberleri almak isteyenlerin en önemli kaynağı olmuştur. Tarafsız görünmek için karşıt görüşleri dile getirmişse de, yayınlarında belli bir yönlendirmenin varlığı hissedilmiştir.

CNN, ABD'nin yumuşak gücünde yer alan özgürlük terimini ekranlarda sıkça vurgulamıştır. Ayrıca operasyon adının "çöl fırtınası" olarak belirlenip dünyaya anlatılması, ABD'nin insan hakları savunucusu olarak lanse edilmesi için kullanılmış ve kamuoyunun ikna olmasına çalışılmıştır. İkinci körfez savaşında ise Fox News kanalı Anglo Amerikan işgaline açık bir şekilde destek vermiştir. Grubun Asya'daki Star News, Avrupa'daki Sky News ile birlikte genel olarak ABD medyası Bush'un stratejisini kabul etmişlerdir. Fox News ise fazla istekli, militarist ve saldırgan yayın politikasıyla, dağıtılmış yollar ve parçalanmış arabalarla işgali tam göstermek suretiyle, ABD'nin yumuşak gücüne zarar vermiştir. Irak Savaşından sonra Ortadoğu halkları nezdinde oluşan algıyı dağıtmaya yönelik olarak El Hurra TV yayına başlamıştır. Arap milliyetçiliği ve aşırı İslamcılığa anti tez olarak Amerikan politikası ve idealleri doğrultusunda yayın yapan El Hurra, farkında olunmadan yerel izleyicilere cazip gelmiştir. Ancak Lübnan Üniversitesinde yapılan bir ankette izlenme oranları düşük çıkmıştır (Aydemir, 2016, s.265). Bu durum Arapların kalplerini kazanmada yeterli olmadığını göstermektedir. ABD kamu diplomasisi açısından bir başka merkezi Miami de bulunan TV Marti'dir. Bu yayın organı, yumuşak güç temel araçlarını kullanarak Küba'da demokratik değişimlerin gerçekleşmesini hedeflemiştir.

ABD'nin yumuşak gücünün kaynakları arasında yer alan "popüler kültür" de televizyonlarda kullanılmaktadır. Popüler kültür, Amerikan şirketlerinin gerçekleştirdikleri pazarlamalarda cezbedici bir hal almaktadır. Çin'de negatif ve pozitif etki uyandırmasına rağmen İran'da sert tepkiyle karşılanmıştır. Televizyonda, filmlerde ve edebiyatta ifade edilen popüler kültür, yanlış anlama ve yanılgıları arttırıp azaltacağı gibi, düşmanın görüntüsünü yeniden şekillendirmede önemli rol oynayarak toplumda etki tepki meydana getirmektedir. Amerikan eğlence endüstrilerinin çekiciliği dünya çapında büyüleyicidir. Yabancı izleyiciler tarafından benimsenmiştir. Bu durum TV yayınlarındaki Mc Donolds, Mikey Mouse ve Cola gibi markalarla yumuşak güç etkisi yaratmaktadır. Romen yönetimi, 1980'lerde Dallas dizisini yayınlamış olmasından pişman olmuştur. Dizide ekonomik ve kişisel özgürlüğün verilmesi izleyicilere ilham vermiştir. Televizyon, müzik ve filmler Sovyet bloku hükümetlerinin meşruiyetini zayıflatmıştır. "The A-Team" ve "Ozzie and Harriet" gibi popüler Amerikan TV

programları zayıf yönetimlerin korkusu olmuştur. Siyah karakterler olumlu bir şekilde resmedilmiş, ”Cosby Ailesi” örneğindeki gibi ırk ve sınıf ayrımının olmadığı eşitlikçi bir yaşam modelini dünya kamuoyuna sunarak örnek modeller güzellemesi yapılmıştır (Aydemir, 2016, s.268-269). “Uzay Yolu (Star Trek)” dizisinde Amerikan kültürünün evrenselliğine göndermede bulunulmaktadır. Demokratik geleceği vurgulayan fedakâr kahramanlar küresel bir vizyona sahiptir. Dinin, insanların içindeki iyilik duygusu olduğu, paraya gerek olmadığı, Dünyanın diğer gezegenlerin de üye olduğu bir federasyonun üyesi tek bir devlet olduğu anlatılır. “Azınlık Raporu” filmi ise Bush’un ve Neoconların önleyici savaş doktrini çerçevesinde hukuk devletinde olmayan ya da olmaması gereken zihin yargılamasını gündeme getirmekte, fiiller daha ortaya çıkmadan düşünce safhasında dahi cezalandırmayı sağlayan bir felsefeye oturmaktadır. “West Wing” te, Başkan Katolik, iki yardımcısı Yahudi, geriye kalanların çoğu Protestan, Başkanın yardımcısı Afro Amerikan bir genç olduğu gösterilerek çeşitlilik vurgulanmaktadır.

BBC’nin uluslararası yayıncılığında Avrupa ve Dünya Servisleri bulunmaktadır. World Service Television yani Dünya TV Servisi tamamen BBC’ye bağlı çalışmaktadır. Dünyanın en büyük uluslararası yayın istasyonlarından biri olan BBC’nin her ne kadar farklı dillerde yayınlar gerçekleştirse de, asıl maksadının İngiliz kültürünü dünyaya yaymak olduğu bilinen bir gerçektir (Vefalı, 2008). Kamu diplomasisiyle ilgili en iyi örneklerden biri olarak kabul edilen BBC Dünya Servisi bugünkü adını 1998’de almıştır. Günümüzdeyse BBC Küresel Haberler Bölümü’nün bir parçası konumundadır ve 32 farklı dilde uluslararası radyo ve internet yayıncılığı, Farsça ve Arapça yayın yapan televizyon kanallarına sahiptir (Yanardağoğlu, 2014). Britanya’nın yumuşak gücünün bir parçası olduğuna inanılmaktadır. Britanya, pek çok sorunun yaşandığı bir ülke olmasına rağmen, bu sorunlar hakkında haberler yapılması, bunların toplum önünde tartışmaya açılabilmesi, izleyicilerin Britanya’yı “sahih, güvenilir ve ifade özgürlüğüne önem veren demokratik bir ülke ” olarak görmelerine katkıda bulunmaktadır.

Katar’ın Doha kentinde kurulan, İngilizce ve Arapça 24 saat yayın yapan haber kanalı El Cezire, hassas başlıkları tartışma programlarında işlemektedir. Hükümet yolsuzlukları, Arap rejimlerinin insan hakları sicili, siyasi olarak farklı görüşte olanların yaşadığı zorluklar, İslam hukuku, İslam ve demokrasi, İslamcı köktencilik gibi konuları hiç çekinmeden ele almakta, Arap dünyasında da yalnızca medya boşluğunu değil; aynı

zamanda siyasi boşluğu da doldurmaktadır (Zayani, 2006, s.12). El Cezire, tüm yüzeyselliğine rağmen tüm dünyayı ilgilendiren okumayla, yüzyıllar içinde oluşmuş bir gelenek bağlamında Batı hegemonyasının en önemli yansıması olan Batı'dan Doğu'ya tek yönlü akışı tersine çeviren olgu olarak değerlendirilmektedir (Demirkıran, 2008, s.106). Uluslararası bir medya organizasyonunun yeni kamu diplomasi faaliyeti yürüttüğünün anlaşılmasında, çift taraflı iletişim ve aktör markalamaya ihtiyaç vardır. Geleneksel diplomaside tek yönlü ve kitlelere tek bir aktör üzerinden mesaj iletilirken, yeni kamu diplomasisinde karşıt fikirler saygı çerçevesinde ve çift taraflı biçimde temellendirilmektedir. Buna ilaveten stratejik iletişim, kamu görüşü ve ikna teknikleri bilimsel verilerle ölçülmektedir. Markalama da gittikçe asli olarak değerlendirilen yeni kamu diplomasisi elementlerinden biri hâline gelmiştir. Aktörler de insanlara duygusal boyutlarla tanımlayabileceği ürün ve hizmetler sunmaktadır (Powers & Gilboa, 2007, Aktaran Karagöz, 2016). Körfez Savaşı aynı zamanda bir medya savaşıdır ve CNN savaşın aktif tarafıdır. Günümüzde ise internetle beraber CNN'in yerini başka kanallar almıştır. Körfez Savaşı'nda görülen CNN etkisi, 11 Eylül sonrası ABD'nin Afganistan'a savaş açmasıyla beraber yerini El Cezire etkisine bırakmıştır (Sancar, 2012, s.191). Örneğin CNN, ABD ve İngiliz askerleri için "Koalisyon Güçleri" ifadesini kullanırken El Cezire "İşgalci Amerikalılar"ı tercih etmiştir. El Cezire, tahrip edilen yerleşim yerlerini ve genellikle sivillerin mağduriyetini ön plâna çekerken, CNN'in görüntülerinde hep Amerikan askerleri vardı. Bütün bunların üzerine yeni dönemin CNN'inin El Cezire olduğu hâkim görüş olarak bütün dünyada kabul edilmiştir (Ansarov, 2008, s.149).

Ülkeler kendi kültürleri ekseninde eğlence biçiminde sunulan televizyon programlarıyla dolaylı propaganda yapmaktadır. Birçok ülke yeterli kalite ve sayıda program üretemediği için başta ABD olmak üzere hegemonik güce sahip ülkelerden program satın almaktadırlar. Bu programlar vasıtasıyla kitleler üzerinde bilinç oluşturulmakta ve dönüştürülmeye çalışılmaktadır.

3.8.3.5. Sinema

Sinema, imajın giderek sanal bir öğeye dönüşmesi sonucunda zaman içinde güçlenmiş, bu durum ticaret ve siyasette kullanılmasını, halklar ve ülkeler üzerinde egemenlik kurma aracı olmasını sağlamıştır. Sinema, dünyayı anlama ve hareket tarzını değiştirme özelliğine sahiptir. Amerikan sineması, ortak zevklere, zekâya ve algıya hitap

etmektedir. Aynı zamanda eğlence endüstrisi haline dönüştürülmüştür. Görsel ideolojinin küresel planda oluşmasında en etkili şey olarak görülmektedir. Hollywood bunu sağlamak için entelektüel düzeyi düşürmek zorunda kalmıştır. Bu nedenle her seyirciyi ayrı ayrı etkileyen parçaların teknikle bir araya gelmesi sağlanır. Böylelikle senaryo, yönetim, ışık, müzik, montaj, dekor, kostüm gibi birçok unsur bir araya getirilir. Seyircinin duygularının nasıl harekete geçirileceği bilinir ve onunla ilgili teknikler uygulanır. Filmler, propaganda için en etkili silahlardır. Çünkü siyasi görüşü ne olursa olsun herkese seslenebilirler. Kısaca sinema, içinde bulunduğumuz dünyanın gerçeklerini yüzümüze çarparak sarsmakta, ayarlarımızı bozarak mevcut pozisyonumuzu sorgulamakta ve korunaklı dünyamızı parçalamaktadır.

Hollywood kahramanı, modern hayatın onlarca mecburiyetle bağladığı, hantallaştırıp hareket kabiliyetini yitiren kentli insanın olmak isteyip te olamadığı kişidir. Onlar içimizden biri gibidirler, ama bizden çok farklı davranırlar (Aydemir, 2014, s.69). ABD'de, ulusal kimliğin keşfi ve tanımlanmasında kültürel çerçeve oluşturan filmler için gerçek hayattan toplanan malzemeler, politik amaçların devreye girmesiyle bilinçlice çarptırılmıştır. Filmler, kavramlar ve değerlerde Batı'nın merkeze alınıp, Batı dışındaki kültürlerin tanımlanarak hegemonik bir güç oluşturulmasına sebep olmuştur. Doğu başka bir yer ya da kültür değil, Batı'dan radikal olarak farklı, daha az uygar ve gizemli bir yer olarak kurgulanmış, zihinlerde ayrılık ve ötekilik bilinci üretilmiştir.

Hollywood, dünya politikaları hakkındaki fikirleri manipüle ettiği gibi, silahlı kuvvetlerin mücadelesine ortak olarak, istediklerini insanlara kayıtsız şartsız vererek, hem propaganda görevini üstlenmekte, hem de uygun içeriklerle Amerikan kültürüne özentiyi teşvik etmektedir. Bu şekilde film yıldızları ve yüksek modasıyla yurtdışında pazar oluşturulmasına katkıda bulunmaktadır. Algıları zihin altı vurgusuyla değiştirmek isteyen, kamu diplomasi merkezi halindedir. Hollywood, Amerikan büyüklüğünü ve gelişmişliğini arttıran en başarılı ihracat olayıdır. İçerik üretiminde ve dağıtımında Dünya film ve televizyon piyasasında payı çok büyüktür. Bu nedenle diğer ülke film sektörleri rekabette zorlanmaktadır. Hollywood filmleri, toplumsal alanı destekleyen, kadını kuvvetlendiren, özgürlük, insan hakları ve demokrasi gibi liberal değerleri öne çıkaran, başarının ve teknolojinin büyüsünü gösteren yapısıyla geniş kitleleri etkileyen çok önemli bir yumuşak güç aracıdır.

Hollywood sinemasına oluşan tepkiler zaman zaman ilgili ülkelerde sansüre neden olmuştur. Ancak yapılan sansüre rağmen haberler ve mesajlar kitleler üzerinde etki yapmaya devam etmiştir. 1989 yılında Tianenmen meydanındaki protestocu öğrenciler özgürlük anıtının bir kopyasını yapmışlardır. Müziğin ve filmlerin etkilediği insanlar çeşitli davranışlarla tepkilerini göstermişlerdir. Muhaliflerden biri yabancı bir gazeteciye Amerika'ya sinirlenen yerel komünist parti liderlerini dinlemeye zorlandığında, ABD'li müzisyen Bob Dylan ezgilerini kafasında alçak sesle söylemiş ve bunun kendisinin sessiz devrimi olduğunu belirtmiştir (Nye, 2005).

Hollywood filmleri; savaş psikolojisin, diktatörlük ya da komünist sistem altında yaşama psikolojisinin ne olduğunu hissettirir, sonra bilinçaltına yaşamsal gerçekliği vurgular. Amerikan değerleri, askeri simge ve hümanizmanın yüceltilmesi ile ilgili mesajlar verir. Amerikan kahramanlığını hissettirir ve sonunda faşizm ve totaliter iktidarlara eleştiri getirilmesine ve toplumsal taleplere zemin hazırlanmasına neden olur. "Patriot (Vatansever)" Filmi, Amerikan yurttaşlık kültürünü paylaşanlara ilham veren, siyahlarla beyazların ülkeleri için birlikte olduklarını hatırlatan, iyi bir Amerikan çiftçisinin ailesi ve ülkesi için ne tür fedakârlıklar yapabileceğinin etkili bir dille aktarılmasına odaklanmıştır. Bir diğer film "Titanik" ise sınıfsal farklılığın mutluluğun bir anahtarı olmadığını, iyi bir yaşam biçimine ulaşmanın herkes için mümkün olduğunu, zekâ, çekicilik ve bireysel yaratıcılığın insanın önüne fırsatlar çıkaracağını, bütün bu fırsat ve imkânların Amerikan halk kültürünün temellerinde var olduğunu işlemektedir. Filmde anlatılar, Amerikan değerleriyle ilgili kodları oluşturur ve seyirciyi sürükleyerek karşıtlıkların sorgulanmasına olanak verir. "Er Ryan'ı Kurtarmak", "Gerçek Yalanlar"," Rambo", "Yalanlar Üstüne", "Haydut Operasyonu", "Yeşil Bölge", "Güneşin Gözyaşları", "Kara Şahin Düştü" gibi filmlerle dünyayı kurtaran, kötü adamları yakalayan, terörle mücadele eden, baskı gören bölge halklarını özgürleştiren, zorbaların elindeki mültecileri kurtaran Amerikalı imajını kitlelere yaymaktadır.

Amerikan dış politikasına hizmet eden Hollywood'un gezgin temalı filmleriyle Doğu imgesi oluşturulmuştur. Bu imge üzerinden gerçek dünyanın algılanması inşa edilmiştir. Örneğin "kutsal hazine avcıları" filminde, doğulu gelişmemiş Arapların batılı kahramanlarca nasıl etkisiz hale getirildiği mizahi bir dille anlatılır. Hollywood sinemasının popüler kültür ürünü olması, Amerikan rüyası olarak adlandırılan egemen ideolojiye uygun içerikler sağlamasını kolaylaştırmaktadır. Öyküler, çıkarlar

doğrultusunda filme konu olmaktadır. Mesajlar fark ettirilmeden duyulara ve bilinçaltına seslenmek suretiyle verilmektedir. Hollywood, savaşlarda neoliberalizmin ve ABD müdahalelerinin savunucusu olmuştur. Söylemlerde sürekli değişiklikler yapılmıştır. Vietnam savaşı sonrası, ulusal özgüveni kazanmak, müdahale düşünülen yerde güçlü olduğunu göstermek, soğuk savaş döneminde ABD'de ırk ayrımı olmadığını kanıtlamak, Komünizme karşı izlenen politikaları sembolize etmek, komünizm sonrası 11 Eylül ile birlikte İslam Dünyasını terörle özdeşleştirmek, Hollywood sinemasının söylemleri olmuştur. Sanatçılar ve ünlüler bu amaçla konuşturulmuştur.

Hollywood filmlerinin hedefi toplumların bütün yaş gruplarından bireyleridir. Güç, maddi çıkar ve iktidar için kesintisiz ve sürekli bir büyü altında, çocuklar ve gençlerden yetişkinlere kadar sinema salonunda ya da televizyonun karşısında beyinler ve kalpler ele geçirilir (Kurtoğlu, 2017c, s.32). Böylece küresel sistemin arzuladığı insan ve toplum tipi oluşturulur.

Dini inançların Hollywood sinemasında önemi gittikçe artmıştır. Büyük gişe yapan Yahudi, Evangelist Protestan ve Kabalist inancına dayanan "Armegedon" filmi, Dünyanın sonunun Ortadoğu'da yaşanacak olan iyi kötü arasındaki savaşı işlemiştir. Daha önce bir benzeri "Derin Darbe" ile anlatılan öykudeki gibi, Dünya'ya yaklaşan büyük göktaşının patlatılmasıyla görevli kişi kendisini feda ederek Dünyayı kurtarmakta, ABD'nin süper güç olma özelliğini pekiştirmektedir. "Bıçak Sırtı" filmi ise nereden geldiğimiz, ne olduğumuz ve nereye gideceğimiz sorularına İncil ve Kabala kaynaklı mesajlar vermektedir. Bir diğer film "Matrix" üçlemesidir. Mistik ve dini varsayımlara dayanılarak dünyanın gerçekliğini, bireysel hürriyeti ve kaderi sorgulamaktadır. Neo, gündüzleri bilgisayar programcısı geceleri "hacker"dır. Makinalarla savaşmaya memur edilmiş seçilmiş kişidir. Bu bağlamda Hristiyanlıktaki Mesih ya da Yahudilikteki mehdi misyonunu yeniden dirilişle yüklenmiş görünmektedir. Zion ordusu makinelere karşı savaşı kaybederse insan ırkı yok olacaktır. Zion, hem vaat edilen topraklara atıftır; hem de İncil'deki kutsal, bereketli, inançlı kişilerin yaşadığı yer anlamındadır (Kurtoğlu, 2017c, s.47-59). Evangelist Protestan ve Yahudi Mistizmi Kabaladan esintiler vardır. Film, adeta kurgulanmış dünyada güç ve hegemonya peşinden koşanların kıyameti hızlandıracak bir miladı temsil eder hale gelmiştir.

11 Eylül saldırılarıyla ilgili çok şeyler söylendi. Hala neyin doğru neyin komplo teorisi olduğu tartışılıyor. Chomsky'ye göre ABD'yi yönetenler, bir konu hakkında karar verdiklerinde, mesela bir dış müdahale istediklerinde, öncelikle medyanın karşı konulmaz büyüsünü kullanarak halkı muhtelif yöntemlerle buna hazırlarlar. Saldırmak istedikleri odak önce halk nezdinde şeytanlaştırılır. Medya bilinçaltı mesajlarla bunun altyapısını hazırlar. Sonunda o ülke işgal edilir ve kendi istedikleri doğrultuya sokulmak istenir (Chomsky, 2012). "Arlington Yolu", "Kuşatma", "Kod Adı Kılıçbalığı" gibi filmlerle, Müslüman Arap teröristlerin varlığı ve ne kadar tehlikeli oldukları düşüncesi halkın zihnine işlenmiştir. Fiili saldırılar olduktan sonra da Afganistan ve Irak'a müdahale halk çoğunluğu nezdinde meşrulaşmıştır.

1980'lerin sonuna doğru Hollywood filmlerinde "Müslüman kötü adam" tiplemesi ince ince işleniyordu ki 1990'lı yıllarda Körfez Savaşı sonrası Müslüman Araplar kötü adam oluyordu. Ekim 2012'de CNBC-e tarafından yayınlanan "Political Animals" adlı dizide Türkiye'nin Washington Büyükelçisini hamamda ziyaret eden ABD'nin hanım Dışişleri Bakanı'nın hamamda tacize uğraması, yine 2008'de CNBC-e de yayınlanan "Terminatör" dizisinde dünyayı yok edecek Bilgisayarın adının Türk olması yeni kötü çocukların Türkler olacağına işaret ediyor. Nitekim bir başka dizi "The West Wing" adlı dizide Türkiye'de bir iş kadının arkadaşıyla birlikte olduğu için şeriat yasası gereği idamına karar verilmesi ve bunun üzerine ABD Hükümetinin Türkiye'yi kınayacağını ifade etmesi bu görüşü perçinlemektedir. 2010 yapımı "Pacific" filminde de 1922 yılında Türklerin İzmir'i yağmalaması, insanları katletmesi görüntülerine tarih çarpıtılarak yer verilmiştir. 2007 yılındaki "Smallville" ile İstanbul'da yapılan insan ticareti, "24" dizisinde nükleer saldırı peşinde koşan ABD düşmanı terörist Türkler, 2010 yapımı "Prison Break" dizisinde faili meçhul cinayetler işleyen Türk Mafyası olumsuz Türk imajına hizmet ediyor. Bunun yanında 2002 yapımı "Ararat" filminde Hristiyan düşmanı ve Ermenileri soykırıma tabi tutan Türkler, Jean Reno'nun başrolünde oynadığı "Suç Çemberi" filminde, Türkiye için zalim nitelemesi yapılarak Ermenileri soykırıma uğrattıkları tezine göndermede bulunuluyor (Kurtoğlu, 2017a, s.475-480). Geçmişte "Geceyarısı Ekspresi" filminin üzerinde Türkiye'yi olumsuz gösteriyor diye çok durulmuştu. Ancak daha sonra, ondan çok daha fazla olumsuz gösterimlere o kadar tepki gösterilmedi. Geri kalmış, hoşgörüsüz bağnaz insan görüntüsü, "Taken", "007 Skyfall", "Amerikan Samurayı", "Kutsal Hazine Avcıları" filmlerinde yeterince olumsuz algılarla

birlikte verildi. ABD filmlerinde Türk aleyhtarlığının neden başladığı ve neden her geçen gün yoğunlaştığı ile ilgili sorulara Skytürk TV Haber Müdürü Orhan Can şu şekilde cevap arıyor (Can, 2005):

> "ABD varmak istediği noktaya önce kendi halkının inanmasını sağlar. Türkiye'yi ve Türk insanını terörist gibi gösterip ileride oluşacak silahlı çatışmanın alt zeminini yaratmaktadır. Amerikan televizyonlarındaki Türk düşmanlığının nedeni budur"

NATO ile birlikte Türkiye uzun zaman Batı bloku içerisinde yer almış ve bu blok ile birlikte siyasi yönelimi oluşmuştur. Buradan doğan çatışmalarda ise demokrasiye müdahale mekanizmaları kullanılarak bu çizgide kalması sağlanabilmiştir. Büyük bir ekonomik krizin ardından özellikle son on senede yapılan reformlarla güçlenen Türkiye, dış politika kartlarını daha cesur kullanabilme imkânlarına kavuşmuştur. Yeni darbe teşebbüslerinin de başarısız olması ile birlikte, NATO çizgisindeki küresel hegemonyanın bölgesel planlarında olmayan daha bağımsızlıkçı bir kimliğe oturan Türkiye'ye olan algının da manipüle edilme ihtiyacını doğurmuştur. Bu nedenlerle etnik (Kürt meselesi) ve dini (Sünni-Alevi) fay hatlarının üzerinde oynanarak, terör ile birlikte anılması sağlanarak sıkıştırılmak ve dış politikasının tekrar Batı'nın belirlediği hale dönmesi istenmektedir.

Hollywood sadece seyircilere mükemmel bir görsel sunum yapmamakta, başta ABD olmak üzere birçok devletin siyasi propagandasını yapmaktadır. Kuzey Iraklı Kürtler ve Ermeniler de bu durumu Türkiye aleyhine propaganda atağına çevirmişlerdir (Büyüktürkoğlu, 2007). Sinema, yeni biçimlerle kitleleri yönlendirmede etkisini sürdürmektedir. Hollywood, Avrupa sineması, Bollywood'un ardından Çin sineması da kamu diplomasisinde sinemayı kullanmaya başlamıştır. Filmlerde çeşitli sembollerle verilen mesajlar izleyicilerin zihinlerinde yer tutmaktadır.

3.8.3.6. Yeni Medya

İletişim teknolojilerinde yaşanan değişimlerle özellikle kitle iletişim araçlarının yani medyanın değişmesi ve yayılması, iletişimin yanında her türlü paylaşımların artmasını sağlamıştır. Bilişim ve iletişim teknolojileri zaman, mekân ve mesafe gibi faktörlerin yarattığı sınırlılıkları ortadan kaldırmıştır (Başaran, 2013). Ses, görüntü, hareketli görüntü ve veri biçimindeki tüm enformasyon aktarımlarını tek ve esnek bir ağ içinde bütünleşmeyi sağlayacak bir biçimde gelişmiştir. Bu değişimler sonucunda, kitle

izleyicisini bireysel kullanıcı olarak da kapsayabilen, kullanıcıların içeriğe veya uygulamalara farklı zamanlarda ve etkileşim içinde erişebildikleri sistemler olarak tanımlanan "yeni medya" olarak adlandırılan yeni bir iletişim ortamı doğmuştur (Akyol, Akyol ve Yılmaz, 2015).

Matbaanın icadından bu yana en önemli iletişim aracının internet olduğu söylenir. Elektronik ortam, devletler ve uluslararasındaki sınırların göz ardı edilmesini sağlamıştır. Bilginin, görüşlerin, mal ve hizmetlerin değişimini yoğunlaştırmış; insanları daha çok birbirine bağlamıştır. Yeni iletişim araçları, insanlara istedikleri zaman bilgiye ulaşma imkânı sağlamakta ve internetin kullanımıyla birlikte daha fazla bilgiye erişilebilmektedir. Teknolojinin nasıl ve ne zaman kullanılacağına üretici değil tüketici karar vermektedir. İnternetle beraber pasif kitleler oturdukları yerden aktif hale geçmektedir (Giddens, 2008, s.639). Radyo ve televizyonun böyle bir özelliği yoktur. İnternet ekonomik verimliliği artırmış, bilgiyi iletme masraflarını azaltmıştır. Hükümet dışı kuruluşlar, akademik kuruluşlar, etnik ve kültürel topluluklar, kendi küresel platformlarını oluşturabilmek, siyasal etkinlikler yaratabilmek için interneti kullanmaktadır. Demokratik sistem ile internet sistemi arasında paralellik olduğu söylenmektedir. İnternet, insanların özgür ve çoğulcu biçimde ifadelerine bir araç olmaktadır. Aynı zamanda kendi teknolojik ve toplumsal gelişiminde, sürekli iyileştirme ideallerine sahip bir iletişim sistemi olduğu görülmektedir (Akbaş, 2003, s.186). Bütün dünyayı saran bilgi akışına rağmen, uzmanlar daha çok miktarda enformasyonun hareket edebileceği düşüncesiyle daha basit kullanılabilen aygıtlar geliştirmeye çalışmaktadırlar. Televizyon kadar basit olan, ancak anında dijital dünyaya bağlanabilen, yeni iletişim ve teknolojileri üretmeyi amaçlamaktadırlar.

Geleneksel iletişim araçları televizyon, gazete ve radyo hem iletişim araçlarının sahipliğinde hem de içeriğin belirlenmesinde merkeziyetçi bir yapıya sahipti. TV istasyonları bir ya da birkaç kişinin, uluslararası alanda ise tekellerin kontrolündeydi. Yeni iletişim teknolojileri sayesinde bu hegemonyaların yıkılma ihtimali artmıştır. Çeşitlenme ve parçalanma ile kontrol çok merkezli hale gelmektedir. İnternet başta olmak üzere yeni iletişim teknolojileri, kullanıcıların kendi elektronik gazetesini oluşturmasına da imkân vermektedir (Timisi, 2003, s.84).

İnternet medyasının getirdiği özgür ve geniş alan, edilgen konumdaki kitlelerin seslerini duyurmalarını sağlamıştır. Sivil toplum hareketleri artık seslerini duyurmak için televizyon kanallarının dikkatini çekmeyi beklemeyi bırakmış, kendi sosyal medyaları aracılığı ile topluluklar kurarak yönetir hale gelmişlerdir. Enformasyonu yönlendirmedeki bu hareket gücü öyle bir noktaya gelmiştir ki, kitlelerin biriken enerjileri meydanlara taşmış ve Arap baharı gibi devrimlerin hareket noktası olmuştur (Soydan, 2012, s.52). Yaşanan yeni teknolojik devrim ile yeni bir toplumsal dönemin başladığı söylenebilir. Yeni iletişim teknolojileri bilgi miktarını artırması, bireysel iletişime imkân sağlaması, etkileşim ve evrensel erişim imkânı sağlaması gibi özelliklerinden dolayı katılımcı demokrasiyi gerçekleştirecek bir araç olarak değerlendirilebilir (Karapınar, 2006, s.97). Hatta Friedman yeni ortamda birey için 'süper güçlendirilmiş birey' tabirini kullanmaktadır (Friedman, 2006). İnternet, kullanıcılara geleneksel medya şirketlerine göre daha demokratik ağ iletişimi fırsatı sunmaktadır.

Sosyal medya ağları, çağımızın önemli dinamiklerinden birini oluşturmaktadır. Kamuoyu yaratma, örgütlenme ve gündem değiştirme amaçları ile kullanılan sosyal ağlar, kamu diplomasisi alanında daha çok hedeflerin yakalanabilmesi için hedef kitlenin ihtiyaç ve beklentilerinin anlaşılabilmesi, dünya kamuoyunun ilgisinin kazanılması ve çeşitli alanlarda gerçekleştirilen çalışmalarla yaratılan olumlu algının pekiştirilmesi amaçları ile kullanılmaktadır (Erzen, 2012, s.151).

Bugün Sosyal Medyanın kullanımı ve çok erişilebilirliği, ABD'nin hedef kitlesiyle güçlü bir iletişim kurmasını sağlamaktadır. Güçlü bir iletişim içinde liberal demokratik değerler dâhil olmak üzere Amerikan bakış açısını sağlayan kamu diplomasisi yöntemlerini daha çok kullanılmaktadır. 2007 yılında ABD kendi bloğunu başlatmış ve bloklar, videolar, Youtube, Twitter ve Facebook ta görüntülü ya da sesli internet yayınını kamu diplomasisi faaliyeti olarak yapmaktadır (Comor & Bean, 2012, s.211). Başkanlık seçim kampanyalarının gücü ve rolü, kamu diplomasisi için sosyal medyanın kullanımını ön plana çıkarmıştır. Bu platformlarda hedef kitlelere stratejik bilgiler üretilmektedir. Ana mesajlar arasında yoğunluk sırasıyla, politika, toplumsal ilişkiler, kültürel değişimler, ikili ilişkiler, İngilizce çalışmaları, eğitim ve vize, çevre, enerji ve teknoloji, ticaret ve ekonomi mesajları bulunmaktadır. Sosyal medya egemen devletlere rekabete açık yeni uluslar üstü bir alan yaratmaktadır. Temel politik değerleri sosyal paylaşım siteleri vasıtasıyla paylaşarak hedef kitlenin zihnini değiştirmeye ve dolayısıyla istemediği

rejimlerin değiştirilmesini zorlamaya çalışmaktadır. Tarihsel olarak mesajlar genel anlamda değişmese de, araçlar değişmiştir. Vietnam savaşında radyo ve TV; Irak savaşında ise Youtube ve web siteleri baskın propaganda makinesi olmuştur.

Yeni medya sayesinde uluslararasında yaşanan siyasi kültürel, askeri ve bilimsel gelişmeler çok hızlı bir şekilde yayılmakta, kısa sürede kamuoyu oluşmasını sağlamaktadır. Birçok yayın organına ücretsiz erişilebilmesi, uzaktan eğitim mekanizmasıyla eğitimin yaygınlaşması, kamu diplomasisinde uzun dönemli etkili iletişim sağlamaktadır. Gençlerin oluşturduğu sohbet odaları, anlık mesajlar grupların kümeleşmesine olanak sağlamaktadır. Hükümetler toplumların bilgilenmesi üzerine geleneksel denetimlerini yapmakta zorlanmaktadırlar. Facebook, Twitter, Myspace, Whatsup, Youtube gibi sosyal paylaşım siteleri iletişimin gücünü geribildirim sağlayarak perçinlemektedir (Sancar, 2012). Mesajlar, sınırsız bir biçim de çok kısa zamanda çok uzak noktalara ulaşmaktadır. Hükümet dışı birey ve örgütler, dünya politikasında doğrudan rol alacak güce gelmişlerdir. Böylece kamu diplomasisinde küresel örgütlerin etkileme gücü zaman ve mekân sınırı olmadan internet kullanıcılarına ulaşmakta, interaktif bir iletişim meydana getirmektedir. Örneğin, 2013 yılında Türkiye ve Ukrayna da yönetimler yeni medya kullanılarak değiştirilmeye çalışılmış ve bu durum Ukrayna'da gerçekleşmiştir. Türkiye'de ise olayların yatıştırılmasında zorlanılmış olunsa da, uzun süreli kamuoyu desteğine sahip iktidar nedeniyle bu amaç gerçekleşmemiştir.

Yeni toplumsal hareketler sınıflardan ziyade, kimlikler ve değerler üzerinden hareket etmektedir. Barış, öğrenci, çevre, radikal ve nükleer karşıtı hareketler, azınlık milliyetçilikleri, eşcinsel hakları, hayvan hakları, kadın hakları, alternatif tıp ve New Age gibi hareketler ortaya çıkmıştır. Esnek örgütlenme modellerine dayalı olması ve internetin ağlara dayalı esnek yapısı arasında bir ilişki olması sıklıkla dile getirilmektedir (Yağan, 2013, s.52-54). İletişim sayesinde ortak paydada buluşanlar bir araya gelip topluluk içinde geçici birlikler oluşturup eyleme geçebilirler. Bu durum da, iletişimi her türlü toplumsal hareketin, topluluk inisiyatifinin, sosyal kalkışmanın, isyanın, devrimin, eylemin asli parçası haline getirir (Uçkan, 2015). İnsanların, sosyal ağlar üzerinden savundukları ya da tepki gösterdikleri ifade özgürlüğü, insan hakları ya da çevre gibi sosyal veya siyasi konulardaki dava ya da olaylar üzerine, merkezden bağımsız büyüyebilen, temel amacı yüksek kamuoyu sesi üretebilmek olan eylemle tasarlayarak ortaya koyması dijital aktivizm olarak ifade edilmektedir (Kırık ve Özcan, 2014). Ağ teknolojilerinin var olduğu

ilk günden bu yana var olan dijital aktivizm kavramı da bu yeni mecranın koşulları gereğince dönüşmüş, sosyal medyanın kullanımının çok daha az olduğu yıllara göre farklılaşmıştır. Madden ve manen tekil sosyal ağ üyelerinden sivil toplum kuruluşlarının dijital sayfalarına kadar çoklu iletilerin, fikirlerin ve tavırların son derece akışkan bir şekilde birbirine geçtiği, dallanıp budaklandığı, yüzlerce kılcal damara ayrıldığı yeni bir dijital akış, oluş ve kendini var ediş mecrasıdır. İçeriklerin elden çıkar çıkmaz hızla anonimleştiği, belki de "dijitalin kamulaştığı", aynı zamanda tutkuyla sahip çıkıldığı bu belirgin bulanık alan, aynı zamanda iktidara ve geleneksel medyaya, süre giden siyasi, ekonomik ve toplumsal muhalefetin de çeşitlerini barındırmaktadır (Ünsay ve Ügümü, 2015).

İnternet bir merkeze sahip olmadığından, ağı oluşturan parçalar otonom olarak bir araya geldiklerinden, ağın bir kısmı engellense bile sistem işlev görmeye devam etmektedir. İnternet ağının bu özelliği, onun merkezi idari ya da siyasi yapılar tarafından kontrolünü güçleştirir, hatta kimi zaman Wikileaks'te de görülebileceği gibi imkânsız kılar. Bu nedenle İnternetin tarihiyle eş zamanlı olarak görülse de dijital aktivizmin ortaya çıkışı Wikileaks ile başlamaktadır (Uçkan ve Ertem, 2011).

1993 te Dünya'da 50 kadar web sitesi varken; doksanların sonunda 5 milyonu aşmıştır. Bir tahmine göre 161 milyar gigabayt bilgi yaratılmış ve saklanmıştır. O zamana kadar yazılan bütün kitaplardaki bilgilerin yaklaşık üç milyon katı bir bilgidir. Bu durum uluslararası ilişkilerde güç kavramını değiştirmektedir. Sadece ulus devletlerin sınırları içinde kalmayan ulus ötesi alanlara yayılarak yumuşak güçlerin yeni türlerini doğurmaktadır. Yeni medya, insanların beyin ve kalplerini kazanmanın en önemli aracı olma yolunda ilerlemektedir. Dünya çapında faaliyet gösteren Facebook, Twitter, Youtube gibi Sosyal Medya platformları, her ne kadar sahiplikleri farklı görünse de, arkasında devletlerin istihbaratları bulunduğu kabul edilmektedir. Sosyal Medya ile dünyada herhangi bir devletin, şehrin, ilçenin, evin, şahsın gündemi bilinir. İstihbarat örgütleri, yerel memnuniyetsizlikleri ve öfkeyi sosyal medya üzerinden kitlesel isyana dönüştürme konusunda deneyimlidir (Çiftçi, 2016). Siber ajanlar birçok ülkede halkı kışkırtarak yönetimlere diz çöktürmüştür. Türkiye'de Gezi, Doğu Avrupa'da Turuncu Baharı, Ortadoğu'da Arap Baharı ve ABD'de olan Pembe Bahar hareketleri küreselcilerin desteğinde sosyal medya üzerinden kurgulanan projeler görünümündedir. Kamu

yöneticileri, kamuyla ilgili alacakları kararların sosyal medyada nasıl maniple edilebileceğini düşünerek karar almak zorundadır.

Sosyal Medya, kullanana hizmet eder. Dünya insanı, sosyal medya ile hegemonik medyaya karşı kendi medyasını, kendi haber kaynaklarını oluşturdu. Sosyal medyada dünyanın her yerindeki haberi anında öğrenmek mümkün; ama geleneksel medyada yani gazete ve televizyonlarda haberi saat başı veya bir gün sonra veriyor. Sosyal Medya üzerinden kontrol edip yönetmek isteyenlere karşı, dünya insanı da artık rol sahibidir. Gezi Parkı olaylarını anlamayan Türk insanı şimdi sosyal medyada daha etkin hale gelmiştir. Bunun örneğini, 15 Temmuz 2016 Darbe gecesinde sosyal medya üzerinden örgütlenen vatandaşlar sokakları darbecilerden önce doldurarak göstermiştir. Bundan sonra dünyadaki her kitlesel eylem sosyal medyadan başlar ve sosyal medyadan biter. Sosyal medyanın kitle üzerindeki organizasyon gücünü anlayan devletler süreci yönetebilir, anlamayanlar ise kamu düzenini sağlamakta zorlanır.

3.8.4. Kamu Diplomasisi Açısından Wikileaks Haberleri

Yayınladığı belgelerle ABD'nin nezdinde tüm dünyayı suçüstü yakalayan, belgelerin kaynağı ABD ile içeriğinde yer alan ülkelerin iç yüzünü ortaya çıkaran Wikileaks, İsveç merkezli uluslararası bir organizasyondur (Kırıcı,2011, s.12). Wikileaks, "What I know is" sözcüklerinin baş harflerinden türetilen "wiki" ile "sızıntılar" anlamına gelen "leaks" sözcüğünün buluşmasından oluşturulmuştur (Pehlivan ve Terkoğlu, 2012, s. 16). Egemenliğinin asıl sahibi vatandaşlarına karşı devletlerin tümüyle şeffaf olması gerektiğinden hareket eden ve gücünü halkın vicdanından alan bir yapı için temizlenme fırsatı sunmaktadır. Üstelik bunu onların erişemeyeceği bir güçle yapmaktadır. Düşman kuvvetleri hakkındaki bilgileri analiz etmekle görevli olan er Bradley Manning, yayınlandığında insanları dehşete düşüren 12 Temmuz 2007 tarihli Amerikan saldırısının video görüntülerini ve daha sonra Amerikan diplomatlarının yazışmalarını içeren 260 bin civarında belgeyi sızdırdığı için Mayıs 2010'da tutuklandı. Wikileaks ise kaynak güvenliği politikası nedeniyle, kendisine gönderilen diplomatik telgrafların Manning'ce sızdırıldığını reddediyordu (Adaklı, 2015). Irak'ta görev yapan Amerikan askerinin gizli belgeleri sızdırması, bu belgelerin Wikileaks'le beraber New York Times, The Guardian, Le Monde, Der Spiegel gibi dünyada etki alanı oldukça geniş gazetelerde yayınlanması, internetin başta medya, siyaset ve hukuk olmak üzere pek çok

alanı etkilediğini ve değiştirdiğini bir kez daha göstermiştir (Kaymak, 2015). Ardından, 28 Kasım 2010'dan itibaren, Wikileaks ABD Dış İşleri Bakanlığı ile dünyanın dört bir tarafına yayılmış ABD konsoloslukları arasındaki hassas yazışmaları içeren ve Watergate skandalına ithafla "Cablegate" olarak isimlendirilen belgeleri yayınlamaya başlamıştır (Uçkan ve Ertem, 2011, s.17). Dünya gündeminde önemli yer tutan Wikileaks belgelerinin orijinallikleri ABD tarafından doğrulanmıştır (Turgut, 2015). Gizli belgelerinin yayınlanması karşısında ABD oldukça temkinli davranmıştır. Belgelerde ismi geçmesi muhtemel ülkeleri önceden bilgilendirerek zararı minimize etmeye çalışmıştır. Beyaz Saray ve Pentagon, Wikileaks'i şiddetle kınayarak belgelerin ortaya çıkarılmasının ülkeler arasındaki hassas dengeyi bozabileceğini ve internet denetiminin mutlaka sıkı bir şekilde yapılacağını duyurmuştur (Turgut, 2015, s. 8.). Bu olaylar sonucunda, pek çok dış işleri bakanı da kişisel enformasyon güvenliği pratiklerini yeniden denetlemek zorunda kalmıştır (Karagöz, 2016, s.113).

Çinli muhalifler, ABD, Tayvan, Avrupa ve Güney Afrikalı gazeteciler, matematikçiler ve şirket teknologları tarafından kurulmuş Wikileaks'in "wikileaks.org" alan adı 4 Ekim 2006'da tescil edildi (Kırıcı, 2011, s.15). Sitenin kurucuları hiçbir zaman tam olarak teşhis edilemedi. Her ne kadar "içeriden sızdırıldığı" söylenen dedikodular Julian Assange'ı organizasyonun ruhu ve kalbi, filozofu, sözcüsü, örgütleyicisi, finansörü ve her şeyi yapmak istese de, o kendisini sitenin danışman kurulu üyesi olarak takdim etmiştir (Uçkan ve Ertem, 2011, s.24). Belgelerin kimler tarafından gönderildiği ya da sayfaya yüklendiği Wikileaks'in garantisiyle tamamen gizli kalmakta; gizli belgeleri Wikileaks'e gönderen bu kişiler İsveç ve Belçika basın gizliliği kanunları çerçevesinde korunmaktadır. Organizasyon ve karar alma modeli, tamamen merkezi olmayan bir ağa bağlı ve aynı anda her yerde olabilen göçebe bir karaktere sahiptir. Wikileaks internet gazeteciliği yapmasa da, görev ve teknik imkânları itibariyle gazeteciliği değiştiren bir plâtform konumundadır. Veri gazeteciliği, gazetecinin adeta bir sosyal bilimci gibi topluma ilişkin verileri sistematik şekilde inceleyip o veri üzerinden yeni haber hikâyeleri yaratması olarak tanımlanmaktadır (Karagöz, 2016, s.116). Wikileaks ham verilerin dağıtımı sürecinde, sadece bu ana akım medya organlarını kullanmamıştır. Aynı zamanda, bağımsız gazetecileri, alternatif haber plâtformlarını, internet medyasını, anonim ağları ve sosyal medyayı da kullanmıştır. Bunca çabaya rağmen sitenin durdurulamaması da bunu göstermektedir.

Wikileaks'le ilgili en çok tartışılan konu organizasyonun gerçekten bağımsız olup olmadığıyla ilgilidir. Belgeler üzerinden yapılan değerlendirmelerin analitik düzeyinin olmadığı, yüzeysel ve acele yazılmış öngörülere dayandığı ve sözde ABD ve müttefiklerini aleyhinde propaganda yapıldığı belirtilerek belgeler kurgu olarak nitelendirilmiştir. Sızıntının açık edilmemesi, güvenlik açısından elzem olan ve kamu aleyhinde büyük zararlara yol açması için kullanılabilecek bir sistemin bilgisinin birkaç iyi adamın elinde olması ve bunların da ne kadar güvenilir olabileceği de tartışılan konular arasındadır (Yılmaz, 2015). Bu görüşün aksine, Wikileaks'in milyonlarca sıradan insanın, yaşadıkları toplumun farkına varmasını sağlayarak bugüne kadar sorunsuz olarak düşünüp sessizce müsamaha gösterdiğimiz şeylerin aslında sorunlu olduğunu ifşa ettiğini ve Batı'nın özgürlük yanılsamasını yerle bir ettiğini söyleyenler de vardır (Dağlıoğlu, 2015).

Wikileaks ve gazetecilik mesleği açısından yapılan değerlendirmeler, bu belgelerin nasıl elde edildiği, belgelerin yayınlanmasının kimin hayrına veya zararına olduğu, ham bilgilerin yayınlanmasının gazetecilik başarısı olarak değerlendirilmesinin mümkün olup olmadığı, dünya dengelerini değiştirebilecek bilgilerin aslen hacker olarak kariyer yapan bir kişiye kalmasının salt "iyi insan" olmakla açıklanıp açıklanamayacağı ve gazeteciliğin bilgiyi "süzgeçten geçirme" gibi kaygılardan bağımsız mı olması gerektiği vb. pek çok soru üzerinden temellendirilebilir. Haber kaynakları açısından bakıldığında, esas gündemin yine New York Times gibi dev medya ve iletişim şirketleri tarafından belirleniyor olmasıdır. Sonuç odaklı irdelendiğinde, gücün yer değiştirmesinden öte bir anlam taşımadığı söylenebilir. Bunların toplumda bir değişikliğe yol açarak dünyadaki tüm insanların erişimine açık, doğru bilgiyi ulaştıracak bir sosyal ağın yaratılmasının mümkün hâle getirip getirmediği de ayrıca sorgulanmaya açık başlıklardır (Karagöz, 2016). Belgelerin içeriği ortaya çıktıkça ilişkilerin zarar göreceğini ileri sürenler, Wikileaks'in dünya gündeminde yarattığı etkiyi "diplomasi depremi" olarak nitelemiştir. Kuşkusuz belgelerin uluslararası ilişkilerde yarattığı etki, belgelerin niteliğinin sorgulanmasıyla yakından ilişkilidir (Turgut, 2011).

Kendisini "sansürlenemez sistemde, izi bulanamayan kitle dokümanları sızdıran" bir organizasyon olarak tanımlayan Wikileaks, küresel ve dijital muhalif rol üstlenmiştir. Guantanamo Körfezi'ndeki Askeri Üs'de tutuklulara yönelik muamelelerin ortaya çıkması sonucu ABD makamlarını hukuken zorlamıştır. Scientology kilisesinin karıştığı

komploları ortaya çıkarmış ve offshore hesaplardaki usulsüzlükler nedeniyle ilgili bankaların güvenilirliğini sarsmıştır. Bunların yanında, işadamları ile siyasetçiler arasındaki Peru petrol yolsuzluğu, Fildişi Sahilleri'nde zehirli madde boşaltımı sırasındaki şirket kusurlarının neden olduğu ölümler, küresel ısınmayla ilgili yazışmalarda iklim verileriyle nasıl oynandığı ortaya çıkmıştır (Karagöz, 2016). Ayrıca eski Kenya lideri Daniel Arap Moi'nin karıştığı yolsuzluk haberleri ise seçim sonuçlarını etkilemiştir. Hatta Arap Baharı olarak da bilinen Tunus'ta ortaya çıkıp birçok Ortadoğu ülkesine yayılan ve bazılarında rejim değişikliğine neden olan olaylar da Wikileaks ile ilişkilendirilmiştir.

Meydana gelen olaylar uluslararası ilişkilerin ve uluslararası politikanın niteliğinin önemli ölçüde değiştiğini gözler önüne sermektedir. Esasında hükümetlerin kontrolü dışında oluşan birçok gelişme ve hükümetleri doğrudan temsil etmeyen örgüt veya bireylerin devletlerarasındaki ilişkilerde oynadıkları rol, uluslararası ilişkileri önemli ölçüde etkilemektedir. Özellikle son yıllardaki devletler tarafından gerçekleştirilen istihbarat çalışmalarını, gizli dosyalar vs. gibi gelişmeleri uluslararası kamuoyundan gizlemek giderek güçleşmeye başlamıştır. Artık uluslararası ilişkilerde meydana gelen gelişmeler, devletlerin sınırlarının geleneksel anlamını büyük ölçüde zayıflatmıştır. Devlet dışı aktörlerin de dış politika analizlerinde bir aktör olarak kullanılmasını beraberinde getirmiştir. Ülke sınırları içinde veya dışında faaliyet gösteren devlet dışı aktörler, yasal olan yollar yanında Wikileaks gibi bazı yasal olmayan yolları da kullanmaktadırlar (Ayhan, 2015).

Medya ve kamu diplomasisi ekseninde bakıldığında, kamu yararı adına gizli kapaklı durumların gün ışığına çıkarılması ve güç odaklarının bilinmesini istemedikleri olayların incelenmesi bakımından Wikileaks'in veri gazeteciliği, açık kaynaklara özgürce online erişimi mümkün kılmıştır. Küresel medyanın yıllardır sistematik olarak dünyaya dayattığı "seçilmiş söylem ve imajları" alaşağı etmesi yine Wikileaks'i alternatif kılmaktadır (Uçkan ve Ertem, 2011, s.280). Kamuoyu açısından bakıldığında ise güç çatışması, gerçeğin ortaya çıkmasına yardımcı olmaktadır.

3.9. İstihbarat ve Medya

Filmlerin ve dizilerin biçimlenmesine istihbarat birimlerinin aktif olarak müdahil olduğunu çok az insan bilmektedir. Merkezi Haber Alma Örgütü (CIA) ile ilgili bilgilerimizin çoğu onun tarafından kamusal alana sunulan bilgilerdir. CIA'nin medyada yer almaktan kaçındığı ile ilgili bilgi doğru değildir. Kendi kamusal imajını kontrol altında tutmanın öneminin farkındadır (Aldrich, 2009, s.17-18). Ancak diğer taraftan şeffaf bir örgüt olmadığından, arkasında kanıt niteliği taşıyan belge bırakması nadirdir. Bu nedenle, CIA'nin Hollywood'daki tarihi yazılı olmaktan çok sözlü tarihe dayanmaktadır. Ayrıca bu ilişkiler gizli güç odaklarının kapalı oluşları nedeniyle tam olarak anlaşılamayacak ve ortaya çıkarılamayacaktır. Cereyan eden olaylardan, olayların aktörlerinden, bu konuda düşünenlerin düşüncelerinden faydalanarak analizler yapılmaktadır.

David Robb'un Hollywood Operasyonları adlı kitabının önsözünü yazan Jonathan Turley, Pentagon tarafından yalnızca ordunun değil, yakın tarihinin görünümünün de değiştirilmeye çalıştırıldığını, Devletin destek görmek adına kamuoyunu manipüle ettiğini anlatıyor. Hollywood operasyonları ile kamuoyunu ve popüler kültürü şekillendirdiği, halka sunulan sahnelerin değiştirilmesi veya senaryoların yeniden yazılması işiyle uğraşan yetkililerin içeriden çalışmalarını ve pazarlıklarını gözler önüne seriyor. Nihai hedefin ise filmler değil insanların neyi, ne kadar görmesine izin verildiğine vurgu yapılıyor (Robb, 2005, s.19-20).

Dünyanın en önemli istihbarat örgütü olan CIA, Başkana ve Kongre'ye ulusal güvenlik için gerekli istihbaratı sağlamakla ve bunun için gizli operasyonlar düzenlemekle görevlidir. Bunun için askeri operasyonlar yanında rakip ya da düşman rejimleri etkilemeyi ve istikrarsızlaştırmayı hedefleyen propaganda kampanyaları yapmaktadır. CIA'nin Hollywood ile ilişkilerinin çoğunluğu Kamu İşleri Bürosu tarafından yapılmaktadır. Bu büronun yönetimi, sinemacılara ve roman yazarlarına destek vermek ve onları etki altına almakla ilgilenmektedir. 2008 yılından sonra yeniden yapılanan bu birimde medyayla ilişkiler ekibi oluşturulmuştur (Robb, 2005).

CIA soğuk savaş sırasında Hollywood ile yakından ilgilenmiştir. Verilmek istenen mesajları iletmenin en iyi aracının filmler olduğuna inanılmıştır. Film stüdyolarında görevlendirilen kişiler vasıtasıyla Amerikalıların yayılmacı ve başka kültürlere duyarsız

resmedildiği sahneler ve imgeler filmlerden çıkarılmıştır. Bu konuda "CIA ve Hollywood" kitabının yazarı Tricia Jenkins şunları söylemektedir (Jenkins, 2012, s.15-16).

> "Şık giyimli siyahiler, siyahilerin özgür adam olduklarını gösteren replikler, geçmişteki ırkçılığın negatif etkilerini silmeye ve Sovyetlere karşı olumlu Amerika izlenimi yaratmaya yönelik müdahalelerdi. CIA George Orwell'in 2'nci Dünya Savaşı öncesindeki komünist politikaları ve Stalin'i kötüleyen "Hayvan Çiftliği" romanını, hem gelişmekte olan ülkelerdeki okuma yazma bilmeyen insanların, hem de filmlerin kültürel rol oynadığı gelişmiş sanayi işçilerinin kolayca tüketebileceği bir animasyon filmine dönüştürebileceğinden seçmiştir. Orwell'in sosyalist bir demokrat olması da filmi sağ eğilimli kapitalistlerden ayırarak projeye verilen Amerikan desteğini gizlemeye yardım etmiştir. İngiliz animasyon şirketiyle anlaşılarak hem filmin yapım maliyetleri azaltılmış, hem de Amerikan etkisi gizlenmiştir. Ayrıca filmde Sovyet karşıtı mesaj verebilmek için final sahnesi değiştirilmiştir. Efsanevi CIA ajanı olan Edward Lansdale ise "sessiz Amerikalı" filminin senaryo yazarı ve yönetmeni olan Joseph Mankiewicz'e Romandaki Amerikan karşıtlığını filmde tersine çevirmesi ve romanı tam bir yurtsever filme çevirmesi konusunda yardım etmiştir. Kitaba göre bombalı saldırıdan Amerikalı Albay sorumlu iken, filmde komünistlerin gerçekleştirdiği bir saldırı olarak sunulmuştur. Kitapta silah kaçakçısı olup öldürülen Amerikalı, filmde masum çocuk oyuncakları imalatçısı olarak sunulmuştur."

Soğuk savaşın sona ermesi CIA'nin Hollywood ile ilişkisinde büyük ve hızlı değişimlere neden olmuştur. Filmleri, ülke dışındaki komünistlere yönelik psikolojik savaştan daha çok, ülke içindeki kamusal imajını iyileştirmek için kullanmıştır. Bunu Holywood'a irtibat görevlisi göndererek ve gelişme aşamasındaki televizyon dizilerini resmi olarak destekleyerek yapmıştır. CIA'yi cesur ve politize olmamış bir kurum olarak resmeden "In the Company of Spies" filminde, CIA'nin imajı olumlu bir portreyle sunulur. Onun başına buyruk, ahlaksız ve ahmak bir imajla temsil etme anlayışını yıkma ve insanlara neden istihbaratın gerekli olduğuna inandırma amaçlanır. Bunları yaparken de ünlülerden yararlanılır. Fizikçi Stefan Hawking ile filmlerde ve reklamlarda kullanılan bilinçaltı mesajlarla ilgili kitap yazan Leonard Milodinow, toplumun yönlendirilmesiyle ilgili oluşturulacak algı operasyonları amacıyla Holywood filmlerine senaristlik yapmıştır (Tokalak, 2018, s.280).

"The Agency" dizisinin CIA ile işbirliği 2001'de başladığı halde 11 Eylül saldırılarından sadece birkaç hafta sonra yayınlanmıştır. Bu durum bu saldırıların planlı saldırlar olduğu kuşkusunu arttırmıştır. Arkasından gelen Afganistan ve Irak işgalleri bu argümanı doğrulatacak veriler arasında sayılmaktadır. Güçlü bir düşmanla karşı karşıya

gelen CIA'ya yönelik kamuoyu desteğinde canlanma başlamıştır. O kadar ki burada çalışmak için başvuranların sayısı ilk haftada altı yüzlerden üç binlere çıkmış ve bunun ardından Kuruma finans desteği verilmiştir (Landers, 2001). 11 Eylül saldırıları Örgüte yönelik istihbarat eleştirilerinin önünü açtığından bu film, eleştirileri güven tazeleyici bir imaj sunarak savuşturmaya çalışmış ve Amerikalıların vatanseverlik duygularından yararlanmıştır. El Kaide'ye sızan, terörist faaliyetleri önlemek amaçlı gerekli her şeyi yapan bir istihbarat teşkilatı olduğu resmedilmiştir. Bazı bölümlerde olumlu bir CIA sunmak için olay örgüleri güncel olaylarla şekillendirilmiştir. Örneğin ABD'nin bir hukuk devleti olduğuna vurgu yapılarak zanlının sorgulamasının ülke dışında yapılmasını, böylelikle istediği sonuç alınıncaya kadar işkence vb. metotların kullanılabileceğini, Amerikalıların işkenceyle değil teknoloji ve zekâ kullanarak delillere ulaşacağını işlemiştir. Dizinin senaryo yazarı, CIA'nin imajını parlatma yanında, bir gözdağı aracı olmasını da tasarladıklarını söylemiştir (Jenkins, 2012, s.89). Zaman zaman teknolojik olarak mümkün olmayan şeyler de senaryoya dâhil edilerek teröristlerin yakalanma korkuları arttırılmıştır.

Bunların dışında, "Devlet Düşmanı", "Alias", "24", "Gizli Ortak" ve "En Büyük Korku", "Çaylak", "Geçmişi Olmayan Adam" "Jack Ryan: Gölge Ajan" gibi filmler yapılmış ve CIA ile ilişkiler sayesinde başarılı bir biçimde pazarlanmıştır. Bu filmler, CIA'nin personel temininde, soğuk savaş sonrası kendisine yeniden düzen vermesinde ve 11 Eylül sonrası yapılan eleştirileri savuşturmada yardım etmiştir. Ayrıca CIA'nin her yerde, her zaman her şeye kadir olduğu imajını oluşturmaya katkıda bulunmuştur (Jenkins, 2012).

Sinemacılar, metnin doğruluğunu arttırmak için Örgütün teknolojik imkânlarının ne olduğunu öğrenmek nedeniyle de CIA ile işbirliği yapmıştır. Teröristler de televizyon izlediği için, CIA onlara korku verecek bir algıyı da oluşturmak istemiştir. Örneğin, gerçek olmayan bir teknolojik resim verilerek teröristin çok hızlı bir biçimde yakalanabileceğine yönelik teknolojik görüntüler kullanılmıştır. Bu görüntüleri görenlerin, istihbaratının gözetim ve iletişim gücünün büyüklüğünden korkacaklarını düşünmüşlerdir. "Allias" filminin birinci sezonunda duvarların arkasını görebilen termal güneş gözlükleri, içinde parmak izini gören biyometrik telefon, yüksek çözünürlüklü retina taraması yapan güneş gözlükleri gibi teknolojilerle Kurumun kamuoyu imajı

yüceltilmiştir. Etkili bir güvenlik teşkilatı imajı sadece filmlerle verilmemiş, aynı zamanda basın yoluyla da tahkimat yapılmıştır.

ABD'nde, Devletin istihbarat kurumları olan CIA, Pentagon, FBI dışında Isıght, Skype gibi özel istihbarat şirketleri de vardır. "Küresel Para Oyunları ve Psiko Siber Savaş" adlı kitapta şu hususlara yer verilmiştir (Kurtoğlu, 2017b, s.148-151).

> "Önemli internet ağlarının kurucuları, daha önce istihbarat birimlerinden özellikle önceden seçilmiş gençlerdir. Örneğin CIA ile yakın işbirliği yapan John Hopkins Üniversitesi her yıl zeki ve gelecek vaat eden gençler için yaz kampları tertipler. Facebook kurucusu Mark Zukerberg, Google kurucusu ve ortaklarından Sergey Brin, şarkıcı Lady Gaga bu gençlerdendir. Facebook'a ilk parasal desteği veren CIA şirketlerinde yöneticilik yapan Accel Partners'ın sahibi James Brayer'dır Zynga internet oyunları şirketi kurucusu Mark Pincus cep telefonları, bilgisayarlar ve Facebook üzerinden oyun, kumar oynatmaktadır. Servetini artırmak için kötü şeyler yaptığını itiraf eden bu şahıs, hayır işleri de yapmaktadır. Ancak bu hayır işleri için de paranın bir kısmını kendisine aldığı yönünde suçlanmaktadır."

1970'lerde İnternet'in kuruluşunda görev yapan ARPA, ARPA.NET, Pentagon tarafından DARPA (Savunma İleri Araştırmalar Proje Kurumu)'ya dönüştürülmüştür (Karaş, 2015). Pentagon için bilgi teknolojileri konusunda üst düzey projeler geliştiren bu birimin bünyesinde, yeryüzünde cereyan eden her şey hakkında bilgi toplamayı amaçlayan ofis kurulmuştur. Günümüzde internet üzerinden gözetlemeler George Orwell'in 1984 romanından çok ötesine geçmiştir. Süper casus bilgisayar (Genoa), her türlü veri tabanını tarayarak bilgi toplamakta ve analiz etmektedir. Ayrıca hedef fark etmeden biyolojik özellikleri inceleyen Bio Gözetim sistemi, görüntü taraması, konuşulanların analizi, banka hesapları, satın alınan kitaplar ve girilen sitelerin özelliklerini inceleyerek hedefin bir tehdit olup olamadığına karar vermektedir. ABD Üniversiteleri ve istihbarat kuruluşları işbirliğiyle, davranış kontrol istihbaratı ve psişik casusluk konularında araştırmalar yapılmaktadır. Psişik savaş masaları bugün önemli birçok ülkede bulunmaktadır. Algı yönetimi, yabancıların tutumlarını ve tarafsız düşünme yeteneklerini etkilemek için girişilen her türlü eylemi kapsar ve kamu diplomasisi, psikolojik operasyonlar, kamu bilgilendirme, aldatma ve gizli eylem faaliyetlerinden oluşur. Irak operasyonunda müdahaleyi haklı gösterecek yayınlar yapılmıştır (Collins, 2012, s.11).

Zihin kontrolleri kapsamında birey ve kitlenin istenilen yönde hareket etmesini sağlamak amacıyla davranış kontrol istihbaratı yapılıyor. Yönetmenler, eleştirmenler, müze yöneticileri, sanat tarihçileri toplum mühendisliğinde kullanılıyor. Örneğin New York Sanat Müzesi'nin yürütme kurulu başkanlığını yapan CIA görevlisi Thomas Braden ile Nelson Rockefeller'in himayesinde, soyut dışavurumculuk akımının propaganda aracına nasıl dönüştüğü anlaşılıyor. Village Voice'nin sinema yazarı Jim Hoberman'a göre, aksiyon filmlerini peş peşe üretmesi ve bunların teröristlere yol gösterdiği endişesiyle Holywood 11 Eylül'den kendisini sorumlu tutmuştur. Bu nedenle dev şirketlerle ilişkiye geçip gerekli senaryoları gecikmeden yazmalarını istemişlerdir. Neocon ideolojiyi benimseyen Hollywood, CIA ve Pentagon ile el ele çalışmaya başlamıştır (Kurtoğlu, 2017a, s.471).

Vietnam Savaşı filmleri "Platon" "Doğum Günü 4 Temmuz" için Pentagon'un desteğini reddeden yönetmen Oliver Stone, savaşla ilgili gerçeklerin gösterilmediğini, çoğu filmin askere alım ilanından farksız olduğunu, Pentagon'un Los Angeles'taki irtibat görevlisinin Vietnam savaşının acısının tecrübesiyle hangi filmlere destek verileceğini belirlediklerini söylemektedir (Kurtoğlu, 2017c, s.255). Örneğin "Örtülü Gerçek" filminde Amerikalı askerin Iraklı bir kıza tecavüzü, sonra onu ve ailesinin öldürülmesini yerden yere vurarak eleştirmiştir. Ebu Garip hapishanesinde yapılanlar gösterilse bu tepkiler çok daha fazla olacaktır.

Hollywood'da sadece CIA ve Pentagon değil, FBI Dışişleri Bakanlığı ve Beyaz Saray'da irtibat halinde uzman çalıştırmaktadır. Hollywood sadece seyircilere mükemmel bir görsel sunum yapmamakta, başta ABD olmak üzere birçok devletin siyasi propagandasını yapmaktadır. ABD'nin küresel hegemonyasının propagandasına son yıllardaki en etkili film "300 Spartalı"dır. Filme ateş püsküren İran, Filmin İran kültürüne hakaret için kasten yapıldığını öne sürerek kınanması amacıyla UNESCO'ya başvurmuştur.

3.10. Medya Din İlişkileri

Matbaanın Osmanlıya geç gelişinin milletler yarışında geç kalmamıza bağlandığına çok kere şahit olmuşuzdur. Oysa hattatlar başta olmak üzere bazı

mesleklerin işlevsiz kalacağı endişeleri, belki de başka nedenlerle öne çıkarılmamıştır. Bu durum sadece Osmanlı için de değildir. Nitekim başta on altıncı yüzyıldaki Papa Alexander olmak üzere benzer tepkiler Avrupa ve Amerika'da da görülmüştür. Katolik ve Protestan rahipler, Hıristiyanlık değerlerini tahrip edici etkileri nedeniyle, roman, film, sinema gibi iletişim araçlarını alkol ve tütünle aynı kategoriye koymuşlardır. Benzer şekilde, radyo ve televizyon yayınları da, dinleyici yahut izleyicilerin zihinlerini kontrol etme gücüne sahip olduğu, insan düşüncesi ve davranışlarını istenmedik şekilde etkilediği iddiasıyla gerek dini grup ve kurumlar, gerekse çeşitli toplumsal gruplar tarafından eleştirilmeye başlanmıştır (Akgül, 2008). Özellikle Amerika'da, "*Sorumlu Televizyon için Hıristiyan Liderler*" ve "*Aile Araştırmaları Konseyi*" gibi bazı sivil örgütler Hollywood ve medya endüstrisinin 'dini ve ailevi değerleri" koruma konusunda duyarsız kalmasına karşı tepki göstermektedir. Ayrıca sorun, Medved'in "*Hollywood Amerika'ya Karşı*" ve Carter'ın "*İnançsızlık Kültürü*" gibi ürünler, bilim çevrelerinin çalışmalarında ele alınmaktadır. Medyanın dini değerleri önemsizleştirdiği ve tahrip ettiği şeklinde oluşmakta olan kamuoyuna destek verdikleri görülmektedir (Işık, 2000, s.117-121). Diğer taraftan dini grup ve kurumlar da, din-dışı medya araçlarına karşı, otoritelerini korumak ve yaymak için karşı medyayı kullanmayı öğrenmişler; din ve medya arasında var olan ve aşılamayan soruna, bir de 'medya dindarlığı' gibi yeni bir tartışma alanı ilave etmişlerdir.

Amerika'da devlet radyolarının periyodik dini yayınları yanında, ilk dini radyo istasyonu 1921 yılında "Pittsburgh's Radio Station" yerel bir kilisenin kontrolünde; ikincisi ise 1944 yılında "National Religious Broadcasters" özgürlükçü Hıristiyan mezheplerine karşı kurulmuştur. Avrupa'da ise Vatikan Radyosu 1931'de, Mussolini'nin izniyle sadece kendi dini doktrinini anlatmak için yayına başlamıştır. Türkiye'de ise radyoda yapılan ilk dini yayın 1932 yılı Ramazan ayı Kadir gecesinde Ayasofya Camii'nden naklen yayınlanan mevlit programıdır. Bu yayın Ayasofya Camii'nden Dolmabahçe Sarayı'na M. Kemal Atatürk'ün emriyle yapılmıştır (Akgül, 2008). Bu özel yayın dışında, Türkiye'de radyo yayınları içinde dini program ve konulara yer veren yayınlara Türk modernleşmesinin o yıllardaki göstergeleri açısından 1950'li yıllara kadar rastlanmaz. Resmi devlet radyosunun dışında, dini yayın yapan özel radyolara ise 1993 yılının sonlarına doğru tanık olunacaktır. Yerel ve evrensel süreçlerin katkısıyla oluşan piyasa şartları ve demokratik ortam Türk modernleşmesinin din karşısındaki tavrını da

yumuşatmıştır. Değişen şartlar yeni dini grupların ve dini/popüler kültürün artışına zemin hazırlamıştır. Bu durum, devletin tekelinde ya da ticari amaçlı kurulan radyo istasyonları yanında, kendi öğretilerini korumak, geliştirmek veya yaymak için kurulan dini radyo istasyonlarının sayı ve çeşidinin çoğalmasını sağlamıştır. Bütün dünyada, dini medya kurumlarının kendi özel alanlarında olduğu kadar, ekonomi, politika ve medya yönetimi alanında da oldukça etkili bir güç konumuna ulaştıkları bilinmektedir (Rozsak, 1995, s.6).

Türkiye'de radyo-televizyonda dini yayın geleneği Batılı ülkelerden çok farklı bir tarihsel süreç ve seyir izlemiştir. Batı'da kilise veya diğer sivil kurumların müstakil istasyonlara ve yayın hakkına sahip olması radyonun tarihi ile eş zamanlı bir gelişim sürecine sahip iken, ülkemizde özel radyoların kuruluşu 1990'lı yıllara kadar pek mümkün olmamıştır. Sadece resmi yayınlar içinde 'manevi' ya da 'sözlü/kültürel' adı altında dini bilgi ve kültüre atıfta bulunan yayınlara az çok yer verilmiştir (Kocabaşoğlu, 1980, s.316).

Kitle iletişim araçlarının hızlı ve etkin yayılımı çok sayıda dinsel yönelişin medyada görünür olmasını sağlamıştır. Yeni dönemi "kutsala dönüş, büyük uyanış, dinin yeniden kuruluşu" gibi nitelendirmelerle adlandırmaktadırlar (Bell, 2006). Din-büyü ve parapsikoloji temalı filmler, mistik ve ezoterik niteliğe sahip birçok popüler konu kitle iletişim araçlarında sıkça işlenmeye başlanmıştır. Günümüzde hemen her gazete ve dergide artık, bir burç ve astroloji sayfası ile karşılaşmaktayız. Daha çok akılcı paradigmayı ve kuralcılığı eleştiren postmodern epistemoloji, özellikle küresel ilişkiler ağı ile birlikte paranormal ve parapsişik eğilimleri tırmandırmaktadır (Arslan, 2016). Böylelikle gerçek inancı da göreli hale getirmektedir.

3.10.1. Filmler

Avrupa'da başlayıp kısa sürede başta Hollywood olmak üzere tüm dünyayı etkisine alan sinema, baş döndürücü teknolojik gelişmelerin de etkisi ile günümüz insanının hayatında önemli bir yer edinmiştir. Sanat tarihinde etkili olan birçok akımın, yedinci sanat olarak kabul edilen sinemaya da yansıdığı görülmektedir. Sinema tarihinde dışavurumculuk, izlenimcilik, gerçeküstülük, gelecekçilik, yeni gerçekçilik, yeni dalga, özgür sinema belli başlı akımlar olarak sıralanabilir (Öztürk, 1993, s.228-233).

Din konulu ilk film 1898'da Georges Melies'in çektiği "Aziz Antonio'nun Baştan Çıkarılışı" isimli filmdir Aziz'i baştan çıkarmaya çalışan tablolardaki gibi şeytan değil, kadınlardır. Film Ortaçağdaki bir konuyu işlerken, o dönemin "kadının günaha sevk edici varlık olarak görülmesi" anlayışını da yirminci yüzyılın başına taşımaktadır. Hıristiyanlığı ve Hz. İsa'nın hayatını anlatan çok sayıda film yapılmıştır. 1959 tarihli ve 11 Oscarlı filmi "Ben Hur", 2004 yapımı "Tutku: İsa Mesih'in Çilesi" filmleri en önemli örneklerdendir. Hz. Musa'yı anlatan 1956 yapımı "On Emir" filmi dini filmlerin klasiklerindendir. Doğrudan Museviliği anlatan çok fazla film olmamakla birlikte 2'nci Dünya savaşı sırasında onların yaşadığı soykırımı anlatan çok sayıda film çekilmiştir. "Anne Frank'ın Hatıra Defteri"; "Schindler'in Listesi"; "Hayat Güzeldir"; "Piyanist" isimli filmler bunlardan birkaçıdır. "Amin" filmi de soykırıma bir Hıristiyan askerin gözüyle bakışı sunmaktadır. "Bağışlamak" filmi, İsrail Filistin meselesini anlatan önemli bir filmdir. "Nuh: Büyük Tufan" filmi de son dönemin önemli dini içerikli filmlerinden biridir. Sinemada İslam'ı konu edinen az sayıda filmin en önemlisi, Mustafa Akkad tarafından çekilen İslam'ın doğuşunun anlatıldığı 1977 yapımı "Mesaj/Çağrı" filmidir. Yine aynı yönetmenin 1981 yapımı "Çöl Aslanı Ömer Muhtar" filmi, bir Müslüman kahramanın mücadelesini etkileyici tarzda anlattığı için en önemli filmlerden biri olarak gösterilmektedir. Omar Al-Qattan ve Michael Schwarz'ın "Hz. Muhammed: Bir Peygamberin Mirası" belgesel filmi İslam'ı anlatan önemli filmlerden bir diğeridir. Richard Rich'in "Hazreti Muhammed: Son Peygamber" adlı filmi de Hz. Muhammed'i anlatan ilk animasyon film olarak zikredilebilir (Ünal, 2015).

Din üzerinde eleştirel bakış sunan, inancı sorgulayan filmler de oldukça fazladır. "Tanrının Sessizliği/Oda Üçlemesi" ile "Ölümün Soluğu" Tanrı inancını sorgulayan filmlerden birkaç örnektir. Umberto Eco'nun aynı adlı romanından sinemaya uyarladığı "Gülün Adı" Ortaçağ Hıristiyanlığını sorgulayan bir filmdir. "Şeytanlar, "Günahkâr Rahibeler", "Goya'nın Hayaletleri" Hıristiyanlığa eleştirel yaklaşan filmlerden bazılarıdır.

Siyonist Hristiyanlar olarak ta adlandırılan Evangelist Hristiyan inancına göre Tanrı'nın bu dünya için seçilmişleri- Yahudiler-, öbür dünya için seçilmişleri ise takdiri ilahi gereği yeniden doğmuş Hristiyanların oluşturduğu Evangelistlerdir. Eski Kudüs'te Mesih (Hz.İsa) dünya yönetimini devralıncaya kadar ABD'nin görevi yeni Kudüs olup esas misyonu yeryüzünde kurulacak Tanrı imparatorluğunu Mesih'e hazırlamak ve

sunmaktır. Evangelistler kendileri için belirlenmiş kaderi hızlandırmak için Tanrı'yı kıyamete zorlamak gerektiğine inanmaktadırlar (Hallsell, 2003, s.7-121). Bunun için de iyi ve kötünün arasındaki Armegedon savaşı gerçekleşmeli yani "apocalypse (kıyamet)" yaşanarak Mesih'in gelişi hızlandırılmalıdır. Bu Armegedon inancının en tehlikeli yanı ise bu savaşın Deccal olarak gördükleri Müslümanlar ile Yahudiler arasında olacağına inanmaları ve bu savaşta Yahudilere destek verilmesi gerektiğine inanılmasıdır (Kılıç, 2011). İçinde bulunduğumuz coğrafyanın Fas'tan Afganistan'a kadar kan gölü karmaşası içerisinde olmasının izahı Armegedon inancında aranmalıdır. Ramazan Kurtoğlu "Din ve Küresel Ekonomi Politik" adlı kitabında şu hususlara yer verilmiştir (Kurtoğlu, 2017a, s.397-415):

> "Evangelizm, Yahudilik, Hristiyanlık ve paganizm karışımı bir tarikattır. Siyaset felsefesinin esasları ise Kabala, Tevrat, İncil ve Yuhanna'nın vahiy kitabının Evangelist tefsirlerine dayandırılıyor. 11 Eylül sonrası kendisini Evangelist Hristiyan olarak tanımlayanların oranı ABD'de Protestanlar içinde %50 nin üzerine çıkmıştır. ABD'de 1970'lerden bu yana en hızlı büyüyen kilisedir İsa aşkına Tanrı'yı kıyamete zorlamak için yoğun bir kitap, film, video, DVD ve yayın bombardımanı yaşanıyor. Evangelistler, kıyametten sonra neler olacağını korkutarak Hristiyanlara göstermek, bu inançla ilgili materyalleri evlerinde saklamak, diğer Hristiyanların kehanetler konusundaki inançlarını tahkim etmek amaçlarıyla medyayı kullanıyorlar. Eski tarz filmlerin çok işe yaramadığını düşünen Billy Graham, 1952'de kurmuş olduğu World Wide Pictures şirketi ile 17 dilde seslendirmesi yapılan 100'ü aşkın ülkede dağıtımı yapılan bu inanca dayalı 125 film yapmıştır. Sinema salonlarına ilk giren Evangelist film 1965 yapımı "Huzursuzlar " adlı filmdir. "Gece Hırsızı" filmi 100 milyon kişi tarafından seyredilmiştir. 1970'lerden 1990'lara Gazeteci Adam Davidson'un ifadesiyle, Evangelistlerin kasabalardan şehirlere genişlemesi, inanç derecesi bakımından keskin ayrışma ve tanımlamalara, inançsızlara karşı üzüntüden zafer ve yargılamalarda bulunmaya ve zalimlik sınırına yaklaşacak nefrete dönüş gözlenmiştir. Evangelistler başta olmak üzere üç küresel güç merkezinin Yeni Dünya Düzeni için kıyasıya bir mücadele içinde olduğu söylenmektedir. Bunlardan birincisi, Evangelistler liderliğindeki Anglosaksonlar, silah ve teknoloji gücüne sahip Amerikan milliyetçileri, ikincisi Ezoterik ve Kabalist gizli kardeşlik örgütleri ve New Age tarikatlar üzerinden para ve medya gücü kullanan bir örgüt olan İllumunati[14], üçüncüsü tarihi ve dini otorite gücüne sahip Vatikan Opus Dei[15]'dir."

[14] Aydınlanmışlar anlamına gelen, dini inanışları ortadan kaldırma, sosyal düzeni bozma, hükümetleri ortadan kaldırma ve yeni bir dünya düzeni kurma amaçları olduğu söylenen bir örgüt (Akar, 2016).

[15] Katolikliğe sadık, laik iş ve meslek sahiplerini bir araya getirildiği örgüt (Yel, 2000).

ABD'de Ronald Kessler 2004 yılında yayınladığı "CIA Savaşta" adlı kitabında, CIA'nin medya mensuplarını, din adamlarını nasıl satın aldığını, maaşa bağladığını, onlara terörle savaş dediği aslında hukuksuz işgalleri konusunda uzlaşmacı mesajlar verdirdiğini anlatmaktadır (Kessler, 2004, s.276).

11 Eylül İkiz Kuleleri saldırısından sonra Evangelist teolojinin en önemli argümanlarından olan iyi ile kötünün son savaşı, Matrix filminde Neo ile Ajan Smith arasında metro istasyonunda gerçekleşir. Hristiyan inancındaki Maria'yı temsil eden ölmüş Neo'yu öperek yeniden dirilişe gönderme yapan Trinity'dir. Oysa bu durum Hz. İsa'nın öldüğü, dirildiği ve göğe yükseldiği tezi ile çelişmektedir. Matrix'teki dünya düşten başka bir şey değildir. Bu düşü, sanal yumruğu ile dünyayı yöneten yapay zekâ, insanları yaşadıklarına inandırdığı yapay dünya Matrix'i yaratmıştır. Matrix duyuları denetler ve algılarla video oyunundaki gibi oynar. Matrix'in egemenliğinden kurtulmuş bir grup insan yeraltında Zion denilen gizli bir şehirde yaşar. Gerçeği görebilen bu kişiler İllumunati yani aydınlanmış kimselerdir (Tecimer, 2006, s.204). Nitekim İlumunati, toplumsal, siyasi ve dini kurumları ortadan kaldırmak amacıyla Almanya ve Fransa'da kilise ve krallık karşıtı olarak kurulmuştur. Gerçekten de neoliberal yenidünya düzeninde Yahudilik ve Hristiyanlık, bir taraftan seçkinci ekonomik ve siyasi düzen oluşturmaya çalışan güç odaklarınca giderek daha fazla ezoterizm ile bağdaşık yapıya evrilmektedir. Holywood bu filmle gerçeğe ihtiyaç duymadığını gösterir ve yarattığı gerçek gibi görünen görüntülerle mitolojinin üstelendiği fonksiyonları yerine getirir.

Spielberg'in Azınlık Raporu filmi gelecekte muhtemel suç işleyeceklerin belirlenip, henüz daha suç işlemeden yargılanmalarını sağlayan bir düzeni anlatır. Gelecekte insanlar bütün mahremiyetlerini yitirir. 11 Eylül sonrası Bush'un önleyici savaş doktrini kapsamında Irak'a tespit olmadan kimyasal silah bulundurduğundan bahisle müdahale etme isteği bu filmle ilişkilendirilmiştir. Yönetmen bu benzerliğin tamamen tesadüf olduğunu söylese de, bu film, Evangelist Başkan Bush ve Neoconların dünya politikasının psikolojik operasyon ayağı olarak işlev görmüştür.

Soğuk savaşın Sovyetler ve komünizm aleyhtarı filmlerinden sonra 1990'larda Müslümanlar ve Araplar tehdit algısı içine yerleştirilmiştir. Bu amaçla çekilen "gerçek yalanlar" "kritik karar" filmleriyle Müslüman terörist Arap kötü adam tiplemesi öne çıkarılır. Derken "Arlington yolu" filmiyle Müslüman teröristler FBI merkezine bomba

yüklü araçlarla saldırırlar. Sonra Kuşatma filmi ile Müslüman Arap terörist kimliği perçinlenir. "Argo", "Zero Dark Thirty" filmleri ile "Homeland" dizisinin Altın Küre ödülü almaları "İslamafobi" tartışmalarını alevlendirir. "Ölümcül Tuzak- The Hurt Locker" filminde, Irak Savaşında Amerikan ordusunun patlamamış bomba imha timinin hikâyesi yoğun bir ABD askeri propagandasına dönüşür. "Karanlık Operasyon-Zero Dark Thirty" filminde, Usame Bin Ladin'i yakalayabilmek için işkence dâhil her türlü kötülük iyi gösterilerek, seyircinin işkence yapana empati duyması istenir. "Homeland" dizisinde Arap ve Müslüman karakterler milletlerarası terör ağıyla birlikte anılmaktadır. Vietnam savaşı döneminde savaş suçları kapsamında görülen şeyler, bir kahramanlık marifeti olarak sunulmaktadır.

Milli güvenliğin sağlanması için strateji, siyaset ve din "Abyss", "Armegedon" ve diğer birçok film gibi "Kurtuluş" filminde de, yeryüzünün geleceğini etkileyecek son savaş öncesi Amerikan Başkanı'nın etkileyici konuşması ile inanca yeniden kavuşan insanlar ve Devletin önde gidenlerinin katıldığı bir dua halkası oluşturulur. Böylece Amerikan toplumu savaşa hazırlık kapsamında inancını ve ilahi ittifakını yeniler. Savaş devleti kavramını Amerikan toplumuna bilinçaltı tekniklerle yerleştiren filmlerden biri de "Ateş Krallığı"dır. Film, Evangelizmin kutsal devleti, iyi ile kötünün savaş mesajı ile doludur. Seyirci, kendini maneviyatın içinde bulur. Filmi izleyenler, dağıtılan ve satılan stratejik tehdit görüntülerini iyi ve kötü kavramlarıyla birbirine bağlar. Amerikan devlet ajanlarının kahramanlaştırılması, kutsal devlet algısını Hollywood'a bağımlı hale getirir.

BÖLÜM 4. DEAŞ ÖRNEĞİNDE MEDYANIN HABER ÜRETİMİNDE SÖYLEM ANALİZİ UYGULAMASI

4.1. Kavramsal Açıdan Söylem Analizi Tekniği

Söylem kelimesi 1970'lerden bu yana akademik çevrelerde kullanılmaya başlanmıştır. Bunun büyük ölçüde Foucault'un, çağdaşlarından farklı olarak ideoloji yerine bu kelimeyi tercih etmesinden kaynaklandığı söylenir. Günlük yaşamın tüm pratiklerinde söylem ideolojik etkiler taşır. İdeolojiler dil kullanım yoluyla edinilmekte, taşınmakta, söylemler yoluyla ifade edilmekte ve toplumda yeniden üretilmektedir (Van Dijk, 2003, s.18). Medyanın eğlence programlarından haber programlarına kadar toplumsal kültürle ilgili tüm söylem biçimleri ideolojiyle ilgilidir ve egemen ideolojinin kuşatması altındadır. İdeolojiler mesaj üretmek için kullanılan gösterge kurallardır. Onu okumak, mesajların görünmeyen yüzünü okumaktır. Söylem mesajın söylediği, ideoloji ise söylenebilecek olanı belirleyen kodlamadır. Kodlama, düz anlam ve karşıt grupların mesaja yüklediği anlamdan oluşur. İdeoloji mesajın belli bir yönde kodlanmasını sağlar (Üşür, 1997, s.89). Kod ile anlatılmak istenen, bir toplum ve kültür içinde öğrenilen, toplum tarafından kabul edilmiş kuralları açıklayan, düzenlenmiş işaretlerden oluşan karmaşık sistemdir. Kodlar, kullanıcılar arasında fikir birliği sağlayarak anlamı oluştururlar. Sistemi bilen bir kişi göstergeler havuzundan uygun seçimler yaparak ve bu seçimleri uygun formlarda birleştirerek düşüncelerini kelimelerle kodlar ve bunu aynı dile sahip başka bir kişiye iletir. Kodun iletildiği kişi ise bunu deşifre ederek özgün anlama ulaşır.

Niteliksel veri çözümleme yöntemlerinden biri olan göstergebilim; bir metnin ya da görüntünün belirgin, bariz olan anlamından öte, metnin altında yatan anlamın bulunması ve anlaşılmasını istemektedir. Anlamların ne olduğundan çok, nasıl yaratıldığı ile ilgilenmekte ve anlamların eklemleniş biçimi ile anlam üretim süreçlerini ortaya çıkarmayı amaçlamaktadır. Göstergebilim, yaşanmış, hissedilmiş ve etkilenilmiş ifadelerin altında yatan dolaysız anlamlandırmaları açıklar. Göstergebilime dayalı

çözümleme, gerçekte sistemleşmiş bir ideolojik sürecin bir parçası olan, tarafsız ve doğal olarak görülen kültürel pratiklerin içindeki işaret sistemleridir (Geray'dan Aktaran Durmaz, 2015, s.101).

Göstergebilim üzerine gerçekleştirilen çalışmalarda kullanılan tekniklerden bir tanesi de söylem analizidir. Kelime ya da cümlelerin hangi anlamda kullanıldığına yönelik tespit, söylem analizi ile gerçekleştirilmektedir (Geray, 2014, s.135-136). Söylem analizi dili, kelimelerin ve dilsel özelliklerin ötesinde ele alan, dikkatleri dilin kullanım şekline, kullanım amacına ve dilin kullanıldığı sosyal bağlama çeken bir yaklaşımdır. Benzer konularda derlenmiş araştırma materyallerine yönelik tümdengelim ya da tümevarım yapabilmek üzere geliştirilmiş çok amaçlı bir araştırma tekniği olarak karşımıza çıkmaktadır. Analiz, sosyal bilimler kapsamında yürütülen araştırmalar için arşiv, doküman, kitle iletişim aracı gibi kaynaklardan elde edilen ham bilgilerin incelenmesi ve elde edilen bilgilere bir anlam kazandırılması noktasında sistematik bir metodoloji sunmaktadır. Bu araştırma tekniğiyle birlikte, çok sayıdaki metnin içeriğinin ortak yönlerinin saptanması amaçlanmaktadır. Tekniğin kitle iletişim araçları nazarındaki önemi, teknikle birlikte haberleşme mesajının nitelik ve nicelik yönünden ayrı ayrı çözümlenebilmesinin sağlanması ve böylece mesajın özelliğine yönelik daha kapsamlı analizler gerçekleştirilebilmesidir (Böke, 2014, s.344-345). Söylem, dilbilimsel ve dilsel olmayan etkinliklerin, özelliklerin bir arada oluşturduğu anlamlandırma ve sınıflandırma dizgesi olarak da açıklanmaktadır. Söylem ile birlikte kullanılan tüm öğeler düz anlamları, yan anlamları ve farklı anlamlarıyla karmaşık bir yapı oluşturmaktadır. Söylem analizi ise yazılmış durumda olan söylemin, karmaşık yapısı içerisinde dilbilgisi özellikleri dikkate alınarak, niteliksel olarak ve kuramsal biçimlemelerle çözümlenmesi olarak nitelendirilmektedir (Aziz, 2008, s.137). Söylem üzerinden yapılan çözümlemeyle, iletilen mesajların altında yatan örtük anlamın ne olduğunun ortaya çıkarılması amaçlanmaktadır. Söylem analizi ile art arda gelen kelime ve cümleler, anlambilim açısından bir yorumlamaya tabi tutulmaktadır. Söylem içerisindeki bütünlük gereği kullanılan kelimelerin, kavramların ya da cümlelerin anlamı ya da yaptığı göndermeler önceki cümlelere bağlı olmaktadır. Söz konusu bağlantı ile mesajların iletim süreci ve toplum üzerindeki etkisi incelenmektedir (Aziz, 2008, s.137-139).

Söylem analizi tekniği, nitel ve nicel olmak üzere iki ana kümeye ayrılmaktadır. Her iki teknikte de, araştırmacı önce problemi belirlemekte ve araştırma sorularını açık

bir şekilde ortaya koymaktadır. Nitel söylem analizinde, metin ya da görsel unsurlar belli kategorilerle analiz edilir (Böke, 2014, s.310). Nitel söylem analizi tekniği ile ulaşılmak istenen amaçlar; iletişimin içeriğindeki eğilimleri tanımlamak, kaynakların bilinen özelliklerini ürettikleri mesajlarla ilişkilendirmek, stili analiz etmek, dinleyicinin bilinen özelliklerini onlar için üretilen mesajlarla ilişkilendirmek, iletişim kalıplarını belirlemek olarak sıralanmaktadır. İncelenen materyal ve çalışılan konunun niteliğine göre farklı söylem analizi teknikleri kullanılabilmektedir. Beş ana başlıkta toplanan bu teknikler; frekans analizi, kategorik analiz, değerlendirici analiz, olumsallık ya da ilişki analizi ve diğer analiz tekniklerdir. Bu çalışma, değerlendirici söylem analizi tekniği çerçevesinde yürütülecektir. Söz konusu teknikte, incelenen materyal içerisindeki farklı tutumların değerlendirilmesi amaçlanmaktadır. İncelenen mesajlarda çalışma konusuna ilişkin sözler analiz edilerek, mesaj kaynağının tutumu belirlenmeye çalışılmaktadır. Mesajın gücü, cümle kalıplarında yer alan olağanüstü, inanılmaz, çok sık, çok fazla, hiç, gibi kelimeler kullanılarak belirlenir (Böke, 2014, s.357).

Haber söylemi üzerine çalışan önemli isimlerden biri olan Teun A. Van Dijk, okuyucunun haberi anlama, inanç oluşturma gibi süreçlerin haber metninin yapısal oluşumuna bağlı olduğunu ve bu süreçlerin haber üretimini gerçekleştirenler tarafından belirlendiğini söylemiştir. Bu açıdan söylem analizi üzerine çalışmalarını yürüten düşünür; güç, erişim, etki, anlama, model, bilgi, tutum ve ideoloji kavramlarını sıkça vurgulamıştır (Van Dijk, 2003, s.111-112). Geliştirdiği söylem analizi tekniğinde, Avrupa'da yayımlanan haberler üzerinden üretilen ırkçılık ve etnik ön yargının incelenmesi üzerine çalışmıştır. Bu kapsamda haber metinlerini; haber metni ve analizi, metin anlamı, yerel ve küresel bütünlük, üstyapılar, üslup ve retorik, sosyokültürel bağlamları inceleyerek tespit etmeye çalışmıştır. Çalışmasını yürütürken uyguladığı söylem analizi ilkelerini; metin ve bağlam, gramer, söz edimi, mikrodan makro yapılara, üslup ve retorik olarak sıralamıştır. Metin ve bağlam boyutunda söylem, temsil ya da sosyokültürel unsurlar arasında ilişki kurulabilmesini sağlamaktadır. Gramerde metinlerin ele alınış biçimleri incelenirken, söz ediminde ifadelerin biçimleri ve anlamlarından öte, ne şekilde toplumsal eyleme dönüşecekleri üzerinde durulur. Bu noktada, basit ve karmaşık cümlelerin kullanımı, cümlelerin uzun ya da kısa yapıları, kelimelerin seçimi, metin semantiğinin çözümlemesinde önemlidir. Metin semantiğinde, metin önermelerinin zaman, durum, sebep ve sonuç gibi ilişkilerle birbirine bağlı olaylara

atıfta bulunmasına dikkat edilir. Kelimeler, cümleler ve diğer metinsel ifadeler arka plan bilgisine dayanılarak çıkarımda bulunulabilecek içerikleri ve iddiaları ima yoluyla ortaya koyabilir. Bu anlamda ima, en güçlü semantik kavramlardan biri sayılır. Metinde varsayımlar, gereklilikler ve çağrışımlar şeklinde ima türleri kullanılabilir (Van Dijk 1988'den aktaran Ongun, 2014). Mikro analiz kapsamında kelime seçimi, cümle yapıları, cümleler arası ilişkiler incelenirken; makro analizde ana başlık, spot başlıklar, haber girişleri ile haberin şematik ve tematik yapısı incelenir. Seçilen üslubun incelenmesi ile haberi üretenin konuya yaklaşım biçimi değerlendirilir. Retorik ilkesi ile de, haber kapsamında kullanılan tekrar etme, karşılaştırma, kanıt sunma, örnekleme, ironi yapma, kafiye ve ritim oluşturma gibi okuyucunun ikna edilebilmesi amacıyla kullanılan diğer unsurlar değerlendirilir. Haberin tarafsızlığını eleştiren Dijk'in söylem analizi tekniği, haber metinlerini toplumsal yapıyla ilişkilendirerek açıklamaktadır. Söylem kuramına dayanan teknik, metni anlama ve üretim düzeyi faktörleri üzerinden analiz edilir. Bu açıdan haberleri yalnızca metinsel ya da yapısal açıdan incelemeyen Dijk, anlam ve üretim düzeylerine ilişkin de açıklama getirmiştir. "Haber metinleri oluşturulduğu bağlam içerisinde anlaşılabilir" görüşünü savunan Dijk, haber metinlerinin kendine özgü söylemi olduğu ve haberin söyleminin kaynak kişi ve kuruluşların söyleminden ayrı düşünülemeyeceği üzerinde önemle durmuştur (Mora, 2015).

Van Dijk'a göre söylem, iletişim etkinliği veya iletişimsel eylem bağlamında yakalanabilecek dilbilimsel şekil, anlam ve eylemden oluşan karmaşık bir birimdir. Bir toplantı, mahkeme ya da her türlü diyalog ortamında konuşmacı ve dinleyicinin bireysel sosyal özellikleri ve bulunduğu sosyal durum iletişim eylemini etkileyecektir. Benzer bir durum haber söylemlerinde de geçerlidir. Haber raporlarının anlaşılması, onların bilişsel ve sosyal süreçlerinin, gazetecilerin atfettikleri anlamların ve okurların yorum süreçlerinin analizleriyle olur (Ongun, 2014).

Medyada hangi haberin yer aldığı, hangilerinin göz ardı edildiği ya da görünmediği bir tür söylem oluşturduğundan, kimin konuştuğu, ne söylediği ve söylenenlerin ne anlama geldiği medya söylemlerini analiz etmek bakımından önemlidir. Medya söylemindeki anlamın sıklıkla örtük açıklama çerçeveleri ve yorumun temel kuralları içine yerleştirilmektedir. Bu nedenle söylemin basitçe okunmasından daha çok keşfedilmesi gerekir (Cangöz, 2003, s.39).

Söylem analizi, yorumlama tekniği üzerine kurulu olduğundan öznel özellikler taşımaktadır. Ancak, bu öznellik yöntemin doğasından kaynaklanmakta ve güvenilirliği kanıtlanmaya pek elverişli değildir. Bunun temel gerekçesi; kod açımlama, yorumlama ve değerlendirme süreçlerinin, yorumlama faaliyeti üzerinden inşa edilmesidir. Benzer analizlerin farklı kişilerce tekrarlanması sonucu elde edilen veri yığınlarının karşılaştırılmasıyla güvenilirliğin artırılması sağlanabilmektedir. Ancak bu da makro düzeyde çıkarımlara ulaşabilmek için araştırmaların tekrarlanması ihtiyacını doğurmaktadır (Aziz, 2008, s.141-142).

Tüm bu açıklamalar ışığında, kitle iletişim araçlarının gerçekleştirdiği haber sunumlarının, hem basın özgürlüğü tartışmaları, hem de toplumun doğru haber alma hakkı çerçevesinde uygulamalı bir analiz ile değerlendirilmesine ihtiyaç olduğu düşünülmektedir. Bu nedenle çalışma kapsamında, medyanın siyasal iletişim yöntemlerini kullanarak, yakın bulundukları siyasal aktörler lehine toplumsal zihin oluşturma misyonu yüklenip yüklenmediklerinin tespit edilmesi amaçlanmaktadır. Çalışmanın çıkış noktası ise kitle iletişim araçlarının toplumun tutum ve düşüncelerini kendi sahip oldukları ideolojiler doğrultusunda yönlendirebilmek adına, haberleri objektiflikten uzak bir habercilik anlayışıyla sundukları varsayımıdır. Bu kapsamda, DEAŞ Terör Örgütü ile ilgili örnek olaylar seçilerek, ilgili olayların Medyada yer alan haberlerin sunuluş biçimleri söylem analizi tekniği ile değerlendirilecektir.

Bu çalışma; toplumun maruz kaldığı propaganda ve siyasal iletişim öğelerinin tespit edilmesi, toplum içerisindeki sosyal etki sürecinin incelenmesi, kamuoyunun kitle iletişim araçlarınca hangi doğrultuda yönlendirilmek istendiğinin tespit edilmesi problematiğinden yola çıkılarak, ilgili medya haberlerinin incelenmesi suretiyle sosyopolitik bir tespit yapılması amacıyla gerçekleştirilmektedir.

4.2. DEAŞ Örgütünün Oluşum Süreci

DEAŞ (İşid) örgütünün Ortadoğu'da etkin bir aktör olma süreci, 11 Eylül, Irak'ın işgali ve Arap Ayaklanmaları sonrası bölge ülkelerinde yaşanan güç boşlukları ile başlamaktadır. Önce Irak, sonra Suriye'de zemin kazanan DEAŞ, günümüzde Libya ve Yemen'de de hâkimiyet alanını artırmaktadır.

Ortadoğu'da Birinci Dünya Savaşı sonrası oluşan devletlerde iktidar olanlar, güçlerini tüm sınırlar içinde egemen kılamamışlardır. Bu bölgedeki merkezi otoriteler, iktidarlarını, güç-iktidar-sınırlar arasındaki orantısızlık nedeniyle öncelikle o sınır içindeki halka karşı koruma güdüsüyle siyaset üretmişlerdir. Ortadoğu'da modern devletler, belli bir azınlık grubun çıkarlarını koruma güdüsüyle hareket ettiğinden meşruiyet ve güven problemi hissetmişler ve bu nedenle kişiye veya bir gruba dayalı örgütlenmişlerdir. Irak'ta Tikrit aşiretlerinin, Suriye'de Nusayrilerin devletin güvenlik kurumlarında daha çok yer almaları bu duruma bir örnektir. Buradaki liderler kendi şahsi çıkarlarını hukuki ve ideolojik araçlardan ziyade bürokraside uyguladıkları bireysel patronaj ilişkileri sayesinde sağlamaktadır (Kimchoeun, 2007, s.43). Bu tür devletlerde iktidarlar, vatandaşlarının bir kesimini kendine karşı tehdit olarak görmüş ve onlara karşı baskıcı bir yol izlediğinden belli kesimler "ötekileştirilmiş"tir. Bu durum devlet dışı legal veya illegal aktörlerin etki alanlarını artırmış, terör örgütleri için zemin oluşturmuştur. Ülke içinde refahın dağılımdaki adaletsizlik, sınırların korunamaması, demokratik yapıya dair sorunlar, yolsuzluk ve yoksulluğa önleyecek hukuk düzeninin olmayışı ve şiddetin yol açtığı travmalar zayıf devletlerin özellikleridir. Bu tür devletlerde hegemonik güçler ve terör örgütleri daha rahat siyasal alan bulabilmektedir (Graff'tan Aktaran Göksun ve Salihi, 2018, s.15).

11 Eylül 2001'de Dünya Ticaret Merkezi ve Pentagon'a düzenlenen saldırıları İslami referanslar ile eylemlerini meşrulaştırmaya çalışan ve Ortadoğu kökenli üyelerden oluşan El-Kaide örgütü üstlenmiştir. Saldırıların ardından ABD Soğuk Savaş döneminden beri devam eden politikasını değiştirerek, "Bush Doktrini" olarak adlandırılan yeni Ulusal Savunma Stratejisini açıklamıştır (Brigham, 2008). Bu Doktrin, nükleer silahlar üreten ve teröre destek veren devletlere karşı "önleyici darbe" anlayışını içeriyordu. Bu bağlamda Taliban ve Saddam Hüseyin rejimleri gibi otoriter yapılara karşı mücadele etmek ABD'nin Ulusal Savunma Stratejisi'nin hedefi haline gelmiştir. Oysa Taliban'ı Sovyetler Birliği'ne karşı, Saddam Rejimini de İran'a karşı desteklemişti. ABD ve koalisyon güçleri kitle imha silahlarına sahip olduğunu iddia ederek 2003 yılının Mart ayında Irak'ı işgal etmiştir. İşgal sonrası Irak sınır bölgelerinin kontrolü sağlanamadığından, başka ülkelerden gelen silahlı gruplar ile Irak ile ilgili gizli gündemi olan devletler ülkede kaos ve şiddetin artmasına neden olmuştur (Göksun ve Salihi, 2018, s.15).

ABD işgaline karşı Irak'ın batı bölgelerinde El Kaide direniş zemini bulmuş, bu direnişin öncülüğünü ise Musab Zerkavi yürütmüştür (Acun, 2014). Usame bin Ladin'in 1996 yılında ABD'yi Moğollara benzetmesi sonrası Zerkavi, işgale karşı tüm Müslümanları cihada çağırmıştır. Zerkavi'yi El-Kaide'den ayıran Şia karşıtlığıydı. ABD, Irak işgali sonrası Kürtler ve Şiiler ile daha yakın ilişki kurmuş ve yeni devlette iki grubun önderlerine daha çok söz hakkı verdiğinden, El-Kaide'nin direniş çağrısı kendilerini mağdur olarak gören Sünni bölgelerde karşılık bulmuştur. Zerkavi Şiileri işgalcilerle birlikte hareket eden hainler olarak görmüş, Şii-Sünni çatışması başlatarak Sünniler arasında dayanışma duygusunu artırmayı amaçlamıştır (Gerges, 2016).Irak'ta 2003'te başlayan şiddet olayları, Şiiler için önemli bir sembol olan el-Askeri Camii'ne 2006'da yapılan bombalı saldırı ile iç savaş doruk noktasına ulaşmıştır. Irak El-Kaide'sini güçlendiren bir diğer olay da ABD'nin uyguladığı "suçsuzluğu ispatlanana dek tüm Sünniler suçludur" yaklaşımını sembolize eden Baassızlaştırma[16] sürecinin benimsetilmesiyle, devlet ile Sünni kesim arasındaki güven bağı zedelenmiştir. Bu süreçte güvenlik birimlerinde görev yapan Sünni polis ve askerler terhis edilmiştir (Görgün ve Salihi, 2018, s.16). Terhis edilen güvenlik güçleri daha sonra Sünni direniş örgütlerine katılmıştır. 2006 yılında artan çatışmaların ardından ABD'nin Irak politikasında değişimler görülmüştür. Güvenlik önlemlerini artırmak, Sünnileri siyasi sürece dâhil etmek ve özellikle batıda yer alan aşiretleri El-Kaide'ye karşı örgütlemek, Irak El-Kaidesi'nin bölgedeki zeminini zayıflatmıştır. İç savaşın ardından Zerkavi öldürülmüştür. El-Kaide'nin varlığından rahatsız olan Iraklı aşiretleri ABD ve Irak yönetimi örgütlemiştir. Koalisyon güçleriyle birlikte hareket eden bu aşiretlerle olan işbirliği, hem El-Kaide'nin bölgedeki etkinliğini azaltmış, hem de daha önce siyasi seçimleri boykot eden ve sistem dışı kalan Sünni grupları tekrar sistem içine almayı sağlamıştır.

Dönemin Irak Başbakanı Nuri Maliki'nin otoriter ve mezhepçi eğilimleri ortaya çıkana kadar El-Kaide'nin zemin bulduğu toplumsal yapı ortadan kalkmıştı. Nuceyfi ve Tarık Haşimi önderliğindeki Sünniler ciddi bir muhalefet gösterince 15 Aralık 2011'de Maliki, iki siyasetçiyi terör olaylarına destek verdikleri ve kendi aleyhinde bir darbe girişimde bulunacakları iddiasıyla tutuklatıp yargılatmak istemişti (Dodge, 2012, s.167).

[16] Baasçılık Ortadoğu'da uzun yıllar yönetim karakteri oluşturmuş bir Arap milliyetçiliği ideolojisidir.

Öte yandan sözü edilen aşiretlerden oluşan güce olan Hükümet desteği geri çekilmişti. Ortadoğu'da Arap Ayaklanmaları başlamış ve bunun etkileri Irak'ta da görülmüştü. Özellikle 2011 yılında ülkenin pek çok bölgesinde hükümetin yolsuzluklarını protesto etmek amacıyla yapılan gösteriler, terör örgütlerinin Irak'ta yeniden zemin kazanmasını sağladı. Bu noktada Maliki'nin mezhepçi bir zihniyet ile yeniden Baassızlaştırma politikaları izlemesi, Baas'ın eski mensupları ile Ebubekir El Bağdadi'nin birlikte hareket etmesine sebep olmuştur. Irak'ın ardından Suriye'de de kaosun ortaya çıkışıyla birlikte Bağdadi El Kaide'den ayrılarak gücünü buraya da taşımış, bu savaşçılar Suriye'de Nusra Cephesi adı altında örgütlenmiştir. 2013 yılında ise Nusra ile Irak İslam Devleti arasında yetki sorunları yaşanmış ve Nusra'nın bölgedeki lideri Ebu Muhammed Culani El-Kaide'ye bağlılık bildirerek Bağdadi'den bağımsız hareket etmiştir. Bunun üzerine Bağdadi ise Nisan 2013'te DEAŞ'ı ilan etmiştir. Örgüt, Irak'ta Musul'u kontrol altına aldıktan sonra da adını İslam Devleti olarak değiştirmiştir (Görgün ve Salihi, 2018). Örgüt günümüzde Irak, Suriye, Yemen ve Libya'daki güç boşluklarından faydalanarak hâkimiyet alanları oluşturmakta ve varlığını sürdürmektedir.

4.3. DEAŞ'in Medya Yapılanması

Gelişen teknoloji ve ortaya çıkan yeni iletişim araçları, terör örgütlerine mesajlarını daha hızlı, kolay ve anonim şekilde yayılabilme imkânı vermektedir. Bu bağlamda DEAŞ hem kendi medya kanalları yoluyla, hem de uluslararası medya ve kamuoyunun gündemini belirleyen eylemleri vasıtasıyla dünya çapında bir izleyici kitlesine ulaşmaktadır. İncelikle tasarlanmış sembolik mesajlar içeren medyatik ürünlerin dolaşıma sokulmasıyla DEAŞ uluslararası kamuoyunun gündemine üst sıralardan girmektedir. Haftalık bültenleri, farklı dillerde yayımlanan dergileri, haber ajansı, radyosu, video prodüksiyonları ve sosyal medya kanalları ile DEAŞ silahlı bir örgüt olmanın yanı sıra, devasa bir medya kuruluşu profili çizmektedir. Örgüt farklı medya araçlarını eş zamanlı kullanarak eylem ve mesajını dünyanın herhangi bir noktasındaki hedef kitleye ulaştırmaktadır.

DEAŞ tarafından dolaşıma sokulan medya ürünleri, örgütün kurumsal yapısı içerisinde, içeriğin üretilmesi, denetlenmesi ve yayımlanmasından sorumlu "Medya Divanı" isimli yönetim kademesi tarafından yürütülmektedir. Medya Divanı bünyesinde

her biri farklı tür ve içerikte yayınlar üreten farklı organizasyonlar yer almaktadır. Bunlar arasında en bilineni, örgütün propaganda faaliyetlerini yürüten ve dünya ölçeğinde eleman temin etmesini hedefleyen yayınlar yapan, düzenli olarak beş farklı dergi çıkaran El-Hayat Medya Merkezi'dir. Dabiq dergisi İngilizce, Dar Al-Islam dergisi Fransızca, Al-Manba' dergisi Rusça, Konstantiniyye dergisi Türkçe ve Rumiyah dergisi eş zamanlı olarak İngilizce, Fransızca, Almanca, Rusça, Türkçe, Endonezce, Boşnakça, Uygurca, Kürtçe ve Peştunca yayımlanmaktadır (Gertz, 2014). Konstantiniyye ve Dabiq dergileri bölgedeki gelişmeler neticesinde itibar kaybedince Rumiyah dergisi çok dilli bir yayın olarak diğerlerinin yerini almıştır. Medya Divanı bünyesindeki diğer bir yapı olan Ajnad Medya ise "neşid" adı verilen savaşçılara motivasyon sağlayan marşlar yayımlamaktadır (Göksun ve Salihi, 2018). El-Furkan Medya ise Medya Divanı bünyesindeki diğer bir yapılanmadır. El-Hayat Medya gibi propaganda videoları hazırlayan birim, diğerlerinden farklı olarak örgütün arşiv niteliğindeki eski yıllara ait videolarının da hazırlayıcısıdır. Sahadaki en güncel gelişmeler, resmi haber ajansı işlevi gören, görsellik ve estetik kaygısı daha az olan, hızlıca haberi ileten El-Amak tarafından paylaşılmaktadır. El-Beyan ise DEAŞ'ın Suriye ve Irak'ta vilayetlere göre FM frekanslarıyla yayın yapan radyosudur.(Göksun ve Salihi, 2018). DEAŞ'ın Türkçe içerik de üreten diğer bir medya kolu olan El-Himme Yayınevi davet bildirileri, kitap ve broşürler yayımlamaktadır.

DEAŞ'ın gerçekleştirdiği birçok eylemi ve örgüt liderlerinin konuşmaları, örgütün ideolojisi, dünya görüşü ve dini yorumu, örgütün kontrolü altındaki bölgelerde günlük yaşam, örgütün eylemleri ve infaz görüntüleri için örgütün belli hedef kitlelere yönelik tehdit ya da davet ihtiva eden videolar üretilmiştir. Videolar ile tıpkı diğer yazılı yayınlarında olduğu gibi Örgüt ideolojisinin kitlelere aktarma gayesi güdülmektedir. Bunu bazen tarih içerikli, bazen de dinin faziletlerini anlatma adı altında çektiği videolar ile gerçekleştirmektedir.

Tüm bu medya kuruluşları ve işlevleri göz önünde bulundurulduğunda DEAŞ'ın medya stratejisine ne kadar önem verdiği açıkça görülmektedir. Bu yapılanmaların dışında Örgüt, sosyal medya araçlarını da etkin biçimde kullanmaktadır. Bu araçlar diğer devletlerin sansür ve denetim mekanizmalarını aşabilme kabiliyetleri sayesinde, Örgüt tarafından üretilen farklı form ve içerikteki medyatik ürünlerin küresel çapta dolaşıma sokulmasına imkân sağlamaktadır.

4.3.1. En Nebe Dergisi

Basın ve bilim alanı da dâhil cihadın her alanda yapılması gerektiğini düşünen DEAŞ, bilgisayar ve CD aracılığıyla kitleleri bilgilendirmek için belirli bölgelerde basın noktaları oluşturmuştur. Kamuoyunu bilgilendirme araçlarından biri olan haftalık yayın yapan En-Nebe dergisinde, kısa haberlerle okuyucular günlük gelişmeler hakkında bilgilendirilmektedir. En-Nebe dergisinde, örgütün söylemi çerçevesinde kaleme alınan güncel metinlere yer verilmektedir. Derginin içeriği daha çok DEAŞ'ın gerçekleştirdiği saldırılar hakkında verilen bilgilerden oluşmaktadır (Göksun ve Salihi, 2018). Bunun dışında her sayıda sözde dini bilgiler içeren makaleler, haberler, araştırmalar ve DEAŞ üyeleri ile yapılan mülakatlar yer almaktadır. Dergideki yazı dizilerinde, olaylar kendi anlayışlarına göre yorumlanmakta ve Müslümanların günümüzdeki inanışları eleştirilmektedir. Bununla birlikte gerçekleştirilen saldırılarla ilgili bilgiler verilirken, "düşman" öznesi oldukça belirgindir. Dergide yayınlanan haberlerin dilinde "ılımlı Müslüman" gibi sınıflandırmaların olmadığı görülmektedir. Örgütün kontrol altında bulundurdukları toprakların dışında yaşamını sürdüren herkes düşman ve kâfir olarak nitelendirildiğinden, bunların dışındaki her yer ve herkes ile savaş halindedirler. Bazı hadisleri kendi görüşü doğrultusunda yorumlayan örgüt, yayınladığı haberlerle Müslümanları kontrol ettiği topraklara hicret etmeye ve burada sözde İslam'ı yaşayabilmek için cihada çağırmaktadır. Canlı bombaları ele alan En-Nebe haberlerinde, terör saldırısı sonucu ölen sivillere karşı sivil-asker veya çocuk-kadın ayrımı yapılmamakta, "hilafet toprakları" dışında yaşayan ve "hicret" etmeyi düşünmeyen herkesin müşrik ve düşman olarak algılandığı görülmektedir. Sivillere yönelik canlı bomba eylemleri de cihat operasyonu olarak adlandırılmaktadır. DEAŞ'a göre, hâkimiyeti dışındaki ülkeler "tağutlar"[17] tarafından yönetildiği ve bu ülkelerde yaşayanlar İslam'a uygun yaşamadığı için buralara saldırı meşrudur.

4.3.2. Konstantiniye Dergisi

DEAŞ'ın propaganda faaliyetlerinin Türkçe ayağını oluşturan El-Hayat Medya çatısı altında "Türk masası" tarafından toplam yedi sayı olarak yayımlanmıştır. 1453 ve 1517 tarihlerine atıf yapmadan fethi yeniden yorumlamak, tarihi yeniden yazmak ve

[17] İnsanları azdıran Allah yolundan çeviren her şey, www.dinimizislam.com

Türkiye'ye yönelik tehditlerine kutsallık atfetmek amacıyla Derginin adını Konstantiniye olarak belirlemiştir (Göksun ve Salihi, 2018). Nitekim Türkiye'ye yönelik Suruç, Ankara Garı, Sultanahmet, Beyoğlu ve Atatürk Havalimanı saldırıları ile Derginin yayını aynı dönemlere gelmiştir. Derginin yayımlandığı sürede çok sayıda terör eylemi gerçekleştirmesine rağmen Örgüt Türkiye'deki eylemlerinin çoğunu üstlenmemiştir. Bu sayede, hem Türkiye içerisinde hedef olarak belirlediği kimliklere saldırı düzenleyerek kendi takipçilerine mesaj vermiş, hem de Türkiye' deki siyasi ayrılıkları kullanıp saldırıları resmi olarak üstlenmeyerek Türk hükümetine siyasi açıdan daha büyük zararlar verebilmeyi hedeflemiştir. Bu şekilde saldırıların etkisiyle siyasi keskinlikleri arttırmayı düşünen Örgüt, dışarda ise Paris (Konstantiniye, 2015/4, s.59) ve Brüksel (Konstantiniye, 2015/7, s.50) saldırılarını bu dergideki açıklamayla üstlenerek Türk kamuoyunu etkilemeye çalışmıştır. Bu dergi vasıtasıyla gerçekleştirilen propaganda sadece Türkiye ile sınırlı değildir (Orsam, 2016). Batı ülkelerinde Türkçe konuşan özellikle Avrupa'da Örgüt adına eylem yapacak kişilere ulaşmak amaçlanmaktadır.

Dergideki yazılarda, okuyucunun sıkılmadan içeriği tüketebilmesi için hedef kitlenin alışık olduğu biçimsel kodlar kullanılmıştır (Konstantiniye, 2015/1, s.3). Metinler içerisine spotlar yerleştirilerek bazı ifadeler öne çıkarılmış, görsel kullanıma da özellikle dikkat edilmiştir. Kullanıcı odaklı yaklaşımı, adeta reyting kaygısı gibi izleyiciyi kendinde tutma amacı taşımaktadır. Bu nedenle küreselleşmenin ve popüler kültürün en önemli imgelerinden "Top 10" video listeleri gibi biçimsel kodlara başvurmuştur. Bu liste yine popüler kültür kodlarından aşina olduğumuz eğlenceli bir tasarımla sunulmuştur. Her sayfanın altında Twitter'da kullanılmak üzere örgütün etiketi hatırlatılmakta ve bu sayede okuyucu deneyimi sosyal medya üzerinden etkileşim yoluyla zenginleştirilmektedir. Türk Silahlı Kuvvetleri'nin (TSK) 2016 tarihinde başlattığı Fırat Kalkanı Harekâtı ile Dabıq köyü DEAŞ'tan tamamen temizlenmiş ve dergilerde inşa edilen mitler yıkılmıştır. Bunun üzerine Konstantiniye dergisinin yayınlarına son verilmiş, İngilizce yayımlanan Dabig dergisi ismini Rumiyah olarak değiştirmiştir.

Dergide yayımlanan yazıların büyük bölümü dini içerikli gibi gözükse de örgüt ideolojisinin tanımlanması, kimlik inşası, düşman ve tehditlerin tespit edilmesi gibi amaçlar taşımaktadır. Aynı zamanda DEAŞ, dünya genelinde gerçekleştirdiği tüm eylemlere kutsallık atfederek aklı devre dışı bırakmakta ve okuyucuyu irrasyonel davranmaya davet etmektedir. Dergideki yazılarda inşa edilen çarpıtılmış gerçeklik

okuyucuya yeni bir dünya resmi çizmektedir. Yazıların içeriğinde örgütün öncelikli amacının eylemlerine meşruiyet kazandıracak yasaların izah edilmesi olduğu görülmektedir. Örneğin uluslararası kamuoyu tarafından tepki gören tarihi eserlerin tahrip edilmesi gibi uygulamalar "putların yıkılması" başlığı altında kutsallaştırılmaktadır. Sivillerin öldürüldüğü terör eylemleri ise sözde şehitlik addedilerek yüceltilmektedir.

Örgüt Türkiye'deki hedef kitlesini kurulu düzeni bozmak ve örgütün öngördüğü yeni düzenin kurulmasını sağlamak için eyleme geçmeye davet etmektedir. Örneğin Türkiye'den getirilen etlerin halkının çoğunun mürted (dinden dönmüş)[18] olduğu gerekçesiyle problemli olduğunu anlatmaktadırlar (Konstantiniye, 2015/1, s.11). Dergi yazılarında, "biz" kavramı ile kendi kimliğini inşa eden örgüt, "onlar" kavramı ile düşman imgesi yaratmakta ve bu kavramları keskinleştirmektedir. Şiddetin meşrulaştırılması için "onlar kavramı içerisinde kâfir, müşrik, mürted, tağut ve haçlı gibi düşman imgelerini kullanmaktadır. Örgütün düşmanlarını tanımlamak için kullandığı kavramların tamamı dini referanslı olduğundan, bu mesajlara karşı çıkmak İlahi mesaja karşı çıkmak, düşman safına geçmek anlamına gelmektedir.

4.3.3. Dabiq ve Rumiyah Dergileri

Dabiq dergisi DEAŞ'ın medya kolu El-Hayat tarafından uluslararası propaganda amacıyla, Temmuz 2014-Temmuz 2016 tarihleri arasında toplam on beş sayı yayımlanmıştır (Gertz, 2014). Dabiq, Suriye'nin kuzeyinde bir köyün adıdır ve bu isme bazı simgesel bir hadisten yola çıkılarak anlamlar yüklenmekte, burada haçlı ordularının mağlup edilerek İstanbul ve Roma'nın fethine giden yolun açılacağına inanılmakta ve güçlü bir mit inşa etmeye çalışılmaktadır. Ancak 2016'da Dabıq köyü TSK tarafından DEAŞ'tan tamamen temizlenmesi üzerine bu mit zarar görmüştür. Bu gelişmelerin ardından Dabiq dergisi isim değiştirerek Rumiyah (Roma) olarak yayına devam etmiştir. Bu durum derginin her sayısının arka kapağında Roma'nın konu edildiği "hadis"e referansla güçlendirilmeye çalışılmaktadır (Rumiyah, 2016, aktaran Göksun ve Salihi, 2018). Rumiyah dergisiyle birlikte örgüt dergi faaliyetlerini tek bir isim altında toplamış ve yayın periyodunun korunduğu daha düzenli bir hale geçmiştir.

[18] Mürted; İslam'ı sabit olduktan sonra bir kimsenin şeriatın küfür dediği inanç, söz veya fiillerinden birini işleyerek dinden dönüp kâfir olmasına verilen ıstılahın adıdır.

Dabiq dergisi Suriye ve Irak'ın belli bir bölümünde DEAŞ'ın kurduğu düzenin uluslararası kamuoyu nezdinde söylemsel inşasının gerçekleştiği en önemli metinleri içermektedir. Derginin sözde hilafet ilanıyla yayına başlaması, örgütün tüm dünyaya mesajını iletmede kullandığı simgeleri belirlemek, örgütün varlığını sürdürmesini sağlayan temel dayanakları ortaya çıkarmak için önemlidir. Metin ve görsellerin tekdüze sıralanışı yerine her sayfasında profesyonel grafik tasarım ve görsellerle, Derginin uluslararası okuyucuya hitap eden yanı belirgindir (Lewis, 2014). Haber ve makalelerin arasına yerleştirilen reklam sayfaları, örgütün medya kolları tarafından üretilen görsel ve işitsel materyallerin öne çıkarılmasını sağlamaktadır. Mesajlar, film afişi gibi görseller ve videolarla iletilmekte, ancak videolara okuyucunun nasıl ulaşabileceği konusunda ise resmi web sitesi ya da kurumsal sosyal medya hesabı olmaması nedeniyle sabit bir mekân verilmemektedir. Bunun yerine üretilen içerik çeşitli uygulamalar ve sosyal medya kanalları yoluyla dolaşıma sokulmaktadır. Binlerce kullanıcı vasıtasıyla internette dolaşıma sokulan materyaller daha sonra önlem alınıp silinse ya da engellense dahi konuyu takip edenler için genel ve sık kullanılan kelimeler yerine daha özel başlıklar tercih edilerek ulaşılabilmektedir (Şenol, Erdem ve Erdem, 2016). Dergide kullanılan görsellerde de kanlı bedenler, parçalanmış cesetler ve öldürülmüş bebekler hiçbir sansüre maruz kalmadan şiddet unsuru öne çıkarılmaktadır. Bu şiddet görsellerine iki farklı anlam yüklenmektedir. Katledilen insanların ölü bedenleri örgüte karşı olanların alacağı cezayı göstermesi bakımından ibret vesikası olarak kullanılmaktadır. Örgüt mensuplarının ölü bedenleri ise kahramanlıklarını ve cennet ile müjdelendiklerini simgelemektedir (Kırdar, 2011). Öte yandan Batılı devletler ya da diğer DEAŞ düşmanları tarafından düzenlenen saldırılarda hayatını kaybeden sivillerin ölü bedenleri düşmana karşı nefreti körüklemektedir (Dabiq, 2015/12, s.2).

Rumiyah dergisinin kapak tasarımlarında, terör eylemlerine maruz kalan yerlerin görüntülerinden düz anlatım içeren görseller kullanılmaktadır. Yani daha önce kavramsal inşa çabasında olan örgüt, bu dergide nesne ve eylem gibi somut olayları anlamlandırmaya çalışmaktadır. Derginin dokuz sayısının altısında kapak görselinin terör eylemlerine maruz kalan yerlerin görüntülerinden oluşması buna örnek olarak gösterilebilir. Görsellerin daha çok kullanıldığı bu değişim, derginin entelektüel kapasitesinin ve fikri tartışma gerektiren kavramsal çalışmaların azaldığının bir göstergesi olarak değerlendirilebilir. Derginin kapağında yer verilen altı terör saldırısının

üçünün Türkiye'ye karşı gerçekleştirilmiş olması, DEAŞ'ın öncelikli hedefleri arasında Türkiye'nin olduğunu göstermektedir. Türkiye'nin bu dönemde aldığı sert tedbirler, yurt içinde ve Suriye topraklarındaki operasyonlar örgüte büyük darbe indirmiştir (Yeşiltaş ve arkadaşları, 2016).

4.3.4. Sosyal Medya Propagandası

Terör örgütleri gerçekleştirdiği eylemleri duyurmak, finansman ve destekçi kazanmak, meşru bir zemin oluşturabilmek için kitle iletişim araçlarına ihtiyaç duymakta ve bu nedenle propaganda aracı olarak internet kanallarını etkin bir şekilde kullanmaktadırlar (Purdy'den Aktaran Taşdemir, 2017). 11 Eylül sonrası artan antiterör eylemleri, çok sayıda terörist grubu internet mecrasına yöneltmiştir. İstihbarat ve kolluk kuvvetlerinin bu siteleri takip ederek müdahale etmesi, terörist grupları alternatif çevrimiçi alanlara yöneltmiştir (Weimann,2014, aktaran Taşdemir, 2017). Sosyal ağlarda hesap açmanın çok kolay olması ve sahte hesaplar bu süreci hızlandırmıştır.

DEAŞ terör örgütünün sosyal medya kullanımında, "cihat" kelimesi ön plana çıkarılarak, hem resmi hem de gayri resmi sayfalar kullanılmaktadır. Facebook, Twitter, YouTube, sohbet odaları, bloglar, mesajlaşma sistemleri ve çok sayıda sosyal medya platformu, DEAŞ'ın savaşçıları ve destekçileri tarafından gerçekleştirilen şiddet eylemlerini yansıtıp sergilemektedir (Purdy, 2017). Bu durum DEAŞ'a propaganda üstünlüğü sağlamakta ve istediği konuları ön plana çıkararak gündem oluşturmasına katkı sunmaktadır. Devletlerin uyguladığı sansür ve kısıtlamalara maruz kalmadan mesajlarını takipçilerine küresel çapta ulaştırma imkânı vermektedir. Örgüt, bir yandan yeni destekçiler kazanmayı, diğer yandan da mevcut destekçileri eyleme geçirmeyi amaçlamaktadır. Facebook, Twitter ve Youtube gibi kanallar terörü öven içerik paylaşımının engellenmesi için çeşitli önlemler geliştirmektedir. Youtube'a yüklenen infaz videoları sadece bir gün içerisinde binlerce izleyiciye ulaşabilmektedir. Kısa süre içerisinde video ya kullanıcı tarafından kaldırılmakta ya da Youtube hesabı askıya almaktadır.

Obama döneminde sosyal medya yöneticileriyle yapılan toplantıda terör konusunda yardım istenmesine karşılık, sosyal medya yöneticilerinin müşterilerinin mahremiyetlerine öncelik vermek zorunda oldukları ifade edilmiştir. Bütün bunlara rağmen sosyal medyada terör propagandasının önlenememesinin ana nedenlerinden biri,

farklı ülkelerin siber ajanlarının destekledikleri, taşeron olarak kullandıkları terör örgütüne siber teknik ve lojistik desteği vermesidir (Çiftçi, 2016). Türkiye'deki ölümlü terör eylemi sonrasında kitlenin Devleti suçlaması, kamu düzenin bozulması ve kaotik bir ortam için siber ajanların sosyal medyadaki faaliyetleri buna güzel bir örnektir.

DEAŞ, acımasızlığı ve askeri istismarları ile halifeliğin İslami bir ütopya olduğu algısını yaratma çabası içerisindedir. Bu nedenle, şeriatı (İslam hukuku) uygulayabildiğini ve "vatandaşlarına" temel hizmetleri verebildiğini göstermeye çalışmaktadır. Halifeliğin işleyen ve şahsiyet halindeki bir devlet olduğunu, El Kaide başta olmak üzere rakiplerine göre üstünlüğünü bölgedeki Sünni devletlere gösterme çabası içerisindedir. Sosyal medyayı iyi kullanarak taraftarlarını harekete geçirme konusunda önemli bir başarıya imza atmıştır. Grubun propaganda faaliyetleri, halifeliğin büyüsündeki taraftarlarını örgüt adına saldırı yapmaları için teşvik edici bir niteliğe sahiptir. Bugüne kadar yaklaşık 30.000 yabancı savaşçı ve göçmen, 2011'den beri cihatçı gruplarına katılmak için Suriye ve Irak'a gitmişlerdir (Ross, 2017, s.20-23). Örgüt, sosyal medya üzerinden yaptığı propagandalar ile savaşçılarını rol model olarak sunmak ve onları ölümsüzleştirmeyi, kendi toplumlarında marjinal görüldüklerine yönelik bir algıyı tersine çevirerek değerli hale getirmeyi arzulamaktadır (Weimann, 2014). Propaganda içeriği üretmek ve dağıtmakla görevli Al-Furqan ve Al-I'tisaam ajansları Arapça filmler üretmektedir (Zelin, 2013). Al-Hayat Medya Merkezi, batılı izleyiciler için film ve yayınlardan sorumludur. Al-Ajnad ise dini içerikli yayınlar yapmaktadır. Örgüt ayrıca İslam topraklarında propaganda yapan Al-Bayan adlı bir radyo istasyonuna ve Twitter'da ilgili haberleri veren bir haber ajansına sahiptir (Taşdemir, 2017). Bu önemli ajanslara ek olarak, "İslam Devleti" sınırları içindeki her ilde, videoların filme alınması ve dağıtılması için yerel medya büroları vardır. Bu bürolar bölgedeki güncel olaylarla ilgili raporlar hazırlamakla sorumludurlar (Hoffman, 2016, s.100).

Twitter, Facebook ve YouTube, terör örgütünün en fazla kullandığı sosyal ağlardır. Son dönemde gerçek zamanlı gündem yaratmada Twitter öne çıkmaktadır (Çiftçi, 2016). Türkçe konuşan örgüt üyelerinin de Twitter üzerinden yoğun bir propaganda stratejisi mevcuttur. Bunların önceliklerinin din olmadığı, daha çok dünyevi hareket ettikleri gözlemlenmektedir (Orsam, 2016, s.3). Kurumsal olarak tanımlanabilecek Twitter hesaplarında ise infaz görüntüleri ve DEAŞ sınırları içerisinde yaşayan insanların yaşamlarından kesitler paylaşılmaktadır. Facebook kullanımı

açısından bakıldığında ise resmi ve gayri resmi sayfalar, genellikle diğer internet sitelerinde yer alan bilgiler ile örgüt tarafından üretilen materyalleri yaymak ve propaganda amacı ile yönetilmektedir (Weimann, 2014). DEAŞ'ın resmi olarak tanımlanabilecek Facebook hesaplarında ise Müslümanların zulüm gördüğüne yönelik paylaşımlara ağırlık verilerek, eylemlerin meşruiyetini artırmak amaçlanmıştır. Video paylaşım hizmeti veren Youtube da, iletişim kurma, propaganda yapma, yeni bireyler toplama ve alt kültürü desteklemek için sözde cihatçılar için önemli bir platform haline gelmiştir. Youtube'un etkili küresel kitlesi, sözde cihatçıların terörizm için hem potansiyel askerlere, hem de hedeflere aynı anda ulaşabilmelerini sağlamıştır. Paylaşılan videolar kadar, Youtube'un cihatçılar arasındaki sosyal ağın genişlemesinde kullanıldığı tespit edilmiştir. Terörist gruplar, kolayca erişilen bu platformun propaganda ve radikalizasyon videolarını yayma potansiyelini fark ederek etkin bir kullanım gerçekleştirmektedirler (Weimann, 2014, s.10). Youtube ayrıca hem resmi örgüt yayını, hem de kullanıcılar tarafından oluşturulan videoları barındırmak için kullanılmaktadır. Birden fazla sahte hesap kurarak videoları paylaştıklarında hızla yayabilmektedirler. Kullanıcılar, özellikle Twitter ve Facebook'taki materyalleri yaymak için kendi sosyal medya hesaplarından Youtube bağlantıları paylaşmaktadırlar (Home Office, 2017).

DEAŞ, sosyal ağlarda o kadar etkili olmuştur ki, Brezilya'daki dünya kupası sırasında organizasyona ilişkin popüler hashtagleri (etiket) kullanarak daha geniş bir kitleye ulaşmaya çalışmıştır (Berger and Morgan, 2015). Ancak Twitter'ın terör sempatizanı hesapları askıya alma konusunda sıkı bir politika izlemeye başlamasıyla birlikte, örgüt üyeleri daha gizli bir mesajlaşma sistemi olan Telegram kullanımına yönelmiştir. Bu şirket te kullanıcıları ve paylaşılanları engellemeye çalışmaktadır. Terörle mücadele ve istihbarat örgütlerinin gözetiminin gecikmesi, gençlere yeteri kadar anlayış gösterilmemesi, kapsamlı ve tutarlı terörle mücadele stratejisi yaratılmaması gibi nedenlerle dijital terör artmaktadır (Duhaime, 2015). Bu durumda, terörün hegemonik güçlerin bir aracı olduğu düşüncesi her geçen gün daha çok doğrulanmaktadır.

4.4. Medyada Yer Alan Söylem Analizine Tabi Tutulacak DEAŞ Haberleri

Değişik gruplara ait gazete ve internet sitelerinden DEAŞ Örgütü ile ilgili yapılan haber ve görseller aşağıda verilmektedir:

HABER 1: İnternethaber

Kan donduran ifade! Bakın öz abisini neden katletmiş! Kuzey Irak'ta, terör örgütü IŞİD'e (DEAŞ) muhalif olduğu için polis ağabeyini infaz ettiği görüntüsü sosyal medyada paylaşılan Iraklı terörist Abdulkhaleq Abdulqader, öz ağabeyini örgüte bağlılığını ispatlamak için katletmiş...
Abdulkhaleq Abdulqader Ali'nin, infaz görüntüleri internette yayınlanıp canlı olarak yakalanan ilk DEAŞ terör örgütü üyesi olduğu öğrenildi. Kuzey Irak'ta, terör örgütü IŞİD'e muhalif olduğu için polis ağabeyini infaz ettiği görüntüsü sosyal medyada paylaşılan Iraklı terörist Abdulkhaleq Abdulqader Ali'den kan donduran ifade. Kayseri'de yakalanan IŞİD celladı, öz ağabeyini örgüte bağlılığını ispatlamak için katletmiş (İnternethaber, 2017, 12/21).



Resim 1

HABER 2 Star Gazetesi

DEAŞ Rehineyi 10 Yaşındaki Çocuğa İnfaz Ettirdi.
Terör örgütü DEAŞ, İsrail casusu olduğu iddia ettiği bir genci, 10 yaşındaki bir çocuğa infaz ettirip görüntülerini yayınladı.(Star, 2015, 3/11). DEAŞ, İsrail casusu olduğunu iddia ettiği bu gencin infaz görüntülerini yayınladı. Profesyonelce bir kurguyla hazırlandığı anlaşılan ve Rakka yakınlarında çekildiği sanılan 13 dakikalık görüntüde, İsrail ajanı olduğu iddia edilen Muhammed Said İsmail Musallam adlı 19 yaşındaki İsrailli Arap vatandaşının sözde itiraflarıyla

başlıyor. İsrail'de ajanlık eğitimi aldıktan sonra Türkiye üzerinden Suriye'ye geçtiğini söyleyen genç, daha sonra boş bir alana götürülüyor. Muhammed Said İsmail Musallam, 10 yaşında olduğu tahmin edilen çocuk tarafından tabancayla başından vurularak öldürülüyor.



Resim 2

HABER 3: Sözcü Gazetesi

IŞİD bu kez bazukayla infaz etti. Sürekli olarak idam görüntülerini yayınlayan IŞİD, Suriye'nin Deyrezor kentinde ele geçirdiği bir kişinin üzerine bazuka atışı yaparak idam etti (Sözcü, 2015, 5/22).



Resim 3

HABER 4 Sabah Gazetesi

DEAŞ 3 Peşmergeyi daha infaz etti (Sabah, 2015, 3/20).
IŞİD, Irak'ın Musul ilinde 3 Peşmerge askerini daha infaz etti. 17 Mart günü çekilen görüntülerde, 30 Ocak tarihinde DEAŞ tarafından Kerkük'e düzenlenen operasyonda esir alınan 3 Peşmerge görevlisine, Guantanamolu mahkûmlara olduğu gibi turuncu bir giysi giydirildikten sonra Musul'da füzelerin isabet ettiği bölgeye getirildi.
3 PERŞMERGEYİ ÖLDÜRDÜ
3 Peşmerge askerini öldüren militanlar Kürtçe konuşarak, Kürt halkına hitaben şunları söyledi;
"LİDERLERİNİZ SİZİ ALDATTI"
"Bizim savaşımız sizinle değil, Haçlı ve Safavi güçlerinin bize karşı başlattığı savaşta onlarla işbirliği yapan liderleriniz sizi taraf olmadığınız bir ateşin içine sürüklüyor, esir alınan Peşmergelerin serbest bırakılması için İslami Devlet ile müzakere yapıyoruz diyen liderleriniz sizleri aldattı ve sivil Müslümanları bomba ve füzelerle öldürmeye devam ettiler. Bu ahmaklığın devam etmesi, esir alınan kişilerin değersiz olduğu demektir."



Resim 4

HABER 5: Milliyet Gazetesi

Kan donduran infaz! İki erkek çocuk ellerindeki silahlarla**...**
Terör örgütü IŞİD Afganistan'da çekilen bir infaz videosunu paylaştı.
Görüntülerde bu kez infazcılar çocuk. Kan donduran videoda iki küçük erkek çocuğu elleri arkadan bağlı iki kişiyi başlarına sıktıkları kurşunla öldürüyor (Milliyet,2017, 6/21).



Resim 5

HABER 6: CNN İnternational

ABD 'li yetkililer CNN' ye verdiği demeçte, kolluk kuvvetlerinin Amerikalı gazeteci James Foley 'in öldürülmesiyle ilgili ISIS videosunda görülen maskeli kişiyi teşhis etmiş olabileceğine inanıyorlar (CNN, 2014, 10/26).

ABD'li bir yetkili, "Kim olabileceği konusunda oldukça iyi fikirleri var." dedi. Ancak yetkili, "henüz % 100 değil" uyarısında bulundu. İsimsiz kalmak koşuluyla CNN'ye konuşan yetkili, devam eden soruşturmayı gerekçe göstererek şüpheliyi tespit etmeye istekli değildi.

Yetkili, "Kişiyi tanımlamak için tüm araçları kullanıyorduk" dedi. İkinci ABD yetkilisine göre, ses analizini ve videodan meta verileri ve diğer yöntemleri analiz etmeyi içerir. Yetkililer, diğer yöntemlerin ne olduğunu açıklamayı reddettiler.

Ağustos ayı sonlarında, İngiliz Büyükelçisi Peter Westmacott ülkesinin DAEŞ militanını tanımlamaya yakın olduğunu söyledi. ABD'li yetkili, Birleşik Krallık'ta soruşturma faaliyeti bulunduğunu çünkü maskeli adamın, denizaşırı seyahat etmek için denizaşırı seyahat eden bir İngiliz vatandaşı olduğuna inanıyor. Amerika'nın bir Amerikalı öldürdüğü için araştırmacı ilgisi var.

Yetkililer, Amerikalı gazeteci Steven Sotloff'un videosunda konuşan militan kimliğini belirlemeye ve yetkililerinden birine göre, Foley videosunda aynı kişi olup olmadığına karar vermeye çalışıyorlar. Kaynak, Sotloff'un ölümünün videosunun yayınlanmasından sadece bir hafta sonra herhangi bir kesinlik ile "çok erken" olduğunu söyledi.

Kaynak, İngiliz ve Amerikan makamlarının Suriye'de olduğuna inanılan maskeli adamı bulmak için birlikte çalışacaklarını söyledi.

Yetkili, kaynakların şüpheliyi İngiliz veya Amerikan mahkemesinde yargılanmasına yol açmaması gerektiğini belirterek, "Bu kişi son derece tehlikeli bir çevrede bulunuyor. Savaş alanında kendi ölümüyle karşılaşabilirdi." dedi.

Foley, Suriye sınırında, Türkiye sınırına yakın 22 Kasım 2012 tarihinde ortadan kayboldu. Kaybolduğu sırada, ABD merkezli çevrimiçi haber yayını Global Post için çalışıyordu. Kafasının videosu 19 Ağustos'ta YouTube'a gönderildi. Sotloff, Ağustos 2013'te Suriye'den haber verirken ortadan kayboldu. Ölümünün videosu 2 Eylül'de yayınlandı.



Resim 6

HABER 7: Vatan Gazetesi

DEAŞ, 100 yaşındaki din adamının başını kılıçla kesti. Sina Yarımadası'nda evinden kaçırılan yaşlı din adamı, büyücülük yaptığı gerekçesiyle sahilde öldürüldü. Örgütün paylaştığı vahşet videosunda, maskeli birçok kişinin infazı izlediği görülüyor (Vatan, 2016, 11/22).

Daha önce birçok kez kan donduran vahşete imza atan terör örgütü DEAŞ, bu kez Mısır'da sahne aldı. Örgütün ele geçirdiği 100 yaşındaki Sufi din adamı Şeyh Süleyman Ebu Haraz, deniz kıyısında öldürüldü.

Siyah bir maske takmış DEAŞ'li terörist, elindeki kılıçla bir kütüğe başı yaslanan yaşlı din adamının kellesini kopardı.

Terör örgütü üyeleri tarafından paylaşılan görüntüler, uluslararası medyada şok etkisi yarattı.

IŞİD'in yaşlı din adamını büyücülük yaptığı suçlamasıyla öldürdüğü bildiriliyor. Ebu Haraz, Sina Yarımadası'ndaki Sufiler için sembolik bir isimdi ve Ariş kentindeki evinden kaçırılmıştı. IŞİD, Ensar Beyt el Makdis (Küdüs'ün Destekçileri) adlı örgütün Kasım 2014'te kendisine bağlılığını ilan etmesiyle bölgede etkin olmaya başladı.



Resim 7

HABER 8: Habertürk

DÜNYA
IŞİD'in infazcısı olan 'John' lakaplı militanın kimliği ortaya çıktı: Muhammed Emwazi
IŞİD'in infaz videolarında görülen 'John' lakaplı militanın isminin Muhammed Emwazi olduğu öğrenildi (Haberturk, 2015, 2/15).
İngiliz yayın kurumu BBC, IŞİD infazcısı Muhammed Emwazi'nin İngiltere'nin başkenti Londra'nın batısından olduğu belirtti. Emwazi'nin kimliğinin, İngiliz güvenlik servislerince bir süredir bilindiği ancak 'operasyonel nedenlerle' şimdiye kadar açıklanmadığı kaydedildi.
ABD'Lİ GAZETECİNİN İNFAZINDA DA VARDI
BBC, Emwazi'nin ilk kez geçen yıl ağustos ayında Amerikalı gazeteci James Foley'nin infaz edildiği videoda görüldüğünü, İngiliz aksanıyla dikkati çektiğini anımsattı. Emwazi'nin daha sonra bir diğer Amerikalı gazeteci Steven Sotloff, İngiliz yardım görevlisi David Haines, İngiliz taksi şoförü Alan Henning ve Amerikalı yardım görevlisi Abdul-Rahman Kassig'in infaz videolarında da görüldüğü belirtildi



Resim 8

HABER 9: CNN Türk

IŞİD'in 'Buldozer' lakaplı infazcısı Suriye ordusu tarafından yakalandı.
Suriye ordusunun, IŞİD'in en kanlı teröristlerinden olarak kabul edilen infazcısı 'Buldozer' lakaplı Muhammed Emvazi'yi yakaladığı görüntüler ortaya çıktı (Cnnturk,2016,6/1).
Yaklaşık 130 kilogramlık cüssesiyle IŞİD'in infaz videolarında pek çok kez görüntülenen Emvazi, Suriye ordusu tarafından yakalandı. Yayınlanan görüntülerde yarı çıplak şekilde bir kamyonetin arkasında tutulduğu görülüyor.



Resim 9

HABER 10: Cumhuriyet

Yayınlanan videoda, çocuklar yakalanan 5 Kürt askerini diz çökmüş bir haldeyken kafalarından vurarak öldürüyor (Cumhuriyet, 2016, 8/27). Çocukların yaş aralıklarının 110-13 arası olduğu tahmin ediliyor. İngiliz olduğundan şüphelenilen ve IŞİD tarafından adının "Abu Abdullah al-Britani" söylenilen çocuğun kimliği henüz teyit edilmedi. İnanıldığı gibi İngiltere vatandaşı ise terör örgütü, ilk defa videolarında bir Avrupa ülkesinden bir çocuğu kullanmış olacak.
Daha önce de 'yeni nesil savaşçılar yetiştirdiklerini' göstermek için videolarında çocukları kullanan IŞİD'in videosunda Tunuslu çocuğun Arapça konuşarak 'daha fazla şiddet olacağını ve onlara karşı savaşın daha başlamadığını' söylüyor.



Resim 10

4.5. Haberlerin Analizi

Birçok gelişmekte olan ülke gibi Türkiye'deki medya sistemi de büyük ölçüde dış dünyadan gelen haber akışının ve yorumların etkisindedir. Türkiye'de yayın yapan farklı siyasal yönelimleri olan gazete ya da haber organlarının bu görüntülerle ilgili yorumlarının da farklı olması doğaldır. Özellikle İslam'ın kamusal alanda görünürlüğünden rahatsızlık duyan yayın organlarında terör olaylarından yola çıkılarak yapılan haberler, kamuoyuna olumsuz İslam algısı oluşturmada kullanılmıştır. Doksanlı yıllarda bu konuyla ilgili kullanılan argümanlar siyasal iktidarın düşürülmesine sebep olmuştu. Türkiye'nin bölgesel ve küresel sistem içerisindeki ağırlığının artmasıyla bu etki azalmış ve bu durum bugünkü Türk medya düzenine yansımıştır. Bundan ötürü bu anlayışa sahip medya organları, okunmama ve toplumsal tepkinin hedefi olmama uğruna,

kendilerini eskiye göre daha dikkatli olmak durumunda hissetmişler ya da gelir kaybına uğrayıp marjinal bir yayın organı olmayı istememişlerdir. Bu durum Türkiye'nin dünya sistemi içerisindeki bağımsızlık derecesiyle orantılıdır. Bu nedenle giderek olumsuz İslam algısını artıracak değerlendirme ve haberlerin seviyesi Türkiye'de azalmakta, çeşitli yayın organlarındaki haberlerle ilgili değerlendirmeler birbirlerine yaklaşmaktadır.

Yukarıda on farklı farklı medya organınca haberleştirilen DEAŞ'ın yapmış olduğu eylemlerin mesajları özetle şunlardır:

- İnternethaber'deki birinci haberde, Irak uyruklu bir kişinin örgüte karşı çıkması nedeniyle kendi öz kardeşini kafasına silah sıkarak nasıl öldürdüğü haberi verilmektedir.
- Star TV'de yayınlanan ikinci haberde, 10 yaşındaki bir çocuğun, İsrail casusu olduğu iddia edilen bir gencin infazında nasıl kullanıldığı anlatılmaktadır.
- Sözcü gazetesinin verdiği haberde (3), örgütün ele geçirdiği bir kişinin bazukayla öldürülme görüntüleri vardır.
- Sabah gazetesinin haberinde (4), Haçlı ve Safavi güçlerinin kendilerine karşı başlattığı savaşta, liderlerinin onlarla işbirliği yapmış olması gerekçesiyle peşmerge askerlerinin infaz edilme görüntüleri sunulmaktadır.
- Milliyet gazetesinin haberinde (5), Afganistan'da çocukların elleri arkadan bağlı iki kişiyi başlarına sıktıkları kurşunla öldürme görüntüleri bulunmaktadır.
- CNN'de yer alan haberde (6), en son Türkiye sınırında olduğu bilinen ve kafası kesilerek infaz edilen Amerikalı gazeteciyi infaz eden maskeli adam ile birlikte görüntülenmektedir. Adamın kimliğinin tespit edilememesine rağmen İngiliz vatandaşı olduğu, Suriye'de bulunan kişinin Amerikan ve İngiliz makamlarınca aranacağı, yargılanmasına gerek kalmadan tehlikeli bölgede olması nedeniyle öldürülebileceği anlatılmaktadır.
- Vatan Gazetesinin vermiş olduğu haberde (7), siyah bir maskeli teröristin, elindeki kılıçla bir kütüğe başı yaslanan yaşlı bir din adamının büyücülük yaptığı gerekçesiyle kellesini kopardığı görüntülenmektedir.
- Haberturk'ün vermiş olduğu haberde (8), başta Amerikalı gazeteci James Foley olmak üzere birçok batılı şahsın infazından sorumlu asıl adı John lakaplı Emwazi'nin yakalandığı infaz görüntüleriyle birlikte anlatılmaktadır.

- CNN Türk'de yayınlanan haberde (9), yine Muhammed Emvazi'nin Suriye Ordusu tarafından yakalanması üzerine, kılıçlı ve maskeli haliyle ilgili şahıs görüntülenmektedir.
- Cumhuriyet'te yayınlanan haberde (10), beş Kürt askerini kafalarına silah sıkarak infaz eden Arapça konuşan çocuklar görüntülenmektedir. Bu çocuklardan birinin Tunus kökenli İngiliz vatandaşı olduğu ve örgütün ilk defa batılı bir ülkeden bir çocuğu kullandığına vurgu yapılmıştır.

Bu mesajların ne anlama geldiği, mesajların kamuoyunu nasıl ve ne yönde etkilediği yönünde tek tek değil, mesajı algılayan toplum kesimleri ve gruplar dikkate alınıp genelleme yapılarak çıkarsamalarda bulunulmuştur. Bu haberlerin sunuluş biçimi üç ana mesajı içinde barındırmaktadır.

Bu mesajlardan bir tanesi, terör örgütlerinin doğumuna neden olan toplum kesimlerindeki çaresizlik ve öfkenin dışavurumu sonucunda bölgede buna verilecek tepkilerin bileşkesi olarak karşımıza çıkmakta ve daha çok radikal kesim tarafından anlamlandırılarak örgüte katılma isteğini uyandırma ya da yeni bir örgüt oluşturmaya yönelik tepkileri üretmektedir. Burada haksızlığa ve hakarete uğradığını düşünen kesimler, öç alma duygusuyla örgütün yaptıklarına destek çıkmaktadırlar. Bunun için Örgüt kendi basılı ve görsel araçlarını kullanarak, ideolojisi, dünya görüşü ve dini yorumlayışını kitlelere aktarma gayesi gütmektedir. Örgüt terör eylemi ve infaz videolarında yaptığı göndermelerle eylemlerini ilahi bir kaynağa dayandırarak meşrulaştırmaya çalışmakta, düşman kimliklere uygulanan vahşi infaz yöntemleri kendi kurallarına uymayanların alacağı cezayı göstermektedir. Öte yandan örgütün kurallarına uyanların ve kendi kontrol bölgesinde yaşayanların ise huzur ve mutluluğa kavuştuğu gösterilmeye çalışılmaktadır. Düşman imgesine yönelik mesajlar tehdit içerikli olmaktadır. Hedef, kamuoyunda korku ve endişe yaratmaktır. Örgüt bünyesindeki farklı milletlerden insanların paylaştıkları deneyimler ve yaptıkları çağrılar yoluyla hedef kitlede mesajın etkisinin artırılması amaçlanmaktadır. Videolardaki göstergeler "biz ve öteki" kavramlarını inşa ederken örgütün kurguladığı yeni toplumsal düzenin kurallarını, bireylerin hak ve yükümlülüklerini bildirmekte, görüntüler ortak kodların üretilmesine ve paylaşılmasına katkı sunmaktadır.

Görüntülerdeki ikinci mesaj birinci algının tam tersinde yer alır. İslam'ın zaten içeriğinde cihat olgusuyla şiddeti barındırdığı, demokratik ve laik düzeni tehdit ettiği

algısıdır. Bu nedenle İslam'ın kamusal alanda görünümünün meşruiyetiyle mücadele edilmesi gerektiği kitlelere aktarılır. Bu nedenle, "iktidarın bu hareketleri desteklediği", "bunun için MİT tırlarının bunlara gönderildiği", "zaten Esad Rejimin farklı mezhep olması nedeniyle düşman ilan edildiği" mesajları hem seküler kitleye, hem dış odaklara, hem de farklı mezhep unsurlarına iletilir. İktidarın uzun süreden beri uyguladığı İslami politikaların bu yapılara cesaret verdiği algısını pekiştirmek isterler. Bunun için iktidara dışardan ya da içerden müdahale edilmesi gerektiği mesajı verilir.

Üçüncü mesaj algısı ise bu örgütün İslam'ın tarihsel süreç içerinde ürettiği bir kısım marjinal bilgilerden esinlenmesine rağmen esas itibariyle hegemonik güçlerin küresel ve bölgesel çıkarları için oluşturulduğu ya da var olan yapının manipülasyonlarla yönlendirildiği anlayışına sahip algılardır. Bu kategorideki algılar çoğu kere İslam düşüncesiyle iç içe olan bilinçli topluluklarda kolayca anlaşılabilmekte ve manipülasyon amacı deşifre edilebilmektedir. İslam'a mesafeli ya da İslami bir yönelişi olmayan ya da farklı mezhepsel topluluklarda ise bunların manipülatif bir hareket olduğu algısının deşifre edilebilmesiyle bağlantılı olarak bu kategoride algılar oluşur. Eğer eylemler deşifre edilememişse, bu kitlelerde olumsuz İslam algısını ya da mezhep karşıtlığını kışkırtmada etkili olabilmektedir. Farklı siyasal eğilimlere sahip bu yayın organlarında çıkan haber ve değerlendirmelerinin birbirine yakın olmasından bu örgütün yapmış olduğu eylemlerin deşifre edildiğini göstermektedir. Bu durum, hem Türkiye'nin bu örgütle etkili bir şekilde mücadele etmesinden, hem de farklı mezhep unsurlarının büyük bölümünün Örgütün hegemonik güçlerin aracı olduğunu görmesinden anlaşılmaktadır.

Hegemonik güçlerin özellikle 11 Eylül sonrası düşman kategorisinde gösterdikleri radikal İslam, islamafobya gibi kavramlarla bölge üzerinde siyasal operasyon amaçlı eylemlerin başlamasına ön ayak oldukları ve medyayı da etnik ve mezhep çatışmasının bir parçası olacak şekilde kullanmak istedikleri her geçen gün daha anlaşılır olmuştur. Bu durum, farklı siyasal organlar tarafından üretilen yayınlar arasındaki değerlendirme farklılıklarını azaltmıştır.

İnsanların kanını donduracak kadar korkunç yöntemlerle infazlar yapılmakta ve ayet ve hadislerden bunlara referans üretilmektedir. Örgüt, "dinde zorlama yoktur" (Kur'an, Bakara, 2/256), "Peygambere düşen ancak duyurmadır" (Kur'an, Maide, 5/99). "Eğer Rabbin dileseydi yeryüzündekilerin hepsi elbette iman ederlerdi. O halde sen, inanmaları için insanları zorlayacak mısın?" (Kur'an, 10/99) gibi ayetler sanki yokmuş,

sanki İslam tarihinde gayrimüslimlere geniş tolerans gösterilmemiş, sanki diğer inanç mensuplarının can ve mal güvenliğinin teminine önem verilmemiş gibi davranış sergilenmektedir. DEAŞ, "Müşrikleri nerede bulursanız öldürün" (Kur'an, Tevbe, 9/5). "Onları bulduğunuz yerde öldürün. Sizi yurtlarınızdan çıkardıkları gibi siz de onları çıkarın. Fitne çıkarmak adam öldürmekten daha kötüdür…" (Kur'an, Bakara, 2/191) ayetlerini şiddetinin gerekçesi olarak kullanmaktadır. Onlara göre burada sözü edilen müşrikler, en geniş ifade ile tağutlar veya Allah'ın emirlerine uymayan ve kendi hükümleri ile devleti yöneten liderlerdir. Bu tanımlamada Örgüt oldukça katı bir tutum sergilemekte, İsmail Haniye ve Muhammed Mursi gibi İslami referanslarla siyaset yapan liderler de demokratik çözüm arayışında olmaları hasebiyle sapkın addedilebilmektedir (En-Nebe, 2016/23, s.8). Hilafet toprakları olarak adlandırdıkları hâkimiyeti altındaki topraklara doğru taraftarlarını sözde İslam'ı yaşamak için yönlendirmektedir. Batılıların, Şiilerin, laiklerin ve PKK'nın hâkim olduğu topraklar küfür diyarı olarak görülmekte, DEAŞ'ın "dar'ul İslam" olarak bunlarla sürekli bir savaş içinde olduğu vurgulanmaktadır. Sürekli savaş durumu çatışmacı bir dilin gelişmesine ve basının da bu yönde hareket etmesine yol açmıştır. Haberlerde öldürmeyi meşrulaştırma, öldürülenlerin kanlı görüntülerini yayınlama ve en uç nokta olarak kafası kesilenlerin fotoğraflarını paylaşma faaliyetlerinin bu güdülerden beslendiği söylenebilir. İnsanın özgürlüğünün önündeki engellerin kaldırılması anlamındaki "cihat", DEAŞ vasıtasıyla çok kötü bir anlam yüklenmiştir. Zulüm ortadan kalkıncaya kadar savaşma emrini yerine getirmenin meşruluğuna gölge getirilmek istenmiştir. İkinci Dünya Savaşından sonra akdedilen Cenevre sözleşmesinden yaklaşık bindörtyüz sene önce kadınlara, çocuklara yaşlılara, savaşamayacak durumunda olanlara dokunulmamasını emreden bir Dini bu tip eylemlerle olumsuz bir algı içerisinde tutmak, hegemonik güçlerin bölgesel ve küresel çıkarlarıyla örtüşmektedir. Müslümanları yurdundan çıkaran, onlara işkence, boykot dâhil her türlü kötü muameleyi normal gören bir anlayışla mücadelenin (cihadın) gereği olan ayetler, kötü niyetli bir okumayla küresel sistemin bölge üzerindeki emellerine uygun algının oluşmasını sağlayacak tarzda operasyonel bir işlemin aracı olmaktadır.

DEAŞ kötü şöhret olmayı bilerek seçiyor ve İslam dünyasında anlam boşluğundaki, işsiz ve suça bulaşmış Batıya öfke duyan gençleri etkilemekte ve savaşçı devşirme imkânına sahip olmaktadır. Bunu yaparken savaş meydanından çekilen görüntüler ve profesyonelce hazırlanmış videolarla hayran kitlesini arttırmaktadır

(Demirağ, 2015, s.220). Sanal ortamda haberleşen Örgüt üyeleri, sorularına cevap alabilmiş ve gruba katılmak isteyenlere bilgi verebilmişlerdir. Ayrıca görüntü kalitesi yüksek fotoğrafları internet ortamında yayınlayabilmişlerdir. İnternet hesaplarının kimlere ait olduğunu anlamak her zaman mümkün olmasa da, çevrimiçi faaliyetlerle medyanın aracılığına da ihtiyaç duymamışlardır. Hesapların profesyonel bir ekip tarafından yönetildiği, yüzlerce yeni hesap açılmasından, fotoshop ve montajlama programlarına hâkim bir elin varlığından çıkarılabilmektedir. Aralara Arapça dini sözcükler yerleştirilse de anadili İngilizce olan kişilerin varlığı inkâr edilememektedir. Bütün bunların ise ciddi bir medya çalışmasının ürünü olduğu anlaşılmaktadır.

1933 yılında Almanya Meclis binası Reichstag, Hitler'in emriyle yakıldı ve suç Yahudiler ve komünistlerin üzerine atıldı. Halkın duygularıyla oynanarak destekleri alındı. Ertesi gün kişi hak ve özgürlükleriyle ilgili bir kararname imzalandı. Bunu izleyen günlerde, Nazi Partisi ve milliyetçiler dışındaki tüm partilerin yayınları ve seçim çalışmaları durduruldu (Muratoğlu, 2006). Dünyada yumuşak gücün merkezi kabul edilen demokrasi merkezi sayılan ABD; Paraguay, Şili, Arjantin gibi ülkelerde rejim değişikliklerine gidilmesine yönelik yolları açtı. Türkiye ve Güney Amerika ülkeleri başta olmak üzere dünyanın değişik yerlerinde askeri darbeler yaptırılarak demokratik hükümetler devrildi, yerine ABD NATO çizgisinde iktidarlar getirildi (Çelik Wiltse, 2008).

Latin Amerika, Asya, Afrika ve Avrupa'da 1980'ler sonrası darbeler daha az sıklıkla görülmeye başladı. 1989'da Sovyetler Birliği'nin çökmesi, soğuk savaşın sona ermesi ve Çin'de devlet destekli kapitalizmle bir nevi karma bir ekonomiye geçilmesiyle, komünizm dışı bir korku unsuru oluşturma ihtiyacı hissedildi. 11 Eylül İkiz Kule saldırısı ile komünizm yerine ikame edilen "radikal İslamcı kötü adam" portresi oluşturularak vesayet savaşları da denen yeni bir terör dönemine girildi. Hemen akabinde Afganistan ve Irak işgalleri yapıldı. Irak işgalinin hemen ardından ABD hükümeti bazı şirketlerle güvenlik anlaşmaları imzaladı. 2006 Ağustosuna kadar bu kontratların sayısı 115 bin sayısına ve 200 milyar dolarlık değere ulaştı. Artık ABD ordusu dünyada gelişen hızlı bir hizmet servis ekonomisini oluşturdu (Klein, 2007, s.8-13).

Ocak 2015'te Charlie Hebdo Dergisi, Hz. Muhammedi eleştirdiği gerekçesiyle El Kaide bağlantılı kişilerce saldırıya uğradı ve 8'i dergi çalışanı olmak üzere 17 kişi öldürüldü. Bu eylem dünyada büyük ses getirdi. 2 milyon kişi 44 ülkenin üst düzey

yetkilileriyle beraber Paris sokaklarında protesto yürüyüşü yaptılar. ABD NATO destekli Irak işgalinden sonra on yılda 400 gazeteci öldürüldüğü halde dünya basını bu ölümlere yeterince ilgi göstermedi (Levesque,2015). Paris'teki baskını yapan teröristlerin Anglo-Amerikan istihbarat servisleriyle bağlantılarının olduğu anlaşıldı (Chin, 2015). CIA kontrolündeki el Kaide'nin New York, Londra, Madrid ve İstanbul gibi çeşitli yerlerde yaptırdığı terörist saldırıları Paris'te de yaptırmış olması fazla şaşırtıcı değildi. El Kaide Lideri Usame Bin Ladin, Mayıs 2011'de, yani İkiz Kuleler saldırısının onuncu yıldönümünde Pakistan'daki bir hücre evinde öldürülmüş olduğu söylendi. Cesedi bulunamadığından daha önce öldürülmüş olabileceği kuşkusunu arkada bırakmıştı. Ladin'in öldürülmesinden sonra El Kaide ortadan kalkmamış, DEAS ve El Nusra gibi örgütlere dönüşmüştür. Bazen kendi adına, çoğu kere onu kuran istihbarat adına eylem yapmaya devam etmiştir.

Suriye'de meydana gelen iç karışıklık sebebiyle bölgenin terör örgütlerinin yuvası haline gelmesi sonucu bu örgütlerden biri, adının IŞİD (DEAŞ) olduğunu ileri sürerek hilafet ilan ettiğini duyurup, kendilerine boyun eğmeyen herkese düşman olduklarını açıkladılar. Gündeme ise meşhur kafa kesme videoları yayımlayarak geldiler ki bu, şu ana kadar terör örgütlerinin eylemlerine benzemeyen farklı bir eylem türüydü. Başta sözde halifesi olmak üzere beyin takımının, bir dönem El Kaide terör örgütünün mensupları oldukları biliniyor. Bir dönem CIA için çalışan ancak daha sonra tüm bildiklerini kamuoyu ile paylaştıktan sonra Rusya'ya iltica eden Edward Snowden, DEAŞ'ın kimin tarafından kurulduğu ile ilgili olarak özetle şunları söylemiştir (Yenişafak, 2014, 8/16):

> "IŞİD; ABD, İsrail ve İngiltere'nin istihbarat birimleri tarafından kuruldu. Amaç başta İsrail'in güvenliğini sağlamak olmak üzere, Ortadoğu'nun enerji kaynaklarına sahip olmak, bölgedeki siyasi boşluğu doldurarak bu üç devletin çıkarlarına hizmet etmek."

Edward Snowden'ın söylediklerini destekleyecek çok önemli bulgular da ortaya çıkmıştır. Örgütün çok kısa sürede kurulması, ekonomik olarak çok güçlü olmakla birlikte dünyanın her bölgesinde gizli oluşumlara ve çok geniş bir ağa sahip olmaları, hegemonik güçlerin doğrudan ya da dolaylı desteklerinde olduklarını göstermektedir.

İşin bir başka önemli noktası ise PKK'nın Türkiye'ye karşı eylemlerinde silahların sustuğu bir dönemde DEAŞ terör örgütünün ortaya çıkmasıdır. PKK'nın ateşkes ilan etmesinin ardından emperyalist devletlerin, Ortadoğu'da kendi çıkarlarına

hizmet edecek bir taşeron örgüt kurmak istedikleri anlaşılmaktadır. Özellikle ABD ve İsrail ile uzun yıllardan beri bu topraklar üzerinde farklı emelleri olan ancak bundan vazgeçmeyen İngiltere, yeni dönemde kendi ülkelerini ve halklarını tehlikeye atacak doğrudan savaşlardan kaçınmaktadırlar. Kamuoyunda itibarlarını zedelemeden, enerji kaynaklarının kontrolüne sahip olunarak hegemonyalarını sürdürebileceğine inandıkları bu bölgede, silahlı operasyonları taşeron örgütleri kullanarak vekâlet savaşlarını destekledikleri açık bir biçimde görülmektedir. Aksi takdirde, DEAŞ'ın çok kısa bir süre içinde bu kadar geniş bir ağa, güçlü bir ekonomiye ve inanılmaz bir nüfusa sahip olmasının, arkasındaki güçler olmadan mümkün olmayacağı anlaşılmaktadır.

Yeni Söz Gazetesi Yayın Yönetmeni Kemal Özer şöyle söylemektedir (Özer, 2016):

> "Terörün Türkiye yahut bir Müslüman ülkeyi vurduğunda, batı ve pek çok batılı mutlu olmaktadır. Oysa terör kimi vurursa vursun Müslümanlar asla aşağılık bir haz yaşayamazlar aksine sanki kendilerini vurmuş gibi hissedeceklerdir. Müslümanlar, hiç kimsenin katledilmesine rıza gösteremezler, inansın ya da inanmasın kendilerine silah doğrultmayan herkesin hayat hakkına saygı duyarlar, lâkin batılılar genellikle böyle düşünmemektedirler. İçerdeki aynı genetik kökten gelen ve benzer zihnî sapkınlığı yaşayanlar ile dış düşmanın ortak paydası islamafobi ya da İslâm düşmanlığında buluşmaktadır. Bu düşmanlık yüzünden sadece bir et yığınından ibaret kalplerini kaplayan kin ve gözlerini bürüyen nefret ateşini Müslümanlara yöneltiyorlar."

Kemal Özer'in makalesinde, bu kinin bir neticesi olarak DEAŞ'ın İslâm ve Müslümanlara zarar vermek için üretilmiş bir canavar olduğunu, Suriye'de terörist faaliyet yürüten İsveçli Bherlin Gildo'nun Londra'da görülen davasının safahatını Guardian gazetesinin yazarı Seumas Milne'den şöyle aktarıyor (Milne-2015 Aktaran Özer, 2016):

> "Irak'ta ortaya çıktıktan sonra, Suriye başta olmak üzere bölge ülkelerine yayılan DEAŞ, Bush ve Blair tarafından Irak işgali sırasında kuruldu. İsveçli terör zanlısı Bherlin Gildo, terör örgütü DAEŞ'in, Britanya istihbaratı MI6 ile Amerika'nın dış istihbarat örgütü CIA tarafından kurulduğunun belgelerini mahkemeye sununca, davasının serencamı birden bire değişiyor. Gildo'nun yaptığı şey, hem mahkemeyi hem de Batıyı son derece rahatsız eder. Bunun üzerine terör zanlısının davası kapatılır. Adâletin küçük düşmesi umurunda olmayan mahkeme hâkimi, "istihbarat servislerinin mahcup düşmesini engellemek" maksadıyla davanın düşürülmesine karar verir."

Guardian yazarı Seumas Milne söz konusu yazıda, ABD ve İngiltere'nin, DAEŞ'ın kurulmasının yanı sıra yükselişinde de büyük rol aldığını, aynı şekilde El-

Kaide'nin de aynı devletlerin elinde büyüyüp geliştiğini kaydederek Batının bu konudaki ikiyüzlülüğünü deşifre etmiştir. General Petraus liderliğindeki ABD güçlerinin, Irak'taki direnişi zayıflatmak adına bağnaz ölüm timlerini bölgeye gönderdiğini yazan Milne, El Salvador tarzı bir kirli savaşı desteklemesiyle Irak işgali boyunca bunun yeniden biçimlendirildiğini, aynı şekilde DAEŞ'ın Libya'ya da sokulduğunu belirtiyordu. Açık veya gizli savaş çıkarmak isteyen batılıların onu sürekli geliştirip, çevreye saldırtarak güçlendirdiğini belirten yazar, bu örgütü kuranların etkisiz hale getiremeyeceğini şu sözlerle anlatmaktadır (Milne, 2015):

> "Bu hastalığı tedavi edebilecek olan virüsü üretenler değil, bölge halkının ta kendisidir!"
> "Zikrettiğimiz bu dava, sadece DAEŞ'in batılı liderlerin tasarrufu ve istihbarat örgütlerinin organizasyonu ile kurulduğunu göstermekle kalmıyordu. Bunun yanı sıra aynı zamanda da DAEŞ'i kuranların Irak'tan sonra Suriye'ye, Suriye'den sonra da 2012 yılında Libya'ya soktukları ve de Libya ordusunun silahlarının da DAEŞ'li teröristlere verildiğini belgeliyordu. Musul'un DAEŞ'e teslim edilerek Irak ordusuna ait silahların aynı terör örgütünün eline geçmesinin sağlanması gibi gelişmeler, Musul'un işgali, Suriye'yi saran DAEŞ terörü ve Libya'daki iç savaş tezgâhlanıyordu. Bunun yanı sıra, İngilizlerin elinde olan dünyanın en büyük petrol rezervlerine sahip Nijerya'nın, DAEŞ'in kolu Bokoharam eliyle nasıl çaresiz bırakıldığını ve boyun eğdirilmeye çalışıldığını da açık seçik ortaya koyuyordu."
> "DEAŞ'i kuranlar nasıl militan toplayacaklarını da planlamışlardı. Öncelikle, Irak hapishanelerinde tutulan bir kişinin serbest bırakılarak 2006'da kurdukları DAEŞ'in başına getirildiğini hatırlayalım. 2010 yılı Ağustosunun son gününde bazı videolar paylaşıldı. Bunlar, Amerikan askerlerinin Iraklı kadın ve erkekleri asmaları, aralarında 10-12 yaşlarında çocukların da olduğu insanları çırılçıplak soyup sonra sıra ile tecavüz etmeleri, çocukların gözü önünde anne babalarına tecavüz edilerek başlarına alkol şişeleri vurularak öldürülmesi, üzerlerinde sigara söndürülerek ve zevkten çığlık atmaları gibi insanın kanını donduran görüntülerdi."

Bu eylemleri HD kameralara kaydetmeleri bir anlık zevk ve çılgınlık sonucu mudur? Bu vahşetin, narsisçe, şizofrence kaydedilmesi ve bu kayıtların yapılmasından sonra bunları kim, neden servis ettiği üzerinde derin analiz yapmayı gerektiren bir durumdur. Bunların video paylaşım sitelerinde yayınlanmasının insanlık vicdanının harekete geçmesi olarak da değerlendirilmemelidir. Bunu yapanların, kayıt altına alanların ve yayanların suç işledikleri açıktır. Ama neticede küresel sistemin efendilerinin hem savcı, hem avukat, hem de hâkim olmaları, bütün bunların üstünün örtülmesini kolaylaştırmaktadır. Bu şahıslar belki deşifre edilince öldürülebilmekte, bunların arkasındaki güçler hem kötü adamları yok etmiş olmanın kahramanlığını yaşamakta, hem

de küresel ve bölgesel amaçlarının gerçekleştirmenin mutluluğunu paylaşmaktadır. Bu videolar servis edilerek, Müslüman toplumların içindeki tefekkür kabiliyeti olmayan, hastalıklı, suç işleme potansiyeli yüksek kişilerin DAEŞ'e katılması sağlanabilmektedir. Bir kısmı ise yoksullukları düşünülerek parayla satın alınmaktadır.

Bu görüntüleri bilip de harekete geçmeyen, bu yetmezmiş gibi aksine üstünü örterek destek veren hegemonik güçlerin amaçları doğrultusunda örgüte operasyon yaptıkları görülmektedir. Kamuoyu hassasiyetnin belli bir noktaya ulaşması sonucunda bölge kontrolünü sağlayacak şekilde müdahalelerin önünü açmaktadır. Örgütü kurup geliştirenler tarafından kurtarılmak, bir de üstelik kendileri olmazsa bu tehlikeden kurtulunamayacağının bilinçlere işlenmesi, bölge ve İslam dünyası açısından ne kadar hazin bir durumla karşı karşıya olunduğunu göstermektedir.

Dünyanın en korunaklı şehirlerinde yaşanan terörden, nerde olursa olsun halklar olumsuz etkilenip huzursuz olmakta, ancak hegemonik güç uygulayan devletlerin tepkileri ise iyi niyetten uzak görünmektedir. Zira bu durum yeni savaşları tetikleyip yeni silahların satılmasına vesile olmaktadır. Yeni masumların ölmesini sağlayarak yeni yeni düşmanlıklara yol açmaktadır. Devletlerin ya da küresel güçlerin kendi aralarındaki ekonomi politik hâkimiyetinin araçları olmaktadır. Birinci ve İkinci Körfez savaşlarından sonra Ortadoğu üzerinde yeni paylaşım savaşları terör üzerinden planlanmış izlenimi vermektedir. Nitekim ABD'nin Ankara'daki Elçisi John Bass "Türkiye'de son dokuz aydır kayda değer bir DEAŞ saldırısı yaşanmıyorsa bu durum hükümetlerimizin işbirliğinden kaynaklanıyor" dedi (Haberturk, 2017, 10/7). Donald Trump, seçim kampanyası sırasında DEAŞ'ı Obama'nın kurduğunu; Hillary'nin de bu kuruluşa yardımcı olduğunu söylemişti (Sabah, 2016, 8/12). Birkaç yıl önce Rusya'ya sığınan NSA ve CIA'in eski ajanı Edward Snowden da "CIA, DEAŞ'ı MOSSAD ve MI6 ile birlikte kurdu" demişti (Milliyet, 2014, 8/17). DEAŞ'ı manivela gibi kullanıp, onun bir süre sonra boşalttığı bölgelere emirlerindeki bir başka terör örgütü olan YPG/PKK'nın yerleşmesini sağladılar. Rusya Savunma Bakanlığı, YPG /PKK'nın DEAŞ'in kontrolündeki bölgeyi, ABD'nin onlarla savaşmadan geçtiğine dikkat çekerek ABD ile DEAŞ arasında bir anlaşmaya göndermede bulunmuş, ayrıca Rusya Savunma Bakanlığı ABD'nin Suriye'de DEAŞ'a istihbarat sağladığını iddia etmişti (Korkmaz, 2017). Daha önce Reina'da katliam yapan tetikçinin, terör saldırısı esnasında sadece ABD Özel Kuvvetleri'nin envanterinde bulunan bir bombayı kullandığı, gece kulübündekilerin geçici körlük

yaşamasını fırsat bilerek de kalaşnikofu ile mekândakileri taradığı tespit edilmişti. Bununla birlikte, hakkında gözaltı kararı çıkarılan Paralel Yapı (FETÖ) mensubu bir şahsın DEAŞ üyeliğinden de arandığının ortaya çıkması iki terör örgütü birlikteliğini anlatmaktadır.

4.5.1. İnfaz Sahneleri

Terör örgütü DEAŞ, bir süre esir tuttuğu Amerikalı gazeteci James Foley'i kafasını keserek infaz etmiş ve video ile görüntülerini yayınlamıştı. CyberBerkut isimli hacker grubunun geçtiğimiz günlerde ortaya çıkardığı görüntülerde ise bu videoların bir Amerikan stüdyosunda çekildiği ve her şeyin bir Amerikan propagandasının parçası olduğu öne sürülmüştür. Amerikalı senatör John McCain'in Haziran ayında gerçekleştirdiği Ukrayna ziyareti sırasında, Rus yanlısı CyberBerkut hacker grubu McCain'in dizüstü bilgisayarındaki güvenlik duvarını aşarak, içindeki gizli bilgilere ulaşmıştı. Görüntüleri Leaks Source'ta paylaşan hacker grubu, McCain'e yolculukta gizli dosyalarını yanında taşımaması konusunda uyarı mesajı gönderirken, 'Pek çok gizli belgeyi ele geçirdik, ancak aralarındaki en önemli bilginin bu görüntüler olduğunu düşündüğümüz için önceliği buna veriyoruz' açıklamasını yapmıştı (forum.derindunya.com, 2016). John McCain'in daha önce de DEAŞ terör örgütü ile bağlantısı olduğuna dair iddialar ortaya atılmıştı. Senatörün geçen sene, DEAŞ'in lideri Ebu Bekir El Bağdadi ile fotoğrafları ortaya çıkmış ve Amerika – DEAŞ arasındaki bağ tartışmaları alevlenmişti (Orakoğlu, 2017). Yayınlanan görüntülerde diz çökmüş kel bir adam, yanında DEAŞ militanı ile aynı kıyafetleri giyen ve aynı hareketleri yapan bir kişi, arka planda "Chroma key" efekti için yeşil bir duvar, çift kamera açısı ile örtüşen kameralar, sağ tarafta ise rüzgâr efekti için yerleştirilmiş vantilatörler gözüküyor (Vodinalı, 2017).

James Foley'in başının kesildiği görüntülerin aslı olduğu iddia edilen bu stüdyo görüntülerinin dışında, birçok DEAŞ görüntüsü için de aynı şeyler iddia edildi. Hollywood'un ünlü korku filmleri yönetmeni Mary Lambert, DEAŞ'in 21 Mısırlı Hristiyan'ın Libya'da başının kesildiğini gösteren görüntülerin stüdyo yapımı olduğunu, incelemeleri sonucunda bu videoda aslında sadece altı militan olduğunu, kişilerin tekrarlandığını, sözde cihatçıları yakın çekim olarak aldıklarında da arkadaki sözde denizin sahte olduğunu fark ettiklerini, arka planda "chroma key" ekranı olduğunu, denizin başka bir görüntüden aktarıldığının çok açık olduğunu, efekt olduğu gayet açık olan denizin kırmızılaşması ile ilgili bir açıklamaya da gerek duymadıklarını söylemiştir.

Üstelik Libya'daki görüntülerin çekildiği söylenen tarihte de, Rus meteorolojisi bölgede uzun saatler süren bir kum fırtınası yaşandığını açıklamıştı (Liderhaber.org, 2016, 12/25).

Görüntüler pek çok tartışmayı beraberinde getirirken, bazı kesimlerin "hacker" grubuna inanıyor olmasına rağmen, bunun sadece bir karalama kampanyası olabileceğini savunanlar da bulunmaktadır. Bu kez yaşlı ve ellerinde İkinci Dünya Savaşı'ndan kalan tüfekleri olan infazcılar, her zamankinden oldukça farklı görüntü veriyorlar.

Bir başka dikkat çeken karede, yüzü kapalı bir DAEŞ teröristi kolları arkadan kelepçelenmiş iki esiri dirseklerinden tutarak vahşetin sergilendiği odaya taşıyor. İllüzyon Yapma' adını taşıyan video, Müslümanların en kutsal zaman dilimlerinden biri olan Kurban Bayram'ının ilk günü yayınlandı. On iki dakikalık videoda tuhaf bir şekilde, Tom Cruise'un başrolünde oynadığı 2015 yapımı 'Mission: Impossible – Rogue Nation' filminden de bir bölüm bulunuyor (Liderhaber.com, 2016, 12/25). DEAŞ halkı evlerden çıkarmıyor diye bilinir. Ancak halk aralarında ve bakışlar son derece sakin görülüyor. En azından DEAŞ'tan temizlenen yerlerdeki halklar böyle söylüyor. DAEŞ'ın yayınladığı ve Ürdünlü pilot Muath al-Kasaesbeh'in ait olduğu iddia edilen videoda, pilot bir kafesin içine kapatılarak militanlar tarafından canlı canlı yakılıyor. Ürdün devlet televizyonu pilotun bir ay öncesinde öldürüldüğünü açıkladı. 24 Aralık'tan bu yana DAEŞ tarafından esir tutulan Ürdünlü Pilot Muath al-Kasaesbeh'in infaz görüntülerinin bulunduğu videoda kafesin içine kapatılan turuncu kıyafetli pilot yakılarak infaz ediliyor (bbc.com, 2015, 2/6). Görüntülerin Ürdünlü pilota ait olduğu DAEŞ tarafından doğrulanmamıştır. Yakılarak öldürmenin İslam'a aykırı olduğu düşüncesi nedeniyle, açıklamaların örgüt taraftarlarını bile tatmin etmediği anlaşılmaktadır. Kurbanın sakin görünmesinin nedeninin, çok miktarda verilen ilaç etkisi olduğu söylenmiştir (hürriyet.com.tr, 2015, 2/15).

Bugün İslam Dünyasında yeni hariciler gibi türeyen bu yapı İslam'ın kendisinden kaynaklanan bir yapı değildir. Bazılarının iddia ettiği gibi Sünni Müslümanlığın bağnazlığından da kaynaklanmamaktadır. Bu oluşumun önünü açan besleyip büyüten Vahhabiliği, Lavrance'i ortaya çıkaranlardır. Batının müdahale etmediği yerlerde fundamentalizm (radikal köktencilik) etkisi görülmemektedir (Elsasser, 2015, s.323). Radikal İslam ile çatışma planları, daha öce istihbarat örgütlerinde çalışmış Sibel Edmonds ve Snowden gibilerce deşifre edilmiştir. NATO'nun Galdyo B kapsamında Amerikan ve İngiliz istihbaratının cihadistlerin içine nasıl sızdıkları, Balkanlarda

Ortadoğu ve Kafkasya'da radikallere nasıl destek verdikleri anlatılmaktadır (Demirağ, 2015, s.224-228). CIA'nin Usame Bin Ladin ile ilişkisi yanında DEAŞ militanları, El Nusra vb. Selefi cihadist örgütleri Ürdün'de savaş eğitimine tabi tuttukları bilinmektedir. Bu örgütlerden yola çıkarak İslamafobiyi bir savaş propaganda silahı olarak kullananlar Batılı hegemonik güçlerdir. En az bu hegemonik güçler kadar İslam nefreti ile dolu bazı kişiler de, İslamafobik Batılılar gibi DEAŞ'ın İslam'ın özü olduğunu söyleyerek, söz konusu işgal propagandasının bir parçası haline gelmekte, barış içinde bir arada yaşama çabalarını zora sokmaktadır. Bütün bunlara rağmen ikibin küsur yıllık Türk Devlet aklı hegemonik güçlerin hesaplarını anlamış ve bunlara yönelik planlar yapmaya başlamıştır.

4.5.2. İnfaz Sahnelerinin "Seven" Filmiyle Benzerliği

Kamera karşısında kafası kesilerek infaz edilen Amerikalı gazeteci James Foley vasıtasıyla DEAŞ popüler kültürle adeta dans etmekte, terörizmi seyir endüstrisinin şovuna dönüştürmektedir



Resim 6

Finansal Times yazarı Malkani, IŞİD eylemini tüm dünyanın gözüne sokan dayanılmaz görüntünün dehşeti kadar 'videografik niteliği' ile de ilgileniyor. Popüler kültürün ilgi çekiciliğini burada çok etkileyici bir biçimde kullanıyor. İçinde bulunduğumuz dünya halini ve zamanın ruhunu tanımlama yolunda 'Meşhuriyet Çağı' tabirinin sanattan, edebiyattan, eğitimden, mesleki özelleşmeden, ideoloji, siyaset ve dinden öte terörü de içselleştiren bir muazzam işleyiş çerçevesi olduğunu düşündürüyor

(Atay, 2014). Karşımızdaki tablonun bir terör eylemi olduğu kadar ‘şov’ olduğunun altını çiziyor. Kusursuz, çekici ve radyofonik bir İngiliz aksanıyla konuşan kanlı eylemcinin motivasyonunun sadece ideolojik olmadığını, aynı zamanda kendini göstermek ya da şovmenlikle alâkalı olduğunu vurguluyor.

Örgütün infaz görüntülerinin ‘Görsel Kültür’ insanının popüler bilincinde yakıcı yer etmiş ‘Seven’ filminin final sahnesiyle benzerliği dikkat çekiyor. Kafası kesilen Amerikalı gazeteci gibi turuncu giysili bir adam (Kevin Spacey) çöllük bir alanda diz çökmüş haldedir ve başında dikilen, silahını ona doğrultmuş adam da (Brad Pitt) tıpkı dehşet videosundaki DEAŞ militanı gibi siyahlar içindedir (Atay, 2014). Nihayet Malkani, saflarını dolduran cihatçı gençlerin pek çok sosyal medya narsisti gibi dikkat çekmek için çırpındığını ve önemsenme arzusuyla dolu olduklarını öne sürüyor. Bu iddiasını güçlendirme yolunda da, geçen yıl Londra’nın Woolwich bölgesinde bir İngiliz askerini güpegündüz doğrayan iki İslâmcı militanın, sonrasında sokak boyunca nasıl aşağı-yukarı dolanıp insanlarla sanki röportaj verircesine konuştuklarını ve adeta bir film prömiyerinde ‘kırmızı halı’da yürür gibi kameralara da pozlar verdiklerini bize hatırlatıyor (Malkani, 2014).



Resim 11

“Seven” filmini gözümüzün önüne getirdiğimizde, yedi ölümcül günaha (oburluk, açgözlülük, tembellik, kibir, şehvet, haset, öfke) sahip kişileri acımasızca öldüren vaaz veren rahip görünümündeki seri katilin eylemleri, gerek görüntü kullanımı gerekse

vahşice işlenen cinayetler bakımından DEAŞ infazlarına benziyor. Çöl ortamında turuncu kıyafet, renk tezatlığı çok iyi bir şekilde seyircinin hafızasına kazınacak tarzda işleniyor. İki polis dedektifi çeşitli dini ve edebi eserlerden alıntılarla cinayetleri aydınlatmaya çalışıyorlar. Buadrillard'ın dediği gibi sıcak olaylar soğuk olaylara dönüşüyor, olaylar simüle edilerek sıradanlaşıyor, Körfez Savaşı görüntüleri gibi bir nevi bilgisayar oyunlarındaki savaş sahnelerini andırarak eğlence dünyasındaymış gibi vahşetin korkunçluğu gizlenebiliyor. Sonuçta "seven", kıyamete gidiş izleriyle örülü İncil kehanetlerine göndermeler yapan bir Mesih ve Armegedon Savaşı öncesi kâbus toplumunu yansıtıyor. Seri katilin filmin sonunda kendisini infaz ettirmesi ile DEAŞ infaz sahnesi o kadar birbirine benziyor ki, sanki beraber çalışılmış gibi bir imaj veriyor. Zemin rengi çöl, giyilen kıyafet turuncu renk tezatlığıyla adeta kitlelere vahşetin dehşeti anlatılıyor. Bu anlayışa sahip insanın ya da düşüncenin neler yapabileceği hususunda bilinçaltı fikirleri kitlelere benimsetiyor. Bir taş ile birkaç kuş vurmak buna denir. Bir taraftan kötü ve vahşi olanla özdeşleştirdiği İslamı bütün dünyaya öğretip, onunla mücadele edilmesi gerektiğini zihinlere işliyor. İslam Dünyası'nın da, aşağılık kompleksi içerisine girmesini sağlayarak kendine yabancılaşmasını sağlıyor. Böylelikle Batıya yönelik eleştirilerin önünde, suçluluk psikolojisinin etkisiyle daha suskun ve kabullenici bir tarzın tohumlarını ekiyor. Bir taraftan da hegemonik güçlerin bölgesel ve küresel hâkimiyetinin meşruiyetini kabullendiriyor. Bölge insanı açısından ise hegemonik güçlerin kurtarıcı bir figür olması sağlanıyor. Adaletin tesis edilemediği ortamda yaşayan öfkeli ve suça bulaşmış gençleri de terörün malzemesi yaparak marjinalleştiriyor.

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Küreselleşme süreci, medya kavramını ve içeriğini değiştirmektedir. Medyadaki bu değişim ve dönüşüm kültür ve yaşam üzerinde önemli değişiklikler yapmakta ve yapmaya devam edecek görünmektedir. Ekonomik, kültürel ve siyasal küreselleşme iç içe girmiştir. Medya tarihte hiç olmadığı kadar kapsayıcı ve dönüştürücü konumdadır. Küreselleşme sürecinin getirdiği ulaşım ve bilgi teknolojilerindeki gelişmeler, kamuoyunu yönlendiren, ikna eden ve rıza üreten kitle iletişim araçlarının hayatımızdaki önemini daha da artırmaktadır. Medya, kamuoyunu yönlendirmede çok önemli hale geldikçe, medyayı da yönlendirmek isteyen başka güçler ortaya çıkmaktadır. Çünkü çok karmaşık bir yapıya sahip olan kamuoyuna nüfuz edebilmenin en kestirme ve etkili yolu, medyayı etkilemekten ya da manipüle etmekten geçmektedir.

Devletler ya da çok uluslu sermaye grupları, kendi amaçları doğrultusunda iktidar sahibi olmak ya da iktidarını devam ettirmek için ürettikleri siyasetin bir aracı olarak medyayı yönlendirmek istemektedirler. Siyasal iktidarlar, ondan ayrı düşünülemeyen ekonomik iktidarı devam ettirmek için medya gücüne ihtiyaç duymaktadırlar.

Özgür, tarafsız ve kimseyle çıkar ilişkisinin olmadığı durumda, medyanın gerçek işlevlerini yerine getirebileceği söylenir. Medya, siyasal iktidarın uygulamalarındaki yanlış ve eksikliklere dikkat çekerse, eleştiri hakkını kullanabilirse ve kamuoyunu bilgilendirme görevini yerine getirirse, toplumsal faydanın maksimize edileceğine inanılır. Ancak siyasal iktidar üzerinde oluşturulamayan uzlaşma, bu durumdan uzaklaşmaya yol açmaktadır. Reklam veren ile medya sahibi arasındaki çatışmalar doğru haber alma imkânlarını zayıflatmaktadır. Bu durumu önlemeye yönelik olarak düşünülen medya endüstrisi ile uğraşanların başka işinin olmaması düşüncesi fanteziden ibaret gibi görülmektedir. Çünkü doğrudan ya da dolaylı olarak güç odakları çıkarları gereği buna izin vermek istememektedir.

Kitle iletişim araçları ve ulaşımdaki teknolojik değişiklikler sayesinde, kişilerin enformasyona ulaşım engelleri ortadan kalkmıştır. İnsanlar, telefon, radyo, televizyon,

sinema gibi geleneksel kitle iletişim araçlarının yanında, teletext, internet, podcast, IPTV gibi birçok iletişim aracıyla bilgiye daha hızlı ve interaktif bir şekilde bilgiye ulaşabilmektedirler. Günümüzde hızlılık, anındalık ve canlı yayın teknolojileriyle dünyanın herhangi bir yerindeki olaylarla ilgili birkaç dakikada bilgi sahibi olunabilmekte, hatta pek çok haber bir günden daha kısa zamanda haber değerini yitirmektedir. Kitlelere yönelik yayıncılık anlamına gelen broadcasting yerine, özel seyirciye yönelik beğeni kültürüne yönelik programlar yaygınlaşmaktadır. Artık izleyiciler, interaktif bir biçimde takip ettikleri programa dair düşüncelerini, anında olumlu ya da olumsuz olarak belirtebilmektedir. Diğer taraftan iletişim alanındaki gelişmelerin etkisiyle deneyimler ve kültürler paylaşılmakta, toplumlar birbirlerine daha çok benzemektedirler. Medya küreselleşmenin en önemli hızlandırıcısı olmuştur. İnternet ve sosyal medya, geleneksel medya araçlarına da haber kaynaklığı yapmaktadır. Radyo ve televizyon yayıncılığının mecrası değişmiştir. İnternet üzerinden daha ucuz bir şekilde yayın yapılabilmektedir. Telekomünikasyon ve bilişim teknolojileri iç içe girerek medya araçlarını yaygınlaştırmaktadır. Finansal hareketler ve e- ticaret, şirketlerin işleyiş yapısını değiştirmektedir. Yeni medya araçları tarihte hiç olmadığı kadar daha hızlı, daha ucuz bir şekilde küresel sivil toplumun büyümesine ve etkililiğine katkıda bulunmaktadır.

Bu hususların yanında, iletişim sürecindeki gelişmelerin bazı olumsuz sonuçları da ortaya çıkmaktadır. Dünyanın gelişmiş ülkelerinin önde gelen haber ajanslarından gelen haber akışları, diğer ülkelerdeki medyada onların bakış açısıyla verilmektedir. Haberlerde ve program içeriklerinde tek yönlü bir akış egemendir.

Bunun yanında, aynı sermaye grubunun birbirinden farklı birden çok kitle iletişim aracına sahip olması şeklinde özetlenebilecek yatay birleşmeler, medyada tekelleşme oluşturmaktadır. Kamu yararına yayınlar yapma modeli, yerini hegemonik güçlerin çıkarlarına bırakmaktadır. Ayrıca insanları bir nevi yalnızlaşmaya iten küreselleşen medya, az gelişmiş ülkelerdeki yayınlarıyla, ülkelerin iç işlerine karışma ve yönlendirme arzusu içerisinde görülmekte, toplumların kendi kültürel miraslarına duyarlılıkları da azaltmaktadır. Demokrasilerde basın özgürlüğü sorunların çözümünde, gerçekçi çözümler üretilmesinde çok önemli bir değer olsa da, küresel sistemin hegemonları tarafından kendi çıkarları doğrultusunda manipüle edilebilmektedir. Küreselleşmeyle birlikte küçülen dünya da, yeni iletişim olanakları düşüncelerin yayılması önündeki engelleri geçersiz kılmaktadır. Facebook Twitter, Youtube ve İnstegram gibi sosyal

ağların mesajlarıyla, milyonlarca insanı bir çığ gibi büyüterek harekete geçmesi sağlanmaktadır.

Küresel sermayenin patronları medya çalışanlarını ve haberleri doğrudan ya da dolaylı yollardan kontrol etmektedirler. Medya yöneticileriyle yapılan gizli toplantılarda gizliliğe önem verdikleri için teşekkür edilmekte, emekli olan medya mensuplarının yazmış oldukları kitaplarda, halka nasıl yalan söylendiği, yalan haberlerin nasıl oluşturulduğu anlatılmaktadır.

Küresel sermaye, medyada çeşitli yollarla enformasyon ve kültür iletimi yapmaktadır. Kendi stüdyolarını kurup içerik üretmekteler ya da üretilen içeriği hızlı bir şekilde tüm dünyaya dağıtarak varlıklarını ve karlılıklarını sürdürmektedirler. Medyada yer alan yarışma programlarının önemli bir kısmının yabancı formatlardan uyarlama olduğu gerçeği iletişimin küreselleşmesi sürecinin Türk medyası gibi gelişmekte olan ülke medyalarını sadece satın alma ya da ortaklıklarla değil, içerik temini noktasında da yoğun biçimde etkisi altına almış olduğunu ortaya koymaktadır. Küresel sermayeli medya yapılanmaları ve televizyon programları, yerel kültürel kodların eksikliği nedeniyle kültürel anlamda yozlaşmanın kapısını aralamaktadır. Küresel medya kuruluşları, kendilerine ait kültürü bütün dünyaya yayarak, kendi ideolojilerini benimsetmekte, küresel tüketim kültürü oluşturmaktadırlar. Toplumlar arasındaki iletişim ve diyaloğu geliştiren bu sürecin belki de en kötü yanı, dominant kültürün yerel kültürleri tahrip etme olasılığının artmasıdır. Bununla birlikte, Türk yapımı dizilerin dünyanın değişik bölgelerinden birçok ülkeye pazarlanmaya başladığını ve bu sektörün medya yöneticileri için önemli bir maddi kaynak oluşturduğunu da belirtmek gerekir. Medya içeriklerinin ithal edilmesinin yanında diziler yoluyla ihraç edilmesi süreci, toplumlar arasındaki iletişimi ve kültürlerarası alışverişi de arttırmakta, özellikle kendi kültür havzamızda yeni heyecanlar yaratmaktadır. Lehte ya da aleyhteki unsurlarla birlikte karşılıklı etkileşimin yaratacağı yeni sentezleri müspete dönüştürmek de mümkündür.

Yirminci yüzyılda, Kapitalizm, Roma ve Yunan Felsefesi, Hristiyanlık, Emperyalist Sömürgecilikten oluşan Batı Medeniyeti, bu yüzyılda "Küreselci" kavramı altında bütün dünyayı etkisi altına alarak evrimleşmiştir. Büyük aile ve şirketlerin devletler üstü gücünü temsil eden küreselciler, mikro milliyetçilik ve demokrasi kavramıyla tek dünya devleti özlemi içerisindedirler. IMF, Dünya Bankası, Dünya Ticaret Örgütü, AB gibi uluslararası örgütler, Dış İlişkiler Konseyi, Bilderberg, Üçlü

Komisyon, Açık Toplum Enstitüleri gibi dernek ya da vakıf oluşumları, FETÖ, Opus Dei, Moon Hareketi gibi dinsel yapılar tek dünya devleti oluşturmanın aracıları pozisyonuyla hareket etmektedirler. Avrupa ve ABD başta olmak üzere, küreselciler ile devletlerarasında ciddi bir egemenlik mücadelesinin varlığı hissedilmektedir. Bu nedenle, neoliberal politikalar ve korumacılık arasında gitgeller yaşanmaktadır.

Küreselleşme sürecine eleştirel yaklaşan kuşkuculara göre, yirminci yüzyıldan buyana daha az bağımsız dünya düzeni vardır. Bu görüşe göre, küreselleşmenin itici gücü devlet ve piyasalardır. Bazı görüş sahipleri ise, dünya üzerindeki coğrafi iş bölümünün, ham maddeye ulaşım imkânlarının, endüstri üretiminin ve sermaye dolaşımının artmasıyla birlikte küreselleşmenin başladığını vurgularlar. Ulus devletlerin ve yerellerin gücünün zayıflamasını yeni bir çağ olarak değerlendirenler de vardır. Bazıları ise küreselleşmenin asıl etkilerinin belki de henüz tam olarak bilinmediğini, bunun yansımalarının gelecekte görülebileceğini belirtmektedirler.

Küreselleşme olgusunun karşısında, yerel olanın tepkiselliği de, muhalefet etme gücü de yetersizdir. Bu nedenle küreselleşme bir yüzüyle evrenselleşme veya benzeşme, diğer yüzüyle yerelleşme veya farklılaşma yönünde iki dinamiği bir arada barındıran, ikisini etkileşime geçiren ve sonuçta ikisini de dönüştüren bir süreç olarak karşımıza çıkmaktadır.

İletişim, ekonomi ve pratik hayatı kolaylaştıran dijital dünyayı, ideolojik ve dinsel açıdan da anlamak zorunluluğu vardır. Dini ve ideolojik yönü anlamadan, sadece teknolojik ürünlerin kullanım kılavuzunu bilen teknik adamlarla dijital dünyayı anlamak mümkün görülmüyor.

Dijital dünyamızın sınırlarını siber saldırılardan korumak güvenlik yazılımlarını üretmek ve geliştirmek çok önemli hale gelmektedir. Kendi yazılımını gerçekleştiremeyenler sistemlerinin problemlerini çözmede zorlanacaklardır.

Diğer taraftan da bireysel hesaplar vasıtasıyla kendini gizleyen güçler, bu örgütler üzerinden dezenformasyon yaparak bölgesel kaos yaratarak düşman üretmekte, güvenlik ihtiyacı oluşturarak kendi düzenlerinin devamını sağlayacak ortam hazırlamaktadırlar. Böylelikle haklı olan tepkiler terörize edilerek gayrimeşru alan içerisine hapsedilmek istenmektedir. Bir ülkenin istikrarsızlaştırılmasıyla, onun ürettiği siyaset biçimi ve üzerinde bulunduğu doğal kaynak ve stratejik pozisyonu arasında doğrusal bir ilişki bulunmaktadır. Kontrolü kolay olan ülkelerde daha çok otokratik yönetim ve ailelerle bu

sağlanmakta, kontrolün zor olduğu yerlerde ise sivil toplum örgütleri, vakıflar ve derneklerle demokrasi ve insan hakları gibi ulvi kavramlar kullanılarak, küresel medya etkili bir şekilde kullanılarak manipüle edilmektedir. Dünyanın gelişmesine ayak bağı olduğunu düşündükleri destekledikleri demokrasinin artık ömrünü doldurduğuna inanmakta, neo platoncu anlayışla seçkinci bir yönetim anlayışını arzulamaktadırlar. Dine karşı olmamakla beraber mevcut dinleri kabul etmemektedirler. Biraz mitolojiden biraz eski ve yeni ahit yorumlamasına dayanan evrensel bir insanlık dini hayallerini kullandıkları sembollerden görmek mümkündür. Dönüştürmekte zorlandıkları İslam, hayal ettikleri dünyanın karşısında en önemli engel olarak görülmektedir. Bu nedenle hem "ılımlı İslam" dedikleri kendi kontrollerindeki dünyaya hizmet eden yapıları, hem de düşman olarak gördükleri "radikal İslam'ın eylemlerinin yaygınlaşmasını sağlayarak savaşacakları kötüyü oluşturmaktadırlar.

Şiddet ve terör DEAŞ'ın varoluş koşullarını oluşturmaktadır. Örgütün son zamanlarda aldığı ciddi kayıplar takipçilerini bulundukları memleketlerde küçük ölçekli terör eylemleri yapmaya yönlendirmiştir. Sahadaki gerçeklik örgüt aleyhine işlese de dijital dünyada yarattığı sahte gerçekliğin etkisi devam etmektedir. Hegemonik güçlerin bölgesel ve küresel çıkarları için kurulmuş ya da yönlendirilmiş te olsa, Örgütün etkinliğini azaltmak için;

- Dijital dünyanın imkânlarını bilerek örgütün davranışlarının ne yönde etkileneceğini tahmin edebilmek, sosyal medyadaki etkinliğini kırmak için şiddet ve terör karşıtı kampanyalar geliştirmek gerekmektedir.
- "İslam'ın savaş dini" değil "barış dini" olduğu üzerinde durularak, cihat ve biat kavramları üzerinden Müslüman kanı akıtmanın dinsel meşruiyeti sorgulanmalıdır. Cihadın zulmü ortadan kaldırma, biatın hukuk devleti olduğunu anlatacak bir dil oluşturulmalıdır.
- İslami değer ve kavramlarla demokratik hukuk devletinin değer ve kavramları arasında bir zıtlık olmadığı, insanlığa rahmet olarak gönderilen peygamber uygulamalarıyla anlatılmalıdır.

İslami köktencilik, radikal İslam, Vahhabilik, ılımlı İslam, İslamafobi (İslam korkusu) gibi kavramlar batılı hegemonik güçlerce tanımlandı ve İsrail gibi yapay bir devletin merkeze alınmasıyla kabilecilik, etnik ve mezhep problemi üzerinden potansiyel fay hatları bulunan yapay sınırları olan devletler oluşturuldu. DEAŞ, küresel elitlerin,

Evangelistlerin, Siyonistlerin, askeri endüstriyel kompleks gibi Dünyaya nizam vermek isteyen güçlerin kıyamet savaşı öncesi değerli bir malzemesi olmuş durumdadır. Her kaostan bir yeni düzen çıkaracaklarına inanan bu güçler, Bölgede yeni sınırların teşekkülü için karışıklık istemektedirler. Bu planı bozabilecek en önemli güç, mezhep ve etnik çatışma riskini minimize eden, demokratik değerlerle İslami kavramları bozmadan bağdaştıracak güçler olacaktır.

Araştırma Önerileri

Bu çalışmada DEAŞ örneğinde hegemonik güçlerin bölgesel ve küresel hedefleri doğrultusunda yapmak istedikleriyle ilgili genel çıkarsamalarda bulunulmuştur. Benzer rolleri oynadığı düşünülen El Kaide, Bokoharam, Haşdi Şabi, PKK gibi terör örgütleri üzerinde çalışma yapılarak bu konudaki analizler genişletilebilir.

11 Eylül ve daha sonra İslam kavramı ile birlikte anılan terör saldırıları sonrasında üretilen İslamifobi kavramı ile Müslümanlar ötekileştirilmek istenmiştir. Medyayı elinde bulunduran bu güçler, kendilerine en çok zorluk çıkaran ve dönüştürmekte zorlandıkları İslam ile ilgili bu kavramı bilerek kullanmakta ve Müslüman terörist kavramını yaygınlaştırmak istemektedirler. Hristiyan ve Budistlerin yapmış olduğu terör faaliyetlerinin benzer kavramlarla ifade edilmemesi düşündürtmektedir. Bu konu gelecekte araştırma yapacaklar üzerinde tez konusu olma özelliği taşımaktadır.

Fransız ekonomist Piketty, Batı'da nüfusun artmaması nedeniyle ekonomik büyümenin gerçekleşmeyeceğine ve gelir servet çelişkisinin artmasına dikkat çekmektedir. Bu nedenle küresel bir servet vergisinin uygulamaya konmasını, aksi takdirde faşizm ve kominizmin iktidara gelerek serveti yeniden dağıtacağını öngörmektedir. Bu öngörünün hegemonik ilişkileri ne şekilde değiştireceği konusu araştırma yapacaklara tez konusu olarak önerilebilir.

Özellikle soğuk savaş sonrasında yapılan filmlerle İslam Ülkesi ve Müslümanlar terörist algısı oluşturacak biçimde sunulmuş, askeri müdahalelere ve terörle savaş maskesi altında her ülkeye rahatça girebilmesine meşruiyet kazandırılmıştır. Buna göre, somut olaylar kullanılarak, kitle iletişim araçları ve hükümetin söylemi aynı paralelde ilerleyerek hegemonya oluşturulmakta ve insanlar ötekileştirilmektedir. Bu nedenle medyanın özellikle de sinemanın genel kamuoyu etkisini değerlendirmek amacıyla, komünist, Nazi kavramlarının öne çıktığı soğuk savaş döneminde yapılmış filmlerle,

İslami terör kavramlarının öne çıktığı soğuk savaş sonrası dönemlerde yapılan filmlerin izleyiciler üzerinde ne tür etkiler yaptığı üzerine karşılaştırmalı etki analizi yapılabilir.

Bu satırların yazarı küreselleşmenin olumsuz yanlarını, kutsalla olan problemlerini görmekle ve eleştirmekle beraber, küresel olanla yerel olan arasında bir seçim önermemektedir. Küreselleşmenin kötü, yerel olanın iyi olduğu düşüncesini de savunmamaktadır. Her ne kadar son dönemde tekrar korumacılık ve devletçilik ön plana çıkmış görünse de, bu durumun geçici olduğunu düşünmektedir. Bilgi ve teknolojinin geldiği nokta ve geleceğini düşündüğümüzde, dünya üzerindeki insanların birbirlerine daha fazla benzemeye başlaması ve ortak hassasiyetleri daha çok gündeme getirmesi nedeniyle küreselleşmenin yerel unsurları içerisinde eriteceği kanaatindedir. Ancak kutsaldan arınmış ya da kutsalı manipüle eden küreselizmin, bilgi ve teknolojinin imkânları sayesinde demokrasiye de yirminci yüzyıldaki kadar ihtiyaç duymayacağını hissetmektedir. "Biyometrik çipler" ve "hacklenebilir insan" tasarımının, insan özgürlüğünü tehlikeye düşürmesinden endişe duymaktadır. Bu nedenle, "Hanginizin daha güzel işler yapacağı konusunda hayatı ve ölümü yarattım" diyen Yaratıcının evrensel ve değişmez ilkeleri doğrultusunda, kutsaldan kopmadan küreselleşmeyi bütün insanlığın mutlu olacağı, birbirini sömürmeyeceği ve varoluşsal değerlerin korunacağı bir formata dönüştürmenin mücadelesi içinde olunması gerektiği düşüncesindedir.

KAYNAKÇA

Tezin başlıca kaynakları, bu tezle ilgili kitaplar, yayınlanmış makaleler, gazeteler, bazı internet siteleri ve bu konu üzerinde yapılmış tezlerden oluşmaktadır.

Abadan Nermin (1974), *Kamuoyu Ders Notları*, Ankara: Siyasal Bilgiler Fakültesi Basın Yayın Yüksek Okulu.

Acar İbrahim ve Yavuz Ali (1999), "Globalleşme Olgusu ve Finans Piyasalarının Gelişimi*", Ege Bölgesi Maliye Bölümleri Araştırma Görevlileri Sempozyumu Bildiri Kitapçığı*, Anadolu Matbaacılık, İzmir.

Acemoğlu Daron ve Robinson James (2014), *Ulusların Düşüşü*, Çeviren Faruk Rasim Velioğlu, 5.Baskı, İstanbul: Doğan Kitap.

Acun Can (2014), "Neo el-Kaide: Irak ve Şam İslam Devleti (IŞİD)" *SETA Perspektif*, Sayı: 53

Adaklı Gülseren (2006), *Türkiye'de Medya Endüstrisi Neo liberalizm Çağında Mülkiyet ve Kontrol İlişkileri,* Ankara: Ütopya Yayınevi.

Adaklı Gülseren (2010), "Neoliberalizm ve Medya: Dünyada ve Türkiye'de Medya Endüstrisinin Dönüşümü" *Mülkiye Dergisi*, 2010 Cilt: XXXIV Sayı:269

Adaklı Gülseren (2015), "Hâkim güçlere ve hâkim gazeteciliğe meydan okuyan bir girişim" www.*dergipark.ulakbim.gov.tr*.08.05.2015.

Adorno T.ve Horkheimer M. (2010), *Aydınlanmanın Diyalektiği*, Çev. Elif Öztarhan, Nihat Ülner, İstanbul: Kabalcı Yayınevi.

Ağaoğulları Mehmet Ali ve Levent Köker (1991), *Tanrı Devletinden Kral Devlete*, Ankara: İmge Yayınları.

Ahmed Nafiz (2017), "Pentagon study declares American Empire is collapsing, insurge intelligence" USA. Aktaran Elif Örnek *Tr.sputnik.com*, 22.07.2017

Akal Cemal B. (1999), "Devlet, yasa, hâkimiyet", *İstanbul Ün*. Cumhuriyetin 75.Yılı.

Akar Attila (2016), *Derin Dünya Devleti*, 3.Baskı, İstanbul: Profil Yayıncılık.

Akarcalı Sezer (2003), *II. Dünya Savaşında İletişim ve Propaganda*, Ankara: İmaj Yay.

Akbaş Mehmet (2003), "İnternet iletişimi ve demokrasi" S.18, *İstanbul Ün İF Dergisi*.

Akgüç Öztin (1985), *Finansal Yönetim*, 4.Baskı, İstanbul: İstanbul Ün. Yayınları.

Akgül Mehmet (2008), "Medya ve Din: Radyo İletişimi ve Gözyaşı FM Örneği" *Türk İslam Medeniyeti Akademik Araştırmalar Dergisi,* Konya: Yaz, S. 6.

Akıllı Serkan (2010), "Neoliberalizm ve neoliberal popülizmin yükselişi: Adalet ve Kalkınma Partisi örneği", Kamu Yönetimi *Doktora Tezi*, Akdeniz Ün. SBE

Akşit Bahattin; Şentürk Recep; Küçükkural Önder; Cengiz, Kurtuluş (2012), *Türkiye'de Dindarlık Sosyal Gerilimler Ekseninde İnanç ve Yaşam Biçimleri.* 2. Baskı, İstanbul: İletişim Yayınları.

Aktan C. Can (1995), "Klasik liberalizm, neoliberalizm ve libertaryanizm" *Amme İdaresi Dergisi*, Cilt 28, Sayı 1, Mart.

Aktan Coşkun Can (1992), *Kamu Ekonomisinden Piyasa Ekonomisine: Özelleştirme*, Ankara: Nadir Kitap.

Aktan Coşkun Coşkun (1994), *Çağdaş Liberal Düşüncede Politik İktisat*, Ankara: Takav Matbaası.

Aktan, C. Can (1990), "Çağdaş İktisadi Düşünceler*"* DE Ün. *İİBF Dergisi* Cilt:5 S. 1-2.

Aktan, C. Can (2008), "Stratejik yönetim ve stratejik planlama*" Çimento İşverenleri Dergisi*, Temmuz-Ağustos.

Aktaş Murat (2015), "Demokrasi kavramına eleştirel bir bakış*"* Anemon, *Muş Alparslan Ün. SB Dergisi,* Cilt 3 Sayı 1 Haziran

Akyol Taha (2005), *Politikada Şiddet*, İstanbul: Truva Yayınları.

Albig William (1956) *Modern Public Opinion*, New York: McGraw-Hill Company.

Aldrich Richard (2009), *Regulation by Revelation. İntelligence, The Medya and Transparancy In Spinning İntelligence*, Edited by Robert Dover and Micheal Goodman, 13-36, New York: Columbia University Press.

Alemdar Korkmaz ve Erdoğan İ. (1994), *Popüler Kültür ve İletişim*, Ankara: Ümit Yay.

Alemdar Korkmaz ve Erdoğan İrfan (1998), Başlangıcından Günümüze İletişim Kuram ve Araştırmaları Eleştirel Bir Değerlendirme, Ankara: MY Yayınları.

Allen Gary (2009), *Dünyayı Kimler Yönetiyor: Gizli Dünya Devleti*, Bayram Altan, İstanbul: Kişisel Yayınlar.

Altan Mehmet (2013), *Uluslararası Ekonomi Politik*, Editör Murat Çetin, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi AÖF.

Altheıde David L. (1997), "The news media, the problem frame, and the production of fear" *The Sociological Quarterly*, Vol. 38, No: 4

Althusser Louis (2000), *İdeoloji ve Devletin İdeolojik Aygıtları*, Çeviren Yusuf Alp & Mahmut Özışık, İstanbul: İletişim Yayınları.

Amin Samir (1992), *Emperyalizm ve Eşitsiz Gelişme*, İstanbul: Kaynak Yayınları.

Anderson İsta, P.Gramsci (1988), *Hegemonya Doğu Batı Sorunu ve Strateji,* İstanbul: Alan Yayınları.

Anık Cengiz (1994), "Kamuoyunu oluşturan araçlar", *Gazi Ün. İF Dergisi*. 1-2, 83-110

Anık Cengiz (2000). *Siyasal İkna*, Ankara: Vadi Yayınları.

Ansarow Vefalı (2008), "Uluslararası enformasyon akışı çerçevesinde Azerbaycan'da görsel işitsel yayıncılık ve habercilik" *İstanbul Ün. SBE, Doktora Tezi*.

Arhan Faruk, Temel Demirer, Umur Hozatlı, Özgür Orhangazi, Sibel Özbudun (1998), *Medya Eleştirisi ya da Hermes'i Sorgulamak*, Ankara: Öteki Yayınevi.

Arıboğan Ülke Deniz (2001), *Globalleşme Senaryosunun Aktörleri,* İstanbul: Der Yay.

Aristotesles (2006), *Retorik*, Çevirmen Mehmet Doğan, 1.Baskı, İstanbul: YKY.

Armstrong George (2013), *Rothshild Para İmparatorluğu*, Çeviren Mert Akçanbaş, İstanbul: Destek Yayınları.

Arslan Mustafa (2016), "Paranormalizm ve din", BİLSAM Yayınları, İnönü Ün. Felsefe ve Din Bilimleri Kitle İletişim Araçları, Malatya: *Medya ve Din İlişkisi Üzerine Birey ve Toplum* 2016/6-11.

Aslan Kemal (2003), *Haberim Var*, İstanbul: Anahtar Kitaplar.

Atabek N. ve Dağtaş, E. (1998). *Kamuoyu ve İletişim*, Sağlık ve Bilimsel Araştırma Çalışmaları Vakfı Yayınları No: 139, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.

Atabek N. ve Uztuğ F. (1998), "Haberlerde çerçeveleme ve öne çıkarma" *Kurgu Dergisi*, Sayı 15.

Atabek Necdet (2002), "Kamuoyu, medya ve demokrasi*" Kurgu Dergisi* 19, Eskişehir.

Atabey Melek (2003), "Global media and Turkish experience*" Globalization & Transcultural İssues İn The New World Order*, Edited ByPete Remington, Advisory Editors: Günseli İşci & Gülriz Büken, Published By Ege Üniversitesi

Atay Tayfun (2014), "İşid'in popüler kültürle dansı" *Radikal Gazetesi*, 24.08.2014.

Ateş Davut ve Gökmen G. S. (2013), "Bir akademik disiplin olarak uluslararası politik ekonominin sınırları" *Selçuk Ün. SB Dergisi* / Cilt: XV, Say 1, Konya

Atkinson Sharyl (2017), *The Smear: How Shady Political Operatives and Fake News Control What You See, What You Think, and How You Vote*, New York: Harper Collins Publication.

Attali Jaques (2009), *Yahudiler Dünya ve Para*, Çev. Berna Günen, İstanbul: Kırmızı Kedi Yayınları.

Avcıoğlu G. Şevket (2014), "Immanuel Wallerstein'ın dünya sistemi kuramı jeopolitik ve jeokültür" *Selçuk Ün. Edebiyat Fak. Dergisi*, Konya: Sayı 31, Sayfa 97-110..

Ayan Y. Engin (2013), "Twitter, dönüşen kamusal alan ve kanaat oluşumu", Yüksek Lisans Tezi: *Kadir Has Üniversitesi SBE*, İstanbul

Ayaz M. Süheyb (2013), "İMF, Dünya Bankası ve Türkiye, *Bilgesam Stratejik Araştırmalar Merkezi*, www.bilgesam.org/incele/226/, , 02.01.2013

Ayça Çekiç Akyol, Mevlüt Akyol, Alper Yılmaz (2015), "Yeni medya araçlarında görsel iletişim: Otomobil markalarının sosyal medya kullanımları üzerine bir İnceleme" Çevrimiçi, http://*josc.selcuk.edu.tr*/josc/article/viewFile/345/335, 15.03.

Aydemir Emrah (2016), *Dış Politikada Yumuşak Güç ve Medya*, İstanbul: Kalkedon.

Aydemir Şenay (2014), "Amerika'nın Perdesi: Hollywood, *Evrensel Kültür Derg*. Eylül

Ayhan Veysel (2015), "Wikileaks sonrası uluslararası ilişkiler, Ortadoğu ve Türkiye*",* (Çevrimiçi) http://www.*orsam.org.tr* 24.07.2015.

Aziz Aysel (2008), *Sosyal Bilimlerde Araştırma Teknikleri ve Yöntemleri*, 4. Baskı, Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.

Bagdikian Ben. H. (2016), *Yeni Medya Tekeli*, Çeviren Emine Eminel, Ankara: Aklıçelen Kitaplar.

Baker Ulus (2012), *Beyin Ekran*, 2. Baskı. Der. Ege Baransel, İstanbul: Birikim Yay.

Balel Ceren (2016), "Haber kurgusunda propagandanın bir araç olarak kullanılması: 2003 Irak Savaşı örneği", Harp Akademileri Stratejik Araştırma Enstitüsü, Ulusal ve Uluslararası Güvenlik Stratejileri Ana Bilim Dalı, *Doktora Tezi*, İstanbul

Baran Görgün Aylin (1997), *İletişim Sosyolojisi*, Ankara: Nadir Kitap.

Baran Stanley and Davis Dennis (2006) *Mass Communication Theory: Foundations, Ferment, and Future*, Belmond, USA: Thomson Wadsworth.

Barber ve Odeon (2000), "Trading is hasardous to your wealth: The Common Stock İnvestment Performance of İndividual Investors, *Jornal of Finance* 55(2) Nisan s.773.

Barbier F. ve Lavenir C. (2003). *Diderot'dan İnternete Medya Tarihi*, Çeviren Kerem Eksen, İstanbul: Okyanus Yayınları.

Barett Oliver (2001), *"*International communication and globalization, contradictions and directions*",* Derleyen A.Mohammadi, London, Aktaran: Nimet Önür, "Küresel Kültürlerin Yerel Dönüşümünde Televizyon: Üç Köyde Yapılan Karşılaştırmalı Araştırma", *Gazi Üniversitesi İletişim Fak. Dergisi* 2001/11.

Barnett Thomas P.M. (2005), *Pentagon'un Yeni Haritası*, Çev. Cem Küçük, 3.Baskı, İstanbul: 1001 Kitap.

Başar Hatice (2011), "Türkiye'nin kamu diplomasisi: Bir örnek çalışma TRT, Beykent Üniversitesi SBE, *Yüksek Lisans Tezi*, İstanbul.

Başaran Funda (2013), *Yeni Medya, İnternet ve Demokrasi, Medya Siyaset Kültür*, Editör Ömer Özer, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.

Baudrillard Jean (2002), *Simgesel Değiş Tokuş ve Ölüm*, Çeviren Oğuz Adanır, Boğaziçi Üniversitesi Yayınevi.

Baudrillard Jean (2010), *Simülakrlar ve Simülasyon*, Çeviren Oğuz Adanır, 3. Baskı, İstanbul: Doğu Batı Yayınları.

Baudrillard Jean (2014), *Baştan Çıkarma Üzerine*, 4. Baskı, Çeviren Ayşegül Sönmezay, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Bektaş Arsev (1996), *Kamuoyu, İletişim ve Demokrasi*, İstanbul: Bağlam Yayınları.

Bektaş Arsev (2002) *Siyasal Propaganda,* İstanbul: Bağlam Yayınları.

Bell Daniel (2006), *Kutsalın Dönüşü. Laik ama Kutsal*, Çev. A. Köse, İst: Etkileşim Yay.

Belloc Hilarie (1922), *The Jews*, London: Constable & Cooperation.

Bennet Lance (2000), *Politik İllüzyon ve Medya*, Çev. Seyfi Say, İstanbul: Nehir Yay.

Berger J.M. and Morgan Jonothan (2015), "The ISIS twitter census: defining and describing the population of ISIS supporters on Twitter", *Brookings Analysis*,20, Mart

Berle Adolf A. (1979), *İktidar*, Çeviren Nejat Muallimoğlu, İstanbul: Tur Yayınları.

Bıçakçı İlker (2016), *Halkla İlişkilerin Kurmaca Dünyası ve Hakikatin Direnişi*, Ankara: Ütopya Yayınları.

Bilbilik Erol (2011), "BİS uluslararası varlıklar bankası" *Güncel Meydan*, 22.10.2011

Bildirici Fatih (2016), "Oyun Teorisi ve Nash Dengesi", https://*nbeyin.com.tr*/oyun-teorisi-nashdengesi, 8 Eylül 2016

Blech Rabi Benjamin (2004) *Geçmişten Günümüze Yahudi Tarihi ve Kültürü*, Çeviren Estreya Seval Vali, İstanbul: Gözlem Yayın A.Ş.

Bocock Robert (2005), *Tüketim*, Çeviren İrem Kutluk, Ankara: Dost Kitabevi.

Bostancı Meltem (2012), *Kamu Diplomasisinde Medyanın Rolü ve Önemi*, İstanbul: Altın Kitaplar.

Bourdieu Pierre (1997), *Televizyon Üzerine,* Çeviren Turhan Ilgaz, İstanbul: YKY.

Bozdağlıoğlu Yücel ve Özen Ç. (2004), "Liberalizmden neoliberalizme göç olgusu ve sistemik bağımlılık*" Uluslararası İlişkiler Dergisi*, Cilt 1 Sayı 4

Bozkurt Veysel (2014), *Endüstriyel, Post Endüstriyel Dönüşüm, Bilgi, Ekonomi, Kültür*, Bursa: Ekin Basım Yayın Dağıtım.

Böke Kaan (2014), *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*, 4. Baskı, İstanbul: Melisa.

Brigham Robert K. (2008), "Iraq, Vietnam and the limits of American power", *Public Affairs,* New York

Browne Christopher (2001) *Gazetecinin El Kitabı*, Çev. Öykü Coşkun, İstanbul: Mediacat Kitapları.

Bulut Nihat (2007), *Devletin Gelişimi*, Seçkin Yayıncılık, Mehmet Akad, Nihat Bulut, Yusuf Şevki Hakyemez, Editör Cevat Okutan, Ankara: "*Küreselleşme ve Türkiye*"

Büyüktürkoğlu Leslie B.(2007), "We need to scream" *www.turkla.com*, 12.10.2007.

Cabler Neal Cabler (1989), *An Empire of Their Own How The Jews İnvented Hollywood*, New York: Anchor Books.

Cahill Kevin (2007), *Who Owns The World*, Edinburg –London: Mainstream Publications

Callagan, Karen and Schnell, Frauke (2001) "Assessing the democratic debate: how the news media frame elite policy discourse" *Political Communication*, Vol. 18.

Can Faruk (2005), *Bilgi Çağının Güdümlü Silahı Medya*, İstanbul: Alfa Yayınları.

Can Orhan (2005), "ABD TV'lerinde Türk düşmanlığının nedeni" *Gazete Tercüman* 1/31

Cangöz İncilay (2003), "Savaş ihtimalinin Türkiye'de yazılı basında temsili, savaş ve medya" *Anadolu Üniversitesi Yayınları*.

Cannetti Elias (2016), *Kitle ve İktidar*, Çev. Gülşat Aygen, 7.Baskı, İstanbul: Ayrıntı.

Caşın Mesut Hakkı (2007), *Milliyetçilik ve Liberalizm*, Ankara: Barış Kitabevi.

Cem İsmail (1998), *Sosyal Demokrasi Ya Da Demokratik Sosyalizm Nedir, Ne Değildir*, İstanbul: Can Yayınları.

Chan Sylvia M. & Oimsted B. H. (2003) "Diversification strategy of global media conglamerates: Examining its patterns and determinants", *Journal of Media Economics,*16 (4)

Chancellor Edward (2007), *Şeytan Sofrası Finansal Spekülasyonlar Tarihi*, Çev. Neşenur Domaniç, İstanbul: Scala Yayıncılık.

Chanda Nayan (2009), *Küreselleşmenin Sıra Dışı Öyküsü*, Ankara: ODTÜ Yayıncılık.

Chang Ha-Joan (2011), *Kapitalizm Hakkında Size Söylenmeyen 23 Şey*, Çeviren Bilgin Topal, İstanbul: Ser Yayınları.

Chase-Dunn, Christopher (2002), "Globalization: A world-systems perspective", Gerhard Preyer & Mathias Bös. Borderlines in a Globalized World: New Perspectives in a Sociology of the World-System, *Dordrecht: Kluwer Academic*, p. 13-34.

Chin Larry (2015), "Je Suis CIA", *Global Research*, 17.01.2015, Tony Catralucci, Paris Attackers Funded by Pentagon Dinner Guest, Global Research, 10.01.2015

Chomsky Noam (1993), *Medya Gerçeği*, Çev. Abdullah Yılmaz, Tüm Zamanlar Yay. (2012) Baskısı, Çev. Abdullah Yılmaz ve Osman Akınhay, İstanbul: Everest.

Chomsky Noam (1995a), *Demokrasi Gerçek ve Hayal*, Çev. Cevdet Cerit, İst: Pınar Yay.

Chomsky Noam (1995b), *Medya Denetimi*, Çev. Şen Süer, 2.Baskı, Tüm Zamanlar Yay. (2016) Baskısı(4.), Çev. Elif Baki, İstanbul: Everest.

Chomsky Noam (2001), *Amerikan Müdahaleciliği*, Çeviren Taylan Doğan ve Barış Zeren, İstanbul: Aram Yayınları.

Chomsky ve Herman E (2012), *Rızanın İmalatı: Kitle Medyasının Ekonomi Politiği*, Çev. Ender Abadoğlu, İstanbul: BGST Yayınları.

Cicioğlu Filiz Sever (2012), "Türk dış politikası ve STK'ları: Türkiye'nin Balkanlar ve Türk Dünyasına yönelik politikası üzerinden bir değerlendirme", Çankırı Karatekin Ün. *Uluslararası Avrasya Strateji Dergisi*. S.75-88

Clark Toby (2004), *Sanat ve Propaganda Kitle Kültürü Çağında Politik İmge*, Çev. E. Hoşsucu, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Collins Richard & Murroni Christina (2000), "New media politics", Cambridge, M.A *Polity Prens*, Aktaran: Semra Akdemir, *"*Yeni küresel medya stratejileri", *Gazi Ün. İletişim Fakültesi Dergisi*, 2000/8 s.118

Collins Steven (2012), "Irak'ın işgalinde yapılan gizli operasyonlar*"* Avrupa Müttefik kuvvetler Karargâhı Operasyonlar Bölümü, Yarbay PSİKOP Başkanı, Mons-Belçika, İstanbul Aydın Ün. *Aydın Uygulama Gazetesi*, Ekim Kasım.

Comor Edward Bean H. (2012), "America's engagement delusion: Critiquing a public diplomacy concensus", *İnternational Communication Gazette* 74/3 April, s.211.

Connerton Paul (2012), *Modernite Nasıl Unutturur*, Çev. Kübra Kelebek, İst: Sel Yay.

Cox Robert W. (1993), *Gramsci Hegemony and İnternational Relations: An Essay in Method*, Gill Stephen (der.), England: Cambridge University Press.

Cull Nicholas (2009), *Public Diplomacy: Lessons from the Past*, CPD Perspectives on Public Diplomacy, Los Angeles: Figueroa Press.

Cumhuriyet Gazetesi (2016), "Çocuklar 5 Kürt askerini kafalarından vurarak öldürüyor" Ağustos 27.

Çağlar Necdet (2008), "Postmodern anlayışta siyaset ve kimlik", *Süleyman Demirel Ün. İİBF Dergisi,* Y.2008, C.13, S.3 S.373.

Çam Esat (1990), *Siyaset Bilimine Giriş*, İstanbul: Der Yayınları.

Çam Şerife (2006), "Medya çalışmalarında ideoloji yaklaşımlarına ilişkin epistemolojik ve yöntemsel sorunlar" Ankara Ün. SBE Gazetecilik *Doktora Tezi*

Çavuş Tuba (2012), "Dış politikada yumuşak güç kavramı ve Türkiye'nin yumuşak güç kullanımı" *Kahramanmaraş Sütçü İmam Ün. İİBF Dergisi*, No:2,Çevrimiçi, http://iibfdergisi.ksu.edu.tr/Imagesimages/files/ 2012-2-3_0.pdf, 18.12.2013.

Çelebi Vedat (2013), "Michel Foucault'da bilgi, iktidar ve özne ilişkisi" *Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*, 5(1).

Çelik Wiltse Evren (2008), "Değişen güç dengeleri ve 21. yüzyılda ABD-Latin Amerika ilişkileri", Bilim ve Eleştiri, Cilt 5 Sayı 9, *Gazi Ün. SBE Dergisi*.

Çetin M. ve Toprak Y.E. (2016), "Çerçeveleme kuramı bağlamında kamuoyu oluşturmada spin: Birinci Körfez Savaşı", *Gazi Ün. İletişim Fak. İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi* - Sayı 42 / Bahar.

Çınarlı İnci (2004), "Döngü uzmanları (spin doktorları), medyatik yalan ve kamu manipülasyonu" *Galatasaray Ün. İletişim Fak. İletişim Dergisi*, S.1 165-174, Aralık.

Çiftçi Abdullah (2016), "Sosyal medya, terör örgütlerine insan kaynağı hizmeti veriyor" http://www.*bilgicagihaber.com*/23.03.2016.

Çitçi Oya (2006), "Ordu siyaset ilişkileri:1920-1938", Amme İdaresi Dergisi, Cilt 39, S.4, s.17-44.

Çoban Barış (2014), "Göz ve iktidar: Vitrinlere değil gökyüzüne bak!" *Eul Journal of Social Sciences*, Lefke Avrupa Ün. SB Dergisi, 5(1), 15

Çoban Savaş (2013), *Hegemonya Aracı ve İdeolojik Aygıt Olarak Medya*, İstanbul: Parşömen Yayıncılık.

Dabiq Dergisi (2015), "Öldürülenlerle ilgili değerlendirmeler" 12. Sayı

Dağlıoğlu Emrecan (2015), "Yeni bir direniş mecrası olarak Wikileaks'in Ortadoğu devrimlerindeki rolü", s.4-7, http://www.academia.edu 02.07.2015.

Dağtaş Banu (1999), "İngiliz kültürel çalışmalarında ideoloji", *Kurgu Dergisi*, Eskişehir: Anadolu. Ün. İletişim Fakültesi, S. 16.

Danesi Marcel (2002), *Understanding Media Semiotics*, England: Hodder Education.

Davutoğlu Ahmet (2001), *Stratejik Derinlik,* İstanbul: Küre Yayınları.

Dearing J.W.& Rogers, E.M (1996), *"Communication concepts 6: agenda-setting*, Thousand Oaks California*:* Sage Publications.

Demir Vedat (2012), *Kamu Diplomasisi ve Yumuşak Güç,* İstanbul: Beta Basım Yay.

Demirağ Dilaver (2015), *Kıyamet Çanı, İşid ve Son Savaş*, İstanbul: Hayy Kitap.

Demiray Uğur (2000), "Hep mi tekelleşme: Tekelleşme medyanın kaderi mi*?" Alternatif Medya Dergisi,* Mart.

Demirbilek Hüseyin (2011), "Avrupa Birliğinde medya yoğunlaşması; teori ve uygulama", RTÜK, *Uzmanlık Tezi,* Ankara.

Demirer Temel ve Aykol H (1996), *Canavarlaşan Medya*, İstanbul: Yorum Yayıncılık.

Demirkıran Cenk (2008), "Uluslararası televizyon yayıncılığının tarihsel gelişim süreci: Fransa TV5 Monde ile Türkiye TRT-INT ve TRT TÜRK karşılaştırmalı incelemesi" İstanbul Ün. SBE, *Doktora Tezi*.

Devereux Eoin (2007), *Understanding the Media*, Second Edition, London: Sage.

Dietrich Gini (2016), *Dürüstlük Çağı, Dijital Dünyada İletişim ve İtibar Yönetimi*, İstanbul: The Kitap.

Dirik Çiğdem (2007), "Küreselleşme çerçevesinde küresel medya-Türk medyası ilişkisi" *Doktora Tezi*, Ege Üniversitesi SBE, İzmir.

Dodge Toby (2012), *Iraq: From War to A New Authoritarianism*, International Institute for Strategic Studies, Londra: Routledge.

Doğan Mehmet (1996), *Büyük Türkçe Sözlük*, 11.Baskı, İstanbul: İz Yayıncılık.

Domenach Jean. Marie (2003), *Politika ve Propaganda*, İstanbul: Varlık Yayınları.

Doruk Özlem (2013), "Disiplin toplumu ve haber söylemi: Gökkuşağı Derneğince yapılması planlanan yürüyüşün engellenmesine ilişkin haberlerin çözümlenmesi" *Gümüşhane Ün. İletişim Fak. Dergisi*, Cilt 2 S.1, Mart

Dökmen Üstün (2008), *İletişim Çatışmaları ve Empati*, 39.Baskı, İstanbul: Sistem Yay.

Duhaime Christine (2015). "The twitter terrorist: The Islamic Ssate & the age of the digital terrorist & digital terrorist financing", http://www.*duhaimelaw.com*/wp-content/uploads/2015/05/White-Paper.pdf. Erişim Tarihi: 19.06.2017.

Durmaz Gülben (2015), "İktidar ve kitle iletişim araçları üzerinden rıza üretimi: Bir söylem analizi uygulaması" *Yüksek Lisans Tezi*, Kamu Yönetimi Siyaset ve Sosyal Bilimler Bilim Dalı Gazi Ün. SBE, Aralık

Dursun Çiler (2004), *Haberde Gerçekliğin İnşa Edilmesi Ne Demektir?* Der. Çiler Dursun, Hakikat ve İktidar İlişkisi, Ankara: Elips Kitap.

Duverger Maurice (1995), *Siyaset Sosyolojisi,* Çev. Şirin Tekeli, İstanbul: Varlık Yay.

Eğilmez Mahfi (2012), "Kapitalizm ve üç büyük krizi" www.*mahfiegilmez.com*/ 2012/03/kapitalizm-ve-uc-buyuk-kriz.html.

Eisenstien Charles (2012), *Kutsal Ekonomi Geçiş Çağında Para*, Çev. Sinem Gül, İstanbul: Okuyan Us Yayınları.

Eker, Aytaç ve Diğerleri, (1994). *Maliye Politikası*, Ankara: Takav Matbaacılık.

Ekse Ata ve Er Seher (2014), "İletişim süreci araştırması Harold Lasswell - George Gerbner", *İstanbul Ün. Medya Araştırmaları Merkezi,* hit.blogspot.com /2014/12/ iletisim-sureci-arastrmas-harold.html

Ellul Jacques (2003), *Teknoloji Toplumu*, İstanbul: Bakış Yayınları.

Elsasser Jurgen (2015*), Batılı Gizli Servislerden İşid'e Giden Yol*, Çev. Emre Ertem, 2.Basım, İstanbul: Kaynak Yayınları.

Embel Ersin (2004), "Hegemonya ve meşrutiyet kavramları çerçevesinde Amerikan müdahaleciliği Kore ve Kosova örnekleri" *Yüksek Lisans Tezi*, Ankara Ün. SBE Uluslararası İlişkiler, Ankara

En-Nebe Dergisi (2016), "Tagut'a hizmet edenler" 23. Sayı.

Erdoğan İrfan (1997), *İletişim, Egemenlik, Mücadeleye Giriş*, Ankara: İmge Kitap Yay.

Erdoğan İrfan (2005), "Kitle iletişiminde pozitivist amprik geleneğin kuruluşu: Lazarsfeld ve yönetimsel araştırmalar" (E. İşler ve N. Durmuş ile), *Gazi Üniversitesi İletişim Dergisi,* S.21.

Erdoğan İrfan ve Alemdar Korkmaz (2005), *Öteki Kuram: Kitle İletişim Kuram ve Araştırmalarının Tarihsel ve Eleştirel bir Değerlendirmesi,* Ankara: Erk Yayınevi.

Erdoğan Mustafa (1999), *Anayasal Demokrasi*, Ankara: Siyasal Kitabevi.

Erkan H.ve Erkan C. (2006) "Bilgi Ekonomisinde Paradigmal Arayışlar" *Jornal of Knowledge and Knowledge Managment*, Volume I-I, I-II Özel Sayı

Ersoy Mehmet Akif (2008), *Safaha*t, Haz. Kemal Bek, İst: Bordo Siyah Klasik Yay.

Ertan Ergin (2007), "Kült filmler" *Sinema Merkez Dergisi* eki s.127.

Ertekin Yücel (1995), *Halkla İlişkiler*, Ankara: Gazi Yayınları.

Ertem Sadri (1942) *Propaganda,* İstanbul: Vakit Basımevi.

Erzen Meltem Ünal (2012), *Kamu Diplomasisi*, İstanbul: Derin Yayınları.

Eslin Martin (1991), TV *Beyaz Camın Arkası,* İstanbul: Pınar Yayınları.

Ewen Stuart (2008), PR! *A Social History of Spin*. New York: Basic Books.

Falk Richard (2005), *Dünya Düzeni Nereye: Amerikan Emperyal Jeopolitikas*ı, 1. Baskı, Çeviren Neşenur Domaniç ve Nusret Avhan, İstanbul: Metis Yayınları.

Fırat Nazım Serhat (2008), "Savaş fotoğraflarının kullanımı bağlamında propaganda ve manipülasyon" *Yüksek Lisans Tezi*, Marmara Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü Fotoğraf Bölümü.

Fisher Danie (2010), "Küçük avcısı" *Forbes*, Aralık.

Fontana Benedetto (2013), *Hegemonya ve İktidar*, Çev. İstanbul: Onur Gayretli.

Foster John B. (2005), *Emperyalizmin Yeniden Keşfi,* Çev: Çiğdem Çidamlı, İstanbul: Devin Yayınları.

Foucault Michel (2000), *Özne ve İktidar, Seçme Yazılar 2*, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Fox Jeremy (2002), *Chomsky ve Küreselleşme*, Çev. Ebru Kılıç, İstanbul: Everest.

Frantz Douglas (2014), "21'st century book burning" *Department of State Offical Blog*, 21.03.2014, www.blogs.state.gov/stories, Çevrimiçi 25.09.2014

Frieden Jefrey, Lake D.A. & Broz L. (2010), *İnternational Political Economy: Perspectives on Global Power and Wealth*, New York: Routledge W.W.Norton Company

Friedman Milton (1956), *Studies in the Quentity* Theory of Money, Chicago: University of Chicago Press.

Friedman T. (2000), *The Lexus and The Olive Tree,* New York: Anchore Books.

Friedman Thomas (2006), *Dünya Düzdür,* Çev. Levent Cinemre, İstanbul: Boyner Yay.

Fukuyama, Francis (1999), *Tarihin Sonu ve Son İnsan*, Çev. Zihni Dicleli, İst: Gün Yay.

Gadimov Javanshir (2015), "Herman ve Chomsky'nin propaganda modeli: Rızanın imalatı, Kitle medyasının ekonomi politiği" *Zirve Ün. İletişim Fakültesi Dergisi*, 2/2

Galindo A. Mıcco ve Ordonez G. (2002), "Financial liberalization and growth: Empirical evidence" *Inter American Development Bank,* May, www.worldbank.org, 03.08.2003.

Galtung Johan (1994), *A Structural Theory of Imperialism*, der. Richard Little; Michael Smith, Perspectives on World Politics, 2. Ed, London, New York: Routledge.

Gamson William A. and Modigliani Andre (1989) "Media discourse and public opinion on nuclear power: A constructionist approach", *The American Journal of Sociology*, Vol 95, No: 1, July.

Gamson William A. Croteau David, Hoynes W. Sasson T. (1992), "Media Images and the Social Construction of Reality", *Annual Review of Sociology*, Vol. 18/1

George Jim (1994), *Discourse of Global Politics: A Critical (Re), Introduction to International Relations,* Boulder: Lynne Rienner, England: Basingstoke Macmillan.

Geray Haluk (2014), *İletişim Alanından Örneklerle Toplumsal Araştırmalarda Nicel ve Nitel Yöntemlere Giriş*, Kocaeli: Umuttepe Yayınları.

Gerbner George (2005), *Kitle İletişim Araçları ve İletişim Kuramları, Kitle İletişim Kuramları,* Der. Erol Mutlu, Ankara: Ütopya Yayınevi.

Gertz Bill (2014), "New al qaeda group produces recruitment material for Americans" 19.12.2015 tarihinde *The Washington Free Beacon*: http://freebeacon.com/national-security/new-al-qaeda-groupproduces-recruitment-material-for-americans-westerners.

Giddens Anthony (2008), *Sosyoloji,* Çev. Cemal Güzel, İstanbul: Kırmızı Yay.

Gills Barry K. (2003), *Dünya Sisteminde Hegemonik Geçişler,* Dünya Sistemi, Der. Andre G. Frank ve Barry K. Gills, Çev. Esin Soğancılar, Ankara: İmge Kitabevi.

Gilpin Robert (2011), *Uluslararası İlişkilerin Ekonomi Politiği*, Ankara: Kripto.

Girgin Atilla (2000), *Yazılı Basında Haber ve Habercilik Etkisi*, İstanbul: İnkılap Yay.

Girgin Atilla (2002), *Haber Yazmak*, İstanbul: Der Yayınevi.

Glass David V. (1953), *Introduction to Malthus*, London: Watts.

Gökçe Orhan.(1996), "Kamuoyu kavramının anlam ve kapsamı" *Kurgu Dergisi* S.14.

Göksun Yenal ve Salihi Emin (2018), "DEAŞ'ın medya stratejisi" *SETA Vakfı Yayınları*.

Gönlübol Mehmet (1993), *Uluslararası Politika*, Ankara: Attila Kitabevi.

Görgün Ayten (2006), "Türkiye'de yeni bir iletişim eğilimi: Spin doktor" 2. *Ulusal Halkla İlişkiler Sempozyumu*, Kocaeli.

Görgün Baran (1997), *İletişim Sosyolojisi*, Ankara: Kapadokya Kitabevi.

Graff Corinne (2010), "Poverty, Development, and Violent Extremism in Weak States" Confronting Poverty: Weak States and U.S. National Security, ed. Susan E. Rice, Corinne Graff ve Carlos Pascual, s. 53-55, Washington: *Brookings Institution Press*,

Gramsci Antonio (1986), *Hapishane Defterleri*, İstanbul: Onur Yayınları..

Güneş Sadık (2001), "Modern kitle toplumunda medya kültür ilişkisi", *Medya ve Kültür,* Ankara: Vadi Yayınları, s.127-128.

Güngör Kamil (2014), "İktisadın tarihine kısa bir bakış ve merkantilizmden günümüze iktisadi düşünceler", http://*www2.aku.edu.tr*/~kgungor/kamilgungor. pdf (date accessed: 16.11.2014).

Güngör Nazife (2011), *İletişim: Kuramlar Yaklaşımlar,* Ankara: Siyasal Kitabevi.

Gür Ayşen (1983), *Sermaye Yapısında Değişim ve Dergiler*, Cumhuriyet Dönemi Türkiye Ansiklopedisi, Cilt 11, İstanbul: İletişim Yayınları.

Güran M. Salih (2013), "Çerçeveleme teorisinin halkla ilişkilerde kullanımı", Selçuk Ün. Türkiyat Araştırmaları Enstitüsü *Türkiyat Araştırmaları Dergisi,* (34), s. 299-314

Gürcan Metin (2012), "Stratejik iletişim modeli ve güvenlik alanına uygulanabilirliği" Stratejik Araştırmalar Enstitüsü Güvenlik Stratejileri Dergisi, S.15, Haziran, s.105-113

Haberturk (2017), "Deaş'ın saldırmaması işbirliğimiz sayesinde" John Bass, Ekim 7.

Habertürk (2015), "İşid'in infazcısı John lakaplı militanın kimliği ortaya çıktı" Şubat 15

Hackett Robert A. (1998), "Bir paradigmanın önemini yitirişi haber medyası çalışmalarında yanlılık ve nesnellik" Çev. Ayşe İnal, *Ankara Ün. İletişim Fak. Yıllığı*

Hall Stuart (1999), *Kültür, Medya ve İdeolojik Etki, Medya*, İktidar, İdeoloji, Der: M. Küçük, Ankara: Ark Yayınevi.

Hall Stuart (2005), "Encoding/Decoding*"*, Hall, S. Hobson, D. Lowe, A. ve Willis, P. (der.) içinde. Culture, Media, Language. Routledge. London: *Working Papers in Cultural Studies.*

Haller Beth and Ralph Sue (2001), "Not worth keeping alive? News framing of physician-assisted suicide in the United States and Great Britain", *Journalism Studies,* August, Vol. 2, No.3

Hallsell Grace (2003), *Tanrı'yı Kıyamete Zorlamak*, Çev. M.Acar, Ankara: Kim Yay.

Hamelink Cees J (2002), "Media globalisation: Consequences for the rights of children" (Eds.),Cecilia von Feilitzen & Ulla Carlsson. Children, Young People and Media Globalisation, Göteborg, Sweden: *UNESCO International Clearinghouse on Youth and Media,* p. 32-41.

Hamitoğulları Beşir (1982), *Çağdaş İktisadi Sistemler*, Ankara: Sevinç Matbaası.

Hanahoe Tom (2003), *America Rules,* Dublin: Brandon Publication.

Hançerlioğlu Orhan (1996), *Toplumbilim Sözlüğü,* İstanbul: Remzi Kitabevi.

Hannerz Ulf (1998), "Çevre kültür senaryoları, kültür, küreselleşme ve Dünya sistemi: Kimlik temsilinin çağdaş koşulları" Der: Anthony D. King, Çeviren: Gülcan Seçkin, Ümit Hüsrev Yolsal, Ankara: *Bilim ve Sanat Yayınları*, s. 139-163.

Harris Nigel (1987), *The End of the Third World,* England(MS): Penguin, Harmondworth.

Hayek Friedrich V. (2004), *Kölelik Yolu*, Çev. Turhan Feyzioğlu, 3. B. İst: Liberte Yay.

Held David, Mcgrew A. Goldblatt D. & Perreton J. (1999), *Global Transfomations*, London: Polity Cambridge.

Herman E. S and Mcchesney Robert W. (1999) *Rich Media Poor Democracy*, Chicago: Univercity of İlinois Press.

Herman E.S and R.W. McChesney (2004), "The Global media" London:Cassel, Aktaran Sevda Alankuş, "Alternatif Olarak Yerel Medya ve BİA", *www.bianet.org*.

Hishleifer D. and Shumway. T (2003), "Good day sunshine: Stok returns and the water" *Journal of Finance* 58(3), s.1009-1032.

Hobbes Thomas (2018), *Leviathan*, Çeviren Semih Lim, 16. Baskı, İstanbul: YKY.

Hocaoğlu Durmuş (2006), "Yirmibirinci yüzyıl felsefesi için temel bir problem alanı: İnsan ve tabiat, modernite ve bilimin araçsallaştırılması", 21. Yüzyılda Türkiye'de Sosyal Bilimler ve Toplum Sorunları Sempozyumu, s.94, Ankara.

Hoffman Adam (2016). "The Islamic state's use of social media: Terrorism's siren song in the digital age", Editörler: Yoram Schweitzer and Omer Einav, The Islamic State: How Viable Is It? *Ramat Aviv: INSS*, s. 99-105.

Hollins Martin & Smith S. (2003), *Explaning and Understanding İnternational Relations*, Oxford, London: Clarendon Press.

Home Office (2017), "How social media is used to encourage travel to Syrıa and Iraq briefıng note for schools", https://*goo. gl/wk4Prv*, Erişim Tarihi: 27.05.2017.

Huberman Leo (2014), *Feodal Toplumdan 20. Yüzyıla*, Çev. Murat Belge,15. Baskı, İstanbul: İletişim Yayınları

Hunger J.David, Wheelen Thomas L (1993), *Strategic Management*, New York: Addison- Wesley Publishing, Comp Management.

Imbert Jean (1965), *Histoire Economique*, P.U.F. Paris, Çağdaş İktisadi Sistemler, s.260 aktaran Hamitoğulları (1982), Ankara: Sevinç Matbaası.

Irvan Süleyman (2000), "Medya sektöründe yoğunlaşma birleşme, tekelleşme ve demokrasi" *Alternatif Medya Dergisi*, Mart, s.15

Işık Metin (2000), "Kitle iletişim araştırmalarının ve din sosyolojisinin bir sentezine doğru" *Selçuk İletişim Dergisi*, cilt:1, S.3, s.117-121. (Daniel A.Stout ve Judith M. Buddenbaum,1996; Religion and Mass Media, Sage Publication, California, s.3-11)

Işık Metin (2007), *Dünya ve Türkiye Bağlamında Kitle İletişim Sistemleri*, Konya: Eğitim Kitabevi.

Işık Metin (2012), *Kitle İletişim Teorilerine Giriş*, 4.Baskı, Konya: Eğitim Kitabevi.

Işık, A. Sakal ve M. ve Meriç, M. (2010), "Anayasal iktisat teorisi ve mali kurallar: Türkiye'de uygulanabilirliği" *Süleyman Demirel Ün. İİBF Dergisi*, 15 (2), 1-25.

İnal Ayşe (1996), *Haberi Okumak*, İstanbul: Temuçin Yayınları.

İnceoğlu Metin (1985), *Güdüleme Yöntemleri*, Ankara: Ankara Ün. Basın Yayın Y.O.

İnceoğlu Yasemin (2004), *Uluslararası Medya*, İstanbul: Der Yayınları.

İşman Aytekin (2005), *Öğretim Teknolojileri ve Materyal Geliştirme*, Ankara: Sempati Pegem A Yayınları.

Jamieson Harry (1996), *İletişim ve İkna*, Çev. Necdet Atabek ve Banu Dağtaş, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.

Jenkins Tricia (2012), *CIA ve Hollywood*, Çev. Ertan Yılmaz, İstanbul: Matbuat Yay.

Johnson Chalmers (2005), *Amerikan Emperyalizminin Sonbaharı*, Çev. H. Kösebalan İstanbul: Küre Yay.

Joyce Appleby (2012), *Amansız Devrim- Kapitalizm Tarihi,* Çev. Ali Cevat Akkoyunlu, İstanbul: Alfa Yayınları.

Kadıoğlu Zeynep Kaban (2014), "Uluslararası medya sermayesinin yayılmacılığı ve Türk medyası", *Gümüşhane Ün. İletişim Fak. Elektronik Dergisi*.

Kah Gary H. (1996), *En Route to Global Occupation,* Los Angeles: Huntington House Publication Lafayette.

Kamilçelebi Hatime (2012), "Davranışsal iktisadın neoklasik iktisat fayda teorilerine eleştirisi ve davranışsal iktisatta fayda mutluluk ilişkisi" *Ekonomi Bilimler Dergisi,* Cilt 4, S. 2.

Kandemir Tuğrul (2003), "Küresel rekabet ortamında birleşme ve satın almaların işletmeler üzerine finansal etkisi ve İMKB'deki birleşmeler üzerine bir araştırma" *Doktora Tezi*, Kocatepe Üniversitesi, SBE, Afyon, 2003, s.137-144

Kapani Münci (1997), *Politika Bilimine Giriş*, 10. Baskı, Ankara: Bilgi Yayınevi.

Karabulut Bilal (2010), "Dünyada ve Türkiye'de think tank kuruluşları: Karşılaştırmalı bir analiz", Gazi Üniversitesi, İ.İ.B.F. Uluslararası İlişkiler Bölümü. E-mail: bkarabulut@gazi.edu.tr, *Akademik Bakış Dergisi*, Cilt 4 S. 7.

Karagöz Seda (2016), "Stratejik iletişim yöntemi olarak kamu diplomasisi ve medyanın rolü, İstanbul Üniversitesi SBE *Yüksek lisans Tezi*

Karakoç Enderhan ve Taydaş Onur (2015), "Suskunluk sarmalı kuramı bağlamında toplumsal hareketler ve sosyal medya" Sosyal Medya Araştırmaları 2: Sosyalleşen Olgular, Editörler Ali Büyükarslan ve Ali Murat Kırık, Ankara: Çizgi Kitapevi

Karapınar K. (2006), "Türkiye'de sayısal platform yayıncılığı ve digitürk beklentiler ve sorunlar" *Yeni İletişim Ortamları ve Etkileşim Uluslararası Konferansı Kitabı,* Marmara Ün. İletişim Fakültesi.

Karaş İsmail Ragıp (2015), "*HTML"* Karabük: www.*ismailkaras.com*.

Karataş İbrahim (2008), "İletişim anlamında psikolojik savaş ve propaganda", Gebze Yüksek Teknoloji SBE, *Yüksek lisans Tezi*, Gebze.

Karsak Banu ve Sancar Aslı (2017), "Halkla ilişkilerde yeni nesil kanaat önderleri kullanımı: Snapchat üzerine niteliksel bir araştırma", http://*acikerisim.ticaret.edu.tr*

Katz E. and Lazarsfeld P. F. (1955), *Personal Influence: The Part Played by People in the Flow of Mass Communications,* 3. Free Press, New York: Glenceo.

Katz Elihu (1974), "Utilization of mass communication by the individual", *The Public Opinion Quarterly* 510-514, Beverly Hills USA: Sage.

Kaul Vineet (2011). "Globalisation and media" *Journal of Mass Communication and Journalism,* 1(1), p. 1-6.

Kaya Raşit (2005), "Türkiye'de 1980 sonrası medyanın gelişimi ve ideoloji gereksinimi, www.*dorduncukuvvet. medya*.com/arşiv/akaya.htm.

Kaymak Ayşe (2015), "Wikileaks okumak suç mu? Assange terörist mi*?"* Der. Mutlu Binark, Işıl Barış Fidaner, Cesur Yeni Dünya: Wikileaks ve 2011 Arap İsyanları Üzerine Tartışmalar, s. 22, Çevrimiçi, http://*ekitap.alternatifbilisim.org*/files/cesur-yeni-medya.pdf, 09.05.2015.

Kaypakoğlu Serdar (1999), " Küreselleşme ve medya" *Birikim Dergisi,* S.117, Ocak.

Kaypakoğlu Serdar (2004), *Küresel Medya ve Kültürel Değişim*, İstanbul: Naos Yay.

Kazgan Gülten (1997), *Küreselleşme ve Yeni Ekonomik Düzen*, İstanbul: Altın Kitap.

Keane John (2015), *Medya ve Demokrasi*, Çev. Haluk Şahin, 5.B. İstanbul: Ayrıntı Yay.

Kejanlıoğlu Beybin (2003), "Medya toplum ilişkisi ve küreselleşmenin yerel medyaya sunduğu olanaklar", *Medya ve Toplum Dergisi*, Der. Sevda Alankuş, İletişim Vakfı Yay.

Kessler Ronald (2004), *The CIA at War*, New York: St. Martin Griffin Publication.

Keynes John M. (1967), *The General Theory of Employment, Interest and Money*, London: Mcmillan 1967.7th ed. (Orijinal ed.1936).

Kılıç Behiç (2011), "Armegedon projesi ve Usame Bin Ladin" *Türkiye'de Yeniçağ*, 5/11.

Kılıç Erhan (2010), "Uluslararası medya yayıncılığında kamu haberciliğine bir örnek: BBC Türkçe servisi", Selçuk Ün. SBE *Yüksek Lisans Tezi*.

Kılıçarslan Emine (2011), *Siyasal İletişim İdeoloji ve Medya İlişkisi*, 2.Baskı, İstanbul: Kriter Yayınevi.

Kırdar Muhammed J. (2011), "Al Qaeda in Iraq", Washington DC: Center For Strategic and International Studies CSIS. *www.csis.org* Haziran 15.

Kırıcı Derya (2011), *Wikileaks'ten Sonra Hiçbir Şey Gizli Kalmaz*" İst: Togan Yay.

Kırık A.M ve Özcan A. (2014), "Bir dijital aktivizm örneği: Akıllı ağ çeteleri (Smart Mobs*)*, Online *Academic Journal Of Information Technology*, C.V, No:4, 2014 Kış, s. 66-67, (Çevrimiçi) www.ajit-e.org/ 24.06.2015

Kızılboğa Rüveyda (2012), "Kamu tercihi ve anayasal iktisat teorilerinin değerlendirilmesi" *Nevşehir Ün. SBE Dergisi,* S.2, 91-109

Kimchoeun Pak (2007), "Accountability and neo-patrimonialism in Cambodia: A Critical Literature Review, Phnom Penh, Kamboçya: *Development Resource Institute*,

Kindleberger Charles (2007), *Cinnet Panik ve Çöküş-Mali Krizler Tarihi*, Çev. Halil Tunalı, İstanbul: Bilgi Üniversitesi Yayınları.

Kisenger Hanry (2018), *Diplomasi*, Çev. İbrahim Kurt 17. Baskı, İş Bankası Yayınları.

Klein Naomi (2007), *The Shock Doctrine: The Rise of Disaster Capitalizm*, Canada: Metropolitan Books.

Kocabaşoğlu Uygur (1980), *Şirket Telsizinden Devlet Radyosuna; TRT Öncesi Dönemde Radyonun Tarihsel Gelişimi ve Türk Siyasal Hayatı İçindeki Yeri*, Ankara Ün. S.B.F. Yay.

Koçak, N. G. Şimşek, A. Ayman, M. Balaban, J. Ataizi, M. Suher, K.M. (2013), "İletişim araştırmaları" *Anadolu Üniversitesi AÖF Yayını*, No:2676, 1642.

Konstantiniyye Dergisi (2015), 1, 4 ve 7. Sayılarda yer alan Örgüt kodları.

Korkmaz Tamer (2017), "O bombaları patlattıran Amerikan devletidir" *Yenişafak*, 10/13

Köker Levent (2010), *Modernleşme, Kemalizm ve Demokrasi*, 12.B. İst: İletişim Yay.

Kurtoğlu Ramazan (2013a), *Nörofinans,* Küresel Para Savaşları Davranış Ekonomisi Ankara: Orion Kitabevi.

Kurtoğlu Ramazan (2013b), *Küresel Ekonomik Kriz ve Yeni Dünya Düzeni*, Orion.

Kurtoğlu Ramazan (2013c), *Küresel Hegemonya Savaşları*, İstanbul: Karma Kitaplar.

Kurtoğlu Ramazan (2015), *Para Oyunu*, İstanbul: Asi Kitap.

Kurtoğlu Ramazan (2017a), *Din ve Küresel Ekonomi Politik*, İstanbul: Destek Yay.

Kurtoğlu Ramazan (2017b), *Küresel Para Oyunları ve Psiko Siber Savaş*, İstanbul: Destek Yayınları.

Kurtoğlu Ramazan (2017c), *Hollywood Sineması ve Bilinçaltı Operasyonları*, İstanbul: Destek Yayınları.

Kurtuluş Begüm (2014), "21. yüzyılda değişen kamu diplomasisi anlayışının Türk dış politikasına yansıması" İstanbul Ün. SBE, *Doktora Tezi*.

Kuzu Ali (2016a), *Küresel Para Baronu Rothshild Ailesi*, İstanbul: Kariyer Yayıncılık.

Kuzu Ali (2016b), *Rockefeller Ailesi*, İstanbul: Kariyer Yayıncılık.

Küçük Mehmet (2006), *Medya İktidar ve İdeoloji*, İstanbul: Bilim Sanat Yayınları.

Küçükkalay Mesut (1997), "Endüstri devrimi ve ekonomik sonuçlarının analizi, *Süleyman Demirel Ün. İİBF Dergisi*, S.2 Güz, s.51-68.

Lacoste Yves (2007), *Büyük Oyunu Anlamak Jeopolitik Bugünün Uzun Tarihi*, Çev: İsmet Akça, İstanbul: NTV Yayınları.

Landers Jim (2001), "CIA sees dramatic rise in number of aplications for employment" Knight Ridder Tribune News Service, www.*highbeam.com*/doc/1G1-78416691.html

Lasswell (1958), *Politics: Who Gets, What, When, How*, New York: Meridian Books.

Lerner Daniel (1968), *The Passing of Traditional Society: Modernizing The Middle East*, New York: Fress Press.

Lerner Daniel (1992), *Propagandada Etkinlik Şartlar ve Değerlendirme, Kitle Haberleşme Teorilerine Giriş*, Editör Ünsal Oskay, İstanbul: Der Yayınları.

Lesser Ian ve Fuller Graham (2000), *Balkanlardan Batı Çin'e Türkiye'nin Yeni Jeopolitik Konumu*, Çev. Meral Gönenç, İstanbul: Alfa Yayınları.

Levesque Julie (2015), "Mourning Charlie Hebdo journalists, while ignoring that US-NATO state sponsored terrorism is the number one killer of journalists" *Global Research*, 10.01.2015

Lewis Jessica (2014), "The İslamic state: A counter-strategy for a counter-state" 21.11.2015 tarihinde Middle East Security: http://*www.understandingwar.org*/sites/ default/ files/Lewis- center of gravity.

Lilleker Darren (2013), *Siyasal İletişim Temel Kavramlar*, Çev. Tolga Sağlam, İstanbul: Timaş Yayınları.

Lippman Walter (1922). *Public Opinion*, New York: Penguin.

Lukes Steven (1997), *İktidar ve Otorite,* Çev. Sabri Tekay, Sosyolojik Çözümlemenin Tarihi, Tom Bottomore, Robert Nispet, Yayına Hazırlayan Mete Tunçay ve Aydın Uğur, Ankara: Ayraç Yayınları.

Lull James (2001), *Medya İletişim Kültür*, İstanbul: Vadi Yayınları.

Makyavelli Nicole (1994), *Prens,* İstanbul: Anahtar Kitaplar Yayınevi.

Malkani Guatam (2014), "Terorist is too big a word for the darenged kilers of Isis" *Financial Times*, 21.08.2014.

Malthus Thomas Robert (1798), *First Essay on Population*, London: Macmillan.

Manisalı Erol (2002), *Türkiye ve Küreselleşme*, İstanbul: Derin Yayınları.

Mardin Şerif (1994), *Bediüzzaman Said Nursi Olayı Modern Türkiye'de Din ve Toplumsal Değişim,* Çev. Metin Çulhaoğlu, İstanbul: İletişim Yayınları.

Marrs Texe (2002), *İlluminati Entrika Çemberi*, Çev. Ali Çimen, 7. Baskı, İstanbul: Timaş Yayınları.

Marshall Alfred (1961), *Principles of Economics*, London: Overstone Press.

Marshall Gordon (1999), *Sosyoloji Sözlüğü*, Çev. O. Akınhay, D. Kömürcü, Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.

Marx Karl ve Engels Frederic (2003), *Komünist Manifesto*, Çev. Levent Kavas, İstanbul: İthaki Yayınları.

Matelski Marillan (1996), TV Haberciliğinde Etik, Çev. Bahar Öcal Düzgören, İstanbul: YKY.

Matos Carolina (2012), "Globalization and the mass media", Editor, George Ritzer. Encyclopedia of Globalization, Oxford: Wiley-Blackwell, http*://openaccesscity.ac.uk*/ 5542/1/, Erişim Tarihi: 15.07.2016.

Mc Master R.E. (1994), *The Power of Total Perspective*, USA: A N İnc İnternational.

McCombs, M.E. ve Shaw; D.L. (1972), "*The agenda-setting function of mass media" Public Opinion Quarterly,* 36, 176-187.

Mcluhan M. ve Powers B. (2015), *Global Köy*, 2.Baskı, Çev. Bahar Öcal Düzgören, İstanbul: Scala Yayıncılık.

McQuail D. ve Windhal S. (2005), *Kitle İletişim Çalışmalarında İletişim Modelleri*, Çev. Konca Yumlu, 4.Baskı, Ankara: İmge Kitabevi.

Meredith Martin (2007), *Diamonds Gold and War,* New York: Public Affairs Publication

Meyer Thomas (2014), *Medya Demokrasisi-Medya Siyaseti Nasıl Sömürgeleştirir*, Çev. Ahmet Fethi, İstanbul: Köprü Kitapları.

Milburn Michael A. (1998), *Sosyal Psikolojik Açıdan Kamuoyu ve Siyaset*, Çev: Ali Dönmez ve Veli Duyan, Ankara: İmge Kitabevi.

Mill J.Stuart (1964), *Utilitarianism, On Liberty and Consideration on Representative Government*, London: Everyman's Library.

Miller Tobi, Govil N, Mcmurria J. Maxwell R. Wang T. (2012), *Küresel Holywood*, Çev. Zahit Atam, Yusuf Türkmenoğlu, Yusuf Can Ekinci, İstanbul: Doruk Yayınları.

Milliyet Gazetesi (2014), "CİA Deaş'ı Mossad ve MI5 ile birlikte kurdu" Ağustos 17

Milliyet Gazetesi (2017), "Kan donduran infaz", Haziran 21.

Mills C.Wright (1974), *İktidar Seçkinleri*, Orijinal eser 1956, Çev. Ünsal Oskay, Ankara: Bilgi Yayınevi.

Milne Seumas (2015), "Gerçeğin vakti erişti: ABD, Suriye ve Irak'ta IŞİD'in yükselişini nasıl destekledi?" Çev. Mehmet Ali Beygider, *www.medyasafak*.net 6.6.2015

Mora Necla (2007), "Haber ve haber söylemi" www.*dorduncukuvvetmedya*.com.17.3

Mora Necla (2015), "Haberin sosyolojik boyutu, kamusal söylemin üretimi ve kamuoyu oluşumu" http://www.*dorduncukuvvet.com*/medya-arastirmalari/ 05/05

Morin Edgar (2000), "Demokratik belirsizlikten siyasal ahlak felsefesine" (içinde) *Bir Uygarlık Siyaseti.* Edgar Morin ve Sami Nair, Çev. S. Köm, İstanbul: Om Yay.

Muallimoğlu Nejat (1991), *Bütün Yönleriyle Hitabet*, 3.Baskı, İstanbul: Avcıol Mat.

Mules Warwick (1998), "Media publics and the transnational public sphere" Critical Arts: *A South-North Journal of Cultural & Media Studies*, Vol. 12, Issue ½

Mullins Eastace (1983), *The Secret of The Federal Reserve*, Staunton, Virgina: Bamkers Research İnstitute,

Muratoğlu Abdullah (2006), "Akılsız adamların akıl oyunları" *Yenişafak Gazetesi*, 5/28.

Muratoğlu Bahar (2011), "Bir demokrasi masalı: Özgür birey, bağımsız medya" *Pivolka*, Aralık, Sayı:20, S.9-11.

Muth John (1961), "Rational expectations and the theory of price movements" *Econometrica*, Vol. 29.

Mutlu Devrim Emre (2010), "İktisadi davranışlar" http://*ekonomikanalizblogspot*.ru/8/13

Mutlu Erol (1998), *İletişim Sözlüğü*, Ankara: Bilim Sanat Yayınları.

Mutlu Erol (2005), *Globalleşme, Popüler Kültür ve Medya*, Ankara: Ütopya Yayınevi.

Muzaffer Chandra (2006), *Küresel Ahlak ya da Küresel Hegemonya*, İstanbul: Kaknüs.

Müftüoğlu Tamer (1989), *İşletme İktisadı*, Ankara: Turhan Kitabevi.

Mütercimler Erol (2007), *Komplo Teorileri*, İstanbul: Alfa Yayınları.

Nebhani Takuyiddin (2011), *İslam İktisat Nizamı*, İstanbul: Köklü Değişim, 1.B.

Nelson Julie A. (2011), *Hayatımızdaki Ekonomi*, Çev. Didem Kizen, İstanbul: YKY.

Noelle- Neumann Elisabeth (1991), "The theory of public opinion: The concept of the spiral of silence", der. James Anderson, *Communication Yearbook* 14, s. 257-287

Nye Joseph S.Jr (2005), *Dünya Siyasetinde Başarının Yolu Yumuşak Güç*, Çev. Reyhan İnan Aydın, Ankara: Elips Kitap.

Okka Osman (2010), *İşletme Finansmanı*, Ankara: Nobel Yayın Dağıtım, 4. B.

Okutan Cevat (2006), *Cumhuriyetçi Paradigma*, İstanbul: Paradigma.

Omay Umut (2010), "Tüccar sınıfın protestan hareketi desteklemesinin Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisi yaklaşımı açısından değerlendirilmesi" *Sosyal Siyaset Konferanslar Dergisi*, http://dergipark.gov.tr/iusskd/issue/889/9879

Ongun Ömer (2013), "Medya denetimi ve propaganda" *BİA Haber Merkezi*, 26 Ocak

Ongun Ömer (2014), "Uluslararası habercilik ve söylem: Türkiye'deki gazetelerin Suriye iç savaşını yansıtma biçimleri" *Galatasaray Ün. İletişim Dergisi*, S. 20, Haziran

Orakoğlu Bülent (2017), "Müslümanı müslümana kırdırma stratejisi" *Yenişafak Gazetesi*, Ekim 9

Orhan Osman Z. (1989), *Keynezyen ve Monetarist İstikrar Politikaları*, İstanbul: Bilim Teknik Yayınevi.

Orsam (2016), "Terör örgütleri tarafından sosyal medyanın kullanılması: IŞİD Örneği" Panel Bildirileri, http://www.*orsam.org.tr*/files/T_Degerlendirme/10/10tr.pdf. Erişim Tarihi:18.01.2017.

Oskay Ünsal (1993), *Kitle İletişiminin Kültürel İşlevleri*, İstanbul: Der Yayınları.

Önür Nimet (2001), "Küreselleşme, ulus devlet ve değişen ulusal kimliklerde medyanın rolü" *Ege Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Sosyoloji Dergisi*, S.8-9,

Özarslan Hüseyin (2007), "Çerçeveleme yaklaşımı açısından haber çerçevelerinin izler kitle düşünceleri üzerindeki etkisi" Selçuk Üniversitesi, SBE, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Araştırma Yöntemleri Bilim Dalı, *Doktora Tezi*.

Özdek Yasemin (1999), "Globalizmin ideolojik hegemonyası: Yanılsamalar" *Amme İdaresi Dergisi*, TODAİE, Cilt.32, S. 3-Eylül, ss.25-48.

Özdel Gizem (2012), "Foucault bağlamında iktidarın görünmezliği ve 'Panoptikon' ile 'İktidarın Gözü" göstergeleri" *TheTurkish Online Journal of Design, Art and CommunicationTojdac*.2 (1), 22-29

Özer Kemal (2016), "Deaş'ı kim ne zaman, nasıl ve neden kurdu?" *Yeni Söz Gazetesi*, 23.03.2016

Özer Ömer (2011), *Haber Söylem İdeoloji: Eleştirel Haber Çözümlemeleri*, Konya: Literatürk Yayınevi.

Özer Ömer (2013), *İletişim Kuramları*, Editör Erkan Yüksel, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi AÖF Yayını.

Özgen Ergun (2016), "Pentagon'un hedefleri" https://www.*turkishnews.com*/tr/content/2016/02/16/pentagonnin-hedefleri-2/, Türkish Forum

Özkan Abdullah (2004), *Siyasal İletişim*, İstanbul: Nesil Yayınları.

Özkan Selfiye (2017), "Gerbner'in kültürel göstergeler kuramı bağlamında televizyon haber içeriklerine ilişkin bir araştırma" *Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi* (AKAR), Cilt 2, S. 4, 303-315

Özsever Atilla (2004), *Tekelci Medya Örgütsüz Gazeteci*, Ankara: İmge Kitabevi.

Özsoy Osman (1998); *Geçmişten Günümüze Yöntem ve Uygulamalarıyla Propaganda ve Kamuoyu Oluşturma,* İstanbul: Alfa Yayınları.

Özsoy Selami (2014), "Almanya'daki Türk medyası ve kamusal bir Alman kurumu: Deutsche Welle" s. 9, (Çevrimiçi) https://www.*academia.edu*.22.12.2014

Öztürk Feza (2004), "Küreselleşme yenidünya düzeni, www.mfa.gov.tr/türkçe / grupe/4es/5FO2 turk2.htm,13.10.2004

Öztürk Ruken (1993), "Sinemada akımlar", *Ankara Ün. Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 26/1, s.228-233

Öztürk Serdar (2016), "Profesyonel eğlence üretiminin şizofrenisi: İmaj avcılığı ve gece vurgunundaki avcılar", *TRT Akademi Dergisi*, Cilt1, S.1, Ocak.

Panny Thomas (2003), "IV. Dünya savaşının emirleri ABD think thankleri ve neo muhafazakârların ilişkiler ağı" Çev. Refik Tunç http://*eski.iktibas.info/dergi*/ 2003/kasim/ceviri1.htm

Paşalı Nihal (1995), "Basında oligopolistik yapı ve tekelleşme" Marmara Ün. SBE. *Yüksek Lisans Tezi*.

Patrick T. Hugh (1966), "Financial development and economic growth in underdeveloped countries" Economic Development and Cultural Change, s.14, Aktaran Halil Tunalı ve Parla Onuk (2017) "Finansal gelişme ve ekonomik büyüme arasındaki nedensellik ilişkisi: Türkiye örneği" *İktisat Politikası Dergisi*, Cilt 4, Sayı1, 1-15

Pazarbaşı Betül (2007), *Küreselleşme Sürecinin Medya Endüstrilerine Yansıması*, İstanbul: Anahtar Kitaplar Yayınevi.

Pearson Roberta (2003), *Sinemanın İlk Dönemi, Dünya Sinema Tarihi*, Der. G. Nowell-Smith, Çev. Ahmet Fethi, İstanbul: Kabalcı Yayınları.

Pehlivan Barış ve Terkoğlu B. (2012), *Sızıntı: Wikileaks'te Ünlü Türkler*, İstanbul: Kırmızı Kedi Yayınevi.

Pekman Cem (2002), *Televizyonda Özelleşme*, Beta Yayınları, İstanbul, 1997 Aktaran: Serdar Kaypakoğlu, "Küresel ve yerel medyada gelişmeler ve ulus devlet", *Gazi Üniversitesi İletişim Fak. Dergisi* İletişim2002/16, s:125.

Pekman Cem (2005), *Medya Sahipliğinin Düzenlenmesi Sorunu*, Derleyenler Deirdre Kevin ve Mine Gencel Bek, Çev. Sami Oğuz ve M. Semiz, *AB ve Türkiye'de İletişim Politikaları- Pazarın Düzenlenmesi, Erişim ve Çeşitlilik*, Ankara Ün. Basımevi

Philips Kevin (2004), *American Dynasty*, London: Penguin Books.

Piketty Thomas (2014), *21. Yüzyılda Kapital*, Çev. Hande Koçak, İst: İş Bankası Yay.

Pirenne Hanry (1983), *Ortaçağ Avrupası'nın Ekonomik ve Sosyal Tarihi*, İst: Alan Yay.

Platon (1995), *Devlet*, Çev. Selahattin Eyuboğlu - M.Ali Cinboz, İst: Remzi Kitabevi.

Polanyi Karl (1944), *Great Transformation: The Political and Economic Origins of Our Time,* Boston: Beacon Press.

Polat Veli (2008). *Politik Konuşma ve Politik Söylenme*, İstanbul: Derin Yayınları.

Postman Neil (1994), *Televizyon: Öldüren Eğlence*, Çev. Osman Akınhay, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Postman Neil ve Powers Steve (1996), *Televizyon Haberlerini İzlemek*, Çev. Aslı Tunç, İstanbul: Kavram Yayınları.

Powers Shawn and Gilboa E. (2007) "The public diplomacy of Al Jazeera" *New Media And The Middle East*, Ed. Philip Seib, Palgrave Macmillan. www.link.springer.com

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

Pratkanis Anthony ve Aronson Elliot (2008), *Propaganda Çağı*, Çev. Nagehan Haliloğlu, İstanbul: Paradigma Yayınları.

Prince Gerard (1982), *Narrative Analysis and Narratology*, New Literary History, The University of Virginia.

Purdy Walter (2017), "Radicalization: Social media and the rise of terrorism" *Homeland Security Digital Library*, https://www.hsdl.org/?view&did=789039 ss.12-16. Erişim Tarihi: 28.05.2017.

Qualter Terence H. (1980), "Propaganda teorisi ve propagandanın gelişimi", *Ankara Ün. SBF Dergisi*, Çev. Ünsal Oskay, Cilt, 25, No. 1-4.

Quigley Caroll (1966), *Tragedy and Hope: A History of The World İn Our Time*, New York: Mc milan Co.

Ramonet İgnacio (2000), *Medyanın Zorbalığı*, Çev. Aykut Derman, İst: İletişim Yay.

Rehn Olie (2007), *Avrupa"nın Gelecek Sınırları*, Çev. O. Şen, H.Kaya, İstanbul: 1001 Kitap Yayınları.

Ricardo David (1821), *On the Principles of Political Economy and Taxation*. 3rd Ed. London: John Murray.

Robb David (2005), *Hollywood Operasyonları*, Çev. Sinan Okan, İstanbul: Güncel Yay.

Robertson Roland (1999), *Küreselleşme Toplum Kuramı ve Küresel Kültür*, Çev. Ümit Hüsrev, 1. Baskı, Ankara: Bilim Sanat Yayınları.

Robinson Piers (2002), The CNN Effect, New York: Routledge Taylor, Francis Group.

Ross Daveed Gartenstein (2017). "Radicalization: Social media and the rise of terrorism", *Homeland Security Digital Library*, https://www.hsdl.org/?view&did =789039, ss.18-33, Erişim Tarihi:28.05.2017.

Roszak Theodore (1995); *Bilincin Evrimi*, Bedirhan Muhib, İstanbul: İnsan Yayınları.

Russell Bertrand (2014), *İktidar*, Çev. Mete Ergin, İstanbul: Cem Yayınevi.

Ryan Michael ve Kellner Douglas (2010), *Politik Kamera*, Çev. Elif Özsayar, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Sabah Gazetesi (2015), "DEAŞ 3 peşmergeyi daha infaz etti" Mart 20.

Sabah Gazetesi (2016), "DEAŞ'ı Obama kurdu" Ağustos 12.

Sak Elif (2014), "Kamu diplomasisi ve Çin" *Barış Araştırmaları ve Çatışma Çözümleri Dergisi*, Cilt 2/1, http://dergi.cicr.org.tr/, Yalova Üniversitesi.

Sampson Anthony (1985), *The Money Lenders, Bankers and a World in Turmoil* Middlesex, England: Penguin Books.

Sanberk Özdem ve Altınay Hakan (2008), "Kamu diplomasisi ve yumuşak güç" Sabah, www.arsiv.*sabah.com.tr*/2008/01/08/haber (erişim 25 Aralık 2009)

Sancar Gaye Aslı (2012), *Kamu Diplomasisi ve Uluslararası Halkla İlişkiler*, İstanbul: Beta Basım Yayım.

Saral Onur (2005), "Finansal liberalizasyon ve GSMH büyümesi arasındaki ilişki" *Zonguldak Karaelmas Ün. SB Dergisi*, Cilt 1, S.1.

Sarıkamış Cevat (2003), *Şirket Birleşmeleri,* İstanbul: Avcıol Basım Yayın.

Sartori Giovanni (2004). *Görmenin İktidarı*, İstanbul: Kara Kutu Yayınları.

Sarup Madan (1997), *Post Yapısalcılık ve Postmodernizm*, Ankara: Ark Yayınları.

Savaş Vural (1994). *Politik İktisat*, 2. Baskı, İstanbul: Beta Basım Yayın.

Savaş Vural (1986), *Keynezyen İktisat Yıkılırken*, İstanbul: Beta Basım Yayın.

Savaş Vural (1997). *İktisadın Tarihi*, Liberal Düşünce Topluluğu, İstanbul: Avcıol Mat.

Say Seyfi (2012), "İslam bir ideoloji değildir demek yetmiyor", "Batı gözüyle İslam ve İslamcılık", http://*beyanname.blogcu.com*/

Sayın Ümit (2001), "ABD merkezli dünyayı yöneten masonik örgütler" *Aydınlık*/746.

Schafer Daniel (2012), "Rockefellers ve Rothshields unite", *Financial Times*, 5/30

Schiller Herbert (1976), *Communication and Culturel Domination*, İnternational Art and Science, New York: White Plains.

Schiller Herbert (1993), *Zihin Yönlendirenler*, Çev. Cevdet Cerit, İstanbul: Pınar Yay.

Schudson Michael (1978), *Discovering the News*, USA: Basic Books.

Severin Werner ve Tankard James W.(1994), *İletişim Kuramları*, Çev. A. Atıf Bir ve N. Serdar Sever, Eskişehir: Kibele Sanat Merkezi.

Seyrek İsmail (2002), "Küreselleşme sürecinde iktisat politikaları ve yakınsama tezi" *Gazi Üniversitesi, İİBFDergisi*, Özel Sayısı 171

Sezer Baykan (1988), *Sosyolojinin Ana Sorunları*, İstanbul: Sümer Yayınları.

Sezer Baykan (1997), "Batı Dünya egemenliği ve endüstri devrimi", *İstanbul Ün. Edebiyat Fakültesi Yayınları.*

Shakspeare William (2017), *Julius Caesar*, Çev. S. Eyüboğlu, İstanbul: İş Bankası Yay.

Shangouan Gao (2000), "Economic globalization: Trends, risks and risk prevention", *Economic ve SocialAffairs*, CDP Background Paper No. 1, ST/ESA/2000/CDP/1, http://www.un.org/en/development/desa/policy

Shoemaker P. ve Reese S. (2002), *İdeolojinin Medya İçeriği Üzerindeki Etkisi*, Medya Kültür Siyaset, Der. Süleyman İrvan, Ankara: Alp Yayınevi.

Sili Ayşegül ve Çürük Suna. A. (2013), "Bir ideal toplum bileşeni olarak İslam'ın temel ekonomik ilkeleri" *Maltepe Ün. İİBF Ekonomik ve Toplumsal Siyasal Analiz Derg*. S.2

Simayi Ayixıamuguli (2014), "DTÖ uyuşmazlıklarının çözüm sistemi ve Çin'in taraf olduğu uyuşmazlıklar" Kırgızistan: *Akademik Bakış Dergisi* S. 41, Mart.

Smith Adam (2008), *Milletlerin Zenginliği* (1776), Hasan Ali Yücel Klasikler Dizisi No: 50, İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.

Soros George (1987) *Alchemy of Finance: Reading the Mind of the Market*, New York: John Willey and Sons Inc.

Sosyalizm ve Toplumsal Mücadeleler Ansiklopedisi (1987), İstanbul: İletişim Yayınları

Soydan Mehmet Kürşat (2012), "Küreselleşme sürecinde medyanın rolü" Radyo ve Televizyon Üst Kurulu *Uzmanlık Tezi*.

Sözcü Gazetesi (2015), "İŞİD bu kez bazukayla infaz etti" Mayıs, 22.

Sözeri Ceren (2006), "Türkiye'de medya grupları ve bağımsız medya kuruluşlarında dergi yayıncılığı" *Yüksek Lisans Tezi*, Galatasaray Ün. SBE, Radyo-Televizyon.

Sözeri Ceren (2009), "Türkiye'de medya sektöründe uluslararası şirket birleşmeleri" Marmara Ün. SBE. *Doktora Tezi*.

Star Gazetesi (2015), "Deaş rehineyi 10 yaşındaki çocuğa infaz ettirdi" Mart 11.

Stretton Hugh (1999), *Economics: A New İntroduction*, London: Pluto Press.

Sumpter R. and Tankard, J. W. (1994). "The spin doctor: An alternative model of public relations" *Public Relations Review*, 20(1): 19-27.

Szondi Gyorgy (2008), "Public diplomacy and nation branding: Conceptual similarities and differences" *Clingendael*: *Nederland Institute of International Relations*, Aktaran Emrah Aydemir.

Şaylan Gencay (2016), *Değişim Küreselleşme ve Devletin Yeni İşlevi*, Ankara: İmge

Şaylan Gençay (1997), Küreselleşmenin Gelişimi, Editör: Işık Kansu, Emperyalizmin Yeni Masalı: Küreselleşme, Ankara: İmge Kitabevi

Şenel Alaeddin (1996), *Siyasal Düşünceler Tarihi,* Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.

Şenol Dolunay, Erdem S. Ve Erdem E. (2016), "İŞİD küresel bir terör örgütü", *Fırat Ün. SB Dergisi*, Cilt 26 S. 2, s.277-292,

Şeriati Ali (2009), *Öze Dönüş*, 2.Baskı, Çev. Ejder Okumuş, Ankara: Fecr Yayınevi.

Tabakoğlu Ahmet (2005), *Gayb İnancının Ekonomik Hayata Yansımaları; İslam İktisadı*; İstanbul: İstanbul Kitabevi

Tabb William K.(2001), *Ahlaksız Fil 21. Yüzyılda Küreselleşme ve Sosyal Adalet Mücadelesi*, Çev. Ercüment Özkaya, Ankara: Epos Yayınları.

Tağraf Hasan (2002), "Küreselleşme süreci, çok uluslu işletmelerin küreselleşme sürecine etkisi" *Cumhuriyet Ün. İİB. Dergisi*, Cilt 3, S.2.

Tanrıkulu Mesut (2009), "Grafik tasarım ürünlerinden afişin bir propaganda aracı olarak kullanılması" Mustafa Kemal Ün. SBE Grafik Sanat Dalı, *Yüksek Lisans Tezi.*

Tarhan Nevzat (2006), *Psikolojik Savaş: Gri Propaganda*, İstanbul: Timaş Yayınları.

Taşdemir Erdem (2017), "Sosyal medyada terör propagandası: DEAŞ örneği, *Gümüşhane Ün. Elektronik Dergisi*, Cilt 5, S. 2, Eylül

Tawney R.Hanry (1926), *Religion and The Rise of Capitalizm*, Publication Date 2015 London: Verso Books.

Tayfun Recep (2014), "Kamuoyu oluşum süreçleri perspektifinden kamuoyunu anlamak" Der. Aysel Aziz, S. Sungur İletişim Ve..İçinde (253-269) hiperlink, *yasaizleme.org.tr*/kamuoyu-olusum-surecleri-perspektifinden-kamuoyunu-anlamak.

Tecimer Ömer (2006), *Sinema- Modern Mitoloji*, 2.Baskı, İstanbul: Plan B

Tekelioğlu Muammer (1993), *İktisadi Düşünceler Tarihi*, Adana: Çukurova Ün. Basım.

Temizel Handan (2000), "Kamuoyu kuramları ve kamuoyu oluşumunda kitle iletişim araçları" Selçuk Ün. İİBF SBE, *Yüksek Lisans Tezi*, *Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 12.01.2014.

Tepebaşılı Fatih (2016), *Retorik Konuşma Sanatı Söz Bilimi*, Konya: Çizgi Kitabevi.

TESEV (2011), *Medya Sektöründe Yatırım ve Rekabet İlişkileri: Sektörün Bugünü ve Geleceği"* İstanbul: Çalıştay Raporu.

Thompson John B. (1995), *The Media and Modernity: A Social Theory of the Media*, Cambridge Polity, Stanford California: Stanford University Press.

Tılıç Doğan (1998), *Utanıyorum Ama Gazeteciyim*, İstanbul: İletişim Yayınları.

Timisi Nilüfer (2003), Yeni İletişim Teknolojileri ve Demokrasi, Ankara: Dost Kitap.

Todorov Tzvetan (1971), "The 2 principles of narrative", *Diacritics*, S. 1/1, Fall, p. 37–41, John Hopkins University.

Tokalak İsmail (2016), *Küresel Sömürü*, 2. B. İstanbul: Ataç Yayınları.

Tokalak İsmail (2014), *Yahudiliğin Kökenleri ve Küresel Gücü*, İstanbul: Ataç Yay.

Tokalak İsmail (2017), *Kapitalizmin Soygun Düzeni*, 3. Baskı, İstanbul: Ataç Yay.

Tokalak İsmail (2018), *Üst Akıl Denen Acımasız Düzen*, İstanbul: Ataç Yayınları.

Tokatlı Attila (1979), *Eski Büyücülerden Çağdaş Darbecilere Gizli Örgütler*, İstanbul: Hürriyet Yayınları.

Tokgöz Oya (2017), *Temel Gazetecilik*, 12.Baskı, Ankara: İmge Kitabevi.

Topakkaya Arslan, Özyürek Ş. Bengü (2015), "Sakıncalı rejim demokrasi: Platon Aristotales örneği" *FLSF (Felsefe ve Sosyal Bilimler Dergisi*, Güz, S. 20, s. 191-210. ISSN 1306-9535, www.flsfdergisi.com

Topuz Hıfzı (2003). *II. Mahmut'tan Holdinglere Türk Basın Tarihi*, İst: Remzi Kitap.

Torun İshak (2003), *Max Weber'de İktisadi Gelişme Düşüncesi*, İst: Okumuş Adam Yay.

Tuch Hans N. (1990), "Communicating with the world: US Public Diplomacy Overseas" Washington DC: George Town University.

Turgut Arzu (2011), "Wikileaks belgelerinde Türkiye ve yakın çevresi" *USAK Raporları*, No:11-03, Nisan 2011, http://www.*usak.org.tr* dosyalar/rapor/ 10.05.2015

Tutal Nilgün (2006), *Küreselleşme, İletişim ve Kültürlerarasılık*, İstanbul: Kırmızı Yay.

Tutar Hasan ve Yılmaz M.K. (2013), *Genel ve Örgütsel Boyutuyla İletişim*, Ankara: Seçkin Yayınları.

Türkoğlu Nurçay (2010), "Toplumsal dönüşümler ve medyada izleyici katılımı" Ankara: *Tübitak Raporu.*

Uçkan Ö. ve Ertem C. (2011), *Wikileaks, Yeni Dünya Düzenine Hoş Geldiniz*, İstanbul: Etkileşim Yayınları.

Uçkan Özgür (2015), "Sokak + digital iletişim = Aktivizm", www.*politus.org.tr* detay2. aspx 23.06.2015

Uluç Güliz (2002), "Medya yapılarının küreselleşmesi", *Doğu Batı Düşünce Dergisi*, S.18, Şubat, Mart, Nisan

Uluç Güliz (2008), *Küreselleşen Medya: İktidar ve Mücadele Alanı Olanaklar-Sorunlar-Tartışmalar,* İstanbul: Anahtar Yayınları.

Ulutaş Ahmet (2007), "Avrupa Birliği rekabet hukukunda teşebbüs birleşmeleri kontrolü" www.*turkhukuksitesi.com*, 1.02.2007

Ulutaş Ejder (2015), "Toplumsal bir tip: kanaat önderi", Selçuk Ün. Sosyoloji Bölümü *Doktora Tezi*

Uras Güngör (2006), *"*ABD'li 'Think Tank'ların gündeminde Türkiye var". http://www. *millyet.com. tr*/2006/05/27/yazar/uras.html

Usluata Ayseli (1997). *İletişim,* İstanbul: İletişim Yayınları.

Uysal Birkan (1998), "Siyaset, yönetim, halkla ilişkiler" Ankara: *TODAİE Yayınları*,

Ülgen Hayri ve Mirze S. Kadri (2004), *İşletmelerde Stratejik Yönetim*, 1. Baskı, İstanbul: Literatür Yayıncılık.

Ülgener Sabri (2006), *Zihniyet ve Din, İslam, Tasavvuf ve Çözülme Devri İktisat Ahlakı*, İstanbul: Derin Yayınları.

Ünal Asife (2015), "Uyumlu bir dünya inşası bağlamında sinema ve din ilişkisi: "Life of Pi" *İnternational Journal of Science Culture and Sport* (IntJSCS) http://*dergipark.ulakbim.gov.tr*/ intjscs/article/view/5000143091/0

Ünsay Y. Ügümü P (2015), "Türkiye'de dijital aktivizmin mizahi yüzü: 'Caps'ler" (Çevrimiçi) http://*akademikstok.com* 20.06.2015

Üşür Serpil Sancar (1997), *İdeolojinin Serüveni*, Ankara: İmge Kitabevi.

Valantin Jean-Michel (2006), *Küresel Stratejinin Üç Faktörü: Holywood, Pentagon ve Washington*, İstanbul: Babıali Kültür Yayıncılığı.

Van Dijk T. (1988), *News As Discourse*, New Jersey: Hillsdale.

Van Dijk T. (2003), *Söylem ve İdeoloji*, Der. B. Çoban ve Z. Özarslan, İstanbul: Su Yay.

Varol Sibel. F (2017), "Medyanın küreselleşmesi: Neden-sonuç ekseninde bir değerlendirme" *Gazi Ün. İletişim Fak. E Gifder Dergi*, Cilt 5 S.1, Mart.

Vatan Gazetesi (2016), "Deaş 100 yaşındaki din adamının başını kılıçla kesti" Kasım 22

Vergin Nur (2008), *Siyasetin Sosyolojisi*, İstanbul: Doğan Kitap.

Vodinalı Hüseyin (2017), "İşid sadece İşid değildir" *Oda TV*, 03.01.2017.

Vural Ali Murat (1999), *Yerel Basın ve Kamuoyu*, Eskişehir: Anadolu Ün. Yay.

Wallerstein Immanuel (1998), *Jeopolitik ve Jeokültür*, Çev. Mustafa Özel, İst: İz Yay.

Wallerstein Immanuel (2014), *Dünya-Sistemleri Analizi: Bir Giriş*, Çev. Ender Abadoğlu, Nuri Ersoy, 3. B. İstanbul: BGST Yayınları.

Weber Max (1905), *Protestan Ahlakı ve Kapitalizmin Ruhu*, Çev. Emir Aktan, 2013, Ankara: Alter Yayıncılık.

Weber Max (1996), *Sosyoloji Yazıları*, Çev. Taha Parla, İstanbul: İletişim Yay.

Weımann Gabriel (2014). "New terrorism and new media", Washington DC: *Commons Lab of the Woodrow Wilson International Center for Scholars,*

Williams Raymond (2003), *Televizyon, Teknoloji ve Kültürel Biçim*, Çev. Ahmet Ulvi Türkbağ, Ankara: Dost Kitabevi.

Yağan Uğur (2013), "Teknoloji ve kamusal alan tartışmaları çerçevesinde sosyal medya kullanımı ve politik katılım" Ankara Ün. SBE, *Yüksek Lisans Tezi*.

Yaman Hasan (2017), "Küreselleşme ve medya ilişkisi: Yerel yayıncılık modelleri ve Türkiye örneği" İstanbul Ün. SBE Radyo TV Sinema Ana bilim Dalı, *Doktora Tezi*

Yanardağoğlu Eylem (2014), "Uluslararası iletişim ve kamu diplomasisi: BBC dünya servisi haber merkezi örneği" Ankara Ün. İletişim Fak. Derg. C.I, S.1, Bahar s. 116-126

Yarar Ayşe (2013), "Latin Amerika'da İspanyol sömürgeciliği" *Uluslararası Politika Akademisi,* 02.07.2013, www.politikaakademisi.org.

Yavaşgel Emine (2004). *Siyasal İletişim Kavramlar ve Ardındakiler*, Ankara: Babil Yayın Dağıtım.

Yel Ali Murat (2000), "Bir Katolik tarikatı Opus Dei", *Divan Dergisi* S.2.

Yenişafak Gazetesi (2014), "Edward Snowden'dan bomba iddia", Ağustos 16.

Yeşiltaş Murat, Özdemir, Öncel, Düz ve Öztürk (2016), "Sınırdaki düşman: Türkiye'nin DEAŞ ile mücadelesi", İstanbul: *SETA Rapor*.

Yeygel Sinem (2006), "Postmodern toplumsal yapının pazarlamaya getirdiği yeni boyut: Topluluk pazarlaması" *Bilig Yaz Dergisi* S.38: 197-228 © Ahmet Yesevi Ün.

Yıldırım Gonca (2014), "Uluslararası halkla ilişkiler perspektifinden kamu diplomasisi: Türkiye'de kamu diplomasisi koordinatörlüğü örneği çerçevesinde kültürel diplomasi" İstanbul Üniversitesi SBE, *Doktora Tezi*.

Yıldırım Nurettin (2007), *Psikolojik Savaş Teknikleri Kore-Irak Örneği,* İstanbul: IQ Kültür Sanat Yayıncılık.

Yıldız Nuran (2007). *Tanklar ve Sözcükler*. İstanbul: Alfa Basım Yayınları.

Yıldız Zekeriya (2013), *Politika Sözlüğü,* İstanbul: Nesil Basım Yayın Gıda T.S. A.Ş.

Yıldızoğlu Ergin (2000), "Şirket evlilikleri, küreselleşme ve hegemonya" *Cumhuriyet Gazetesi,* 17.01.2000

Yılmaz Aslan (1992), "Avrupa Topluluğu rekabet hukuku*",* Banka ve Ticaret Hukuku, Enstitü Yayını, Ankara, ,s:266, Aslan Yılmaz, Rekabet Hukuku, Ekin Yayınları, Bursa, 2001, s:251 Aktaran: Ahmet Ulutaş, "Avrupa Birliği rekabet hukukunda teşebbüs birleşmeleri kontrolü",www.*turkhukuksitesi.com,* 1.02.2007

Yılmaz Aytekin (2004), *İkinci Küreselleşme Dalgası*, Ankara: Vadi Yayınları.

Yılmaz Gaye (2004), "Küreselleşmenin kısa tarihi", www.*inadına.com*/inadeski/sayı5

Yılmaz Halit (2006), *İdarenin Görsel İşitsel İletişim Alanındaki İşlevi*, Ankara: İmaj Yay.

Yılmaz Sait (2012), "Avrupa Birliği ve postmodern jeopolitik", İstanbul Aydın Üniversitesi, Ulusal Güvenlik ve Strateji Araştırma ve Uygulama Merkezi Müdürü, saityilmaz*@aydin.edu.tr.acikarsiv.aydin.edu.tr*

Yılmaz Sait (2015), "Wikileaks'i okumak", *Beykent Üniversitesi Büsam Bülteni,* s. 3, (Çevrimiçi) http://ees2.beykent.edu.tr 30.06.2015

Yılmaz Zafer (2005), "Platon'un tiranlık eleştirisi", *Atatürk Ün. SBE Dergisi,* C. 6 S. 2

Yüksel Ahmet Haluk (2007), *İletişim Kavram ve Tanımı, Genel İletişim*, 2.Baskı, Editör U. Demiray, Ankara: Pegem A Yayıncılık.

Yüksel Erkan (2001), *Medyanın Gündem Belirleme Gücü*, Konya: Çizgi Kitabevi.

Yüksel Erkan (2007), "Kamuoyu oluşturma ve gündem belirleme kavramları nerede kesişmekte, nerede ayrılmaktadır*?" Anadolu Ün. İletişim F. SB Dergisi*, 2007/1.

Zayani Mohamed (2006), *El Cezire ve Yeni Arap Günah Keçisi Medyasının İnfialleri, El Cezire Olayı Yeni Arap Medyası Üzerine Eleştirel Perspektifler*, Ed. Mohamed Zayani, İstanbul: Versus Kitap.

Zelin Aaron (2013), "Announcement on the publishing of al-ı'tiṣām media foundation – a subsidiary of the Islamic state of Iraq – It will be released via new statement from the global Islamic media front". Aralık 16, 2015. tarihinde Jihadology: http://*jihadology.net*/category/the-dünya çapında-islamic-media-front/ GIMF.

İnternet Kaynakları

www.anayasamahkemesi.blogspot.com.tr/2008/06/jristokrasi-nedir.html

www.bbc.com/turkce/haberler/2015/02/150206_isid_pilot

www.cnnturk.com/dunya/britanya-imparatorlugu 28.12.2016 Çarşamba 15:30

www.cnnturk.com/dunya/isidin-buldozer-lakapli-infazcisi-suriye-ordusu-tarafindan-yakalandi.01.06.2016.

www.connectedvivaki.com/wp-content/uploads/2015/05/zenith-top30.png

www.edition.cnn.com/2014/10/26/world/meast.isis-beheading-torture

www.ekonomi.milliyet.com. tr/dogan-gazetecilik-ten-milliyet-ve-vatan 21.04.2011

www.forum.derindunya.com/discussion/459/hollywood-filmleriniaratmaz

www.hurriyet.com.tr/dunya/urdunlu-pilot-muaz-kesasibenin-sakinliginin-nedeni/ 02.15.2015

www.internethaber.com/isidin-celladi-hatayda-yakalandi 21.12.2014

www.liderhaber.org/bu-goruntuler-studyoda-mi-cekiliyor-2407gp27.htm.25.12.2016.

www.marketingturkiye.com.tr/haberler/dunyanin-en-buyuk-30-medya-sahibi-2017

www.marketing91.com/top-10-media-

www.mediacatonline.com/donemine-damga-vuran-10-propaganda-ornegi

www.ntv.com.tr/ekonomi/medyada-85-milyar-dolarlik-birlesme- 24.10.2016

www.okyanusum.com/makale/11863/7.4.2014deplayer.biz.tr/slide/3030943/

www.pwc.com.tr/tr/basin-odasi/2016-basin-bulteni/kuresel-medya-2016-2020

www.tdk.gov.tr

www.turkcebilgi.com/kanaat önderi

www.tesev.org.tr

www.yenisafak.com/yazarlar/tamerkorkmaz/o-bombalari-patlattiran 13.10.2017