T.C.

ÇANKIRI KARATEKİN ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

FELSEFE ANABİLİM DALI

NOAM CHOMSKY'NİN PROPAGANDA MODELİ ÜZERİNDEN YENİ MEDYA ANALİZİ

Hazırlayan

Ahmet Turan Latif Yıldız

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Danışman

Prof. Dr. İlhan YILDIZ

Çankırı-2022

T.C.

ÇANKIRI KARATEKİN ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

FELSEFE ANABİLİM DALI

NOAM CHOMSKY'NİN PROPAGANDA MODELİ ÜZERİNDEN YENİ MEDYA ANALİZİ

Hazırlayan

Ahmet Turan Latif Yıldız

ORCİD: 0000-0003-0166-4194

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Danışman

Prof. Dr. İlhan YILDIZ

Çankırı-2022

İÇİNDEKİLER

BİLİMSEL ETİK BİLDİRİMİ……iii

TEZ KABUL VE ONAY……...iv

ÖNSÖZ…….....v

ÖZET……...vi

ABSRACT……..vii

KISALTMALAR……...viii

1. BÖLÜM GİRİŞ..... 1

2. BÖLÜM: HERMENEUTİK..... 9

2.1. Hermeneutik'in Tanımı Ve Tarihçesi..... 9

2.2. Felsefi Hermeneutik..... 11

2.3. Hermeneutik Ve Propaganda..... 13

3. BÖLÜM: PROPAGANDA KAVRAMI..... 16

3.1. Propagandanın Tanımı..... 16

3.2. Propagandaya Duyulan İhtiyaç..... 17

3.3. Propaganda Üreten Araçlar..... 23

4. BÖLÜM: PROPAGANDA MODELİ..... 26

4.1. Chomsky'nin Modelde Kullandığı Kavramlar..... 31

4.1.1. "Haydut Devlet"..... 31

4.1.2. "Değerli-Değersiz Düşman/ Kurban"..... 33

4.1.3. "Terörizm"..... 34

4.2. Propaganda Modelindeki "Haber Süzgeçleri"..... 36

4.2.1. Egemen Medya Şirketlerinin Büyüklüğü, Yoğunlaşmış Mülkiyeti, Kâr Amaçlı Oluşu Ve Sahiplerinin Serveti..... 36

4.2.2. Televizyonun Yaygınlaşmasının Ana Akım Medyaya Etkileri..... 37

4.2.3. Mülkiyet, Medya İçeriğini belirler..... 39

4.2.4. Reklamcılığın Medyanın En Önemli Gelir Kaynağı Olması..... 39

4.2.5. Medyanın, hükümet ile iş çevrelerinden sağladığı bilgileri temel alması 40

4.2.6. Medyayı hizaya sokmak amacıyla kullanılan bir yöntem olan 'medyaya yönelik tepki' üretimi..... 42

4.2.7. Ulusal bir din ve bir denetleme mekanizması olan 'anti-komünizm'.. 42

5. BÖLÜM: PROPAGANDA MODELİNE İLİŞKİN ÖRNEKLER..... 47

5.1. Orta Doğu 49
5.2. Orta Amerika 52
5.3. Propaganda Modeline Yönelik Eleştiriler 54
5.3.1. Komplo Teorisi 55
5.3.2. Medya Profesyonelliğinin Ve Nesnelliğini Göz Ardı Edilmesi 55
5.3.3. Sürekli muhalefet ve direnişi açıklayamama 56
5.3.4. Aşırı mekanik ve işlevselci olmasıyla, mekân, muhalefet ve etkileşim olgularını göz ardı etmesi 56
6. BÖLÜM: YENİ MEDYADA PROPAGANDA MODELİNİN ANALİZİ 60
6.1. Konuları Seçme 60
6.2. İlgilenilecek Olayları Saptama 64
6.3. Olayların Hangi Sınırlar İçerisinde İşleneceğini Belirleme 66
6.4. Bilgileri Çeşitli Süzgeçlerden Geçirme 67
6.5. Vurgu Ve Üsluba Karar Verme 68
6.6. Tartışmaları Kabul Edilebilir İlkeler Çerçevesinde Tutma 68
6.7. Vakalar Üzerinden Yöntemlerin Analizi 70
SONUÇ 78
KAYNAKÇA 86
ÖZGEÇMİŞ 89

BİLİMSEL ETİK BİLDİRİMİ

Yüksek Lisans tezi olarak hazırladığım ***Noam Chomsky'nin Propaganda Modeli Üzerinden Yeni Medya Analizi*** adlı çalışmanın öneri aşamasından sonuçlanmasına kadar geçen süreçte bilimsel etiğe ve akademik kurallara özenle uyduğumu, tez içindeki tüm bilgileri bilimsel ahlak ve gelenek çerçevesinde elde ettiğimi, tez yazım kurallarına uygun olarak hazırladığım bu çalışmamda doğrudan veya dolaylı olarak yaptığım her alıntıya kaynak gösterdiğimi ve yararlandığım eserlerin kaynakçada gösterilenlerden oluştuğunu beyan ederim.

20.06.2022

Ahmet Turan Latif YILDIZ

ÇANKIRI KARATEKİN ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

Ahmet Turan Latif YILDIZ tarafından hazırlanan ***Noam Chomsky'nin Propaganda Modeli Üzerinden Yeni Medya Analizi*** başlıklı bu çalışma, 19.10.2022 tarihinde yapılan tez savunma sınavı sonucunda [oybirliği/~~oy çokluğuyla~~] başarılı bulunarak jürimiz tarafından Felsefe Anabilim Dalı'nda Yüksek Lisans tezi olarak kabul edilmiştir.

TEZ JÜRİSİ ÜYELERİ (Unvanı, Adı ve Soyadı)

Danışman : Prof. Dr. İlhan YILDIZ İmza: ……..

Üye : Prof. Dr. İsmail HANOĞLU İmza: ……..

Üye: Doç. Dr. Sefer KALAMAN İmza:

ONAY

Bu Tez, Çankırı Karatekin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yönetim Kurulunun ...../..../ 2022 tarih ve ..... sayılı oturumunda belirlenen jüri tarafından kabul edilmiştir.

Enstitü Müdürü

ÖNSÖZ

Bu tez çalışmasında, bir yorum bilimi olan Hermeneutik'ten başlanıp, günümüze uzanan bir medya iletişim seyri ele alınırken, toplumun yoğun enformasyon saldırısı karşısında özgürlüğünü kaybetmesi bir çağdaş felsefe problemi olarak ele alındı. Daha sonra Noam Chomsky ve Edward S. Herman tarafından ortaya konulan propaganda modeli ele alınmış ve bu modelde kullanılan yöntemler konvansiyonel medya ve yeni medya üzerinden analiz edilerek propaganda modelinin çağdaş sürümünün kıyaslanması dünya örnekleriyle incelenmiştir.

Öncelikle bu süreçte bana yardımcı olan kıymetli hocama, arkadaşlarıma ve aileme teşekkürlerimi bir borç bilirim.

20.06.2022

Ahmet Turan Latif YILDIZ

ÖZET

Tezin Başlığı : Noam Chomsky'nin Propaganda Modeli Üzerinden Yeni Medya Analizi

Tezin Yazarı : Ahmet Turan Latif YILDIZ

Danışman : Prof. Dr. İlhan YILDIZ

Anabilim Dalı : Felsefe

Tezin Türü : Yüksek Lisans

Kabul Tarihi :

Bu araştırmada, Noam Chomsky ve Edward S. Herman'ın propaganda modeli ele alınmış olup yeni medya üzerinden kıyaslaması yapılmıştır. Araştırmada, Hermeneutik tanımı yapılarak bir yorum bilim olan hermeneutik anlatılarak iletişimin kadim zamandan günümüze seyri de anlatılmış olmaktadır. Konvansiyonel medya ve yeni medyanın süreci ve propaganda modelinde kullandığı yöntemler günümüz dünyasına uyarlanarak kıyaslanmıştır.

Konvansiyonel medyadan farklılığı ile yeni medya ve sosyal medyanın etkisi dünya örneğinde; Arap Baharı üzerinden, Türkiye örneğinde ise Gezi Parkı üzerinden ele alınarak incelenmiştir. Chomsky'nin propaganda modelleri örneklerle yeni medyaya uyarlanarak yeni medyanın ve sosyal ağların toplumlar üzerindeki tahakkümü ortaya konulmuştur. Chomsky'nin, egemen güçlerin elinde olmayan yurttaşların inisiyatifinde olan, özgürlük alanı olarak gördüğü yeni medyanın, özgürlük alanları dâhilinde bireye ulaşarak arzuları ve istekleri doğrultusunda kişiye ve gruplara eylemsellik kazandırabileceği de görülmüştür.

Yeni medyanın insanların üzerindeki etkisi ve insanlara tepkisellik kazandırmasının arkasında, bireyin yönlendirildiğine dair bir his oluşturmadan, özgürlük bilinci aşılanarak aslında egemen güçlerin arzu ve istekleri doğrultusunda bireyden topluma ulaşan bir eylem hareketini başlatacak şekilde güçlü olduğu görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Chomsky, Yeni Medya, Propaganda, Propaganda Modelleri

ABSTRACT

Thesis Title : New Media Analysis Through Noam Chomsky's Propaganda Model

Author : Ahmet Turan Latif YILDIZ

Supervisor : Prof. Dr. İlhan YILDIZ

Department : Philosophy

Thesis Type : Master's Thesis

Date :

In this study, the propaganda model of Noam Chomsky and Edward S. Herman was discussed and compared with the new media. In this study, by defining hermeneutics, hermeneutics, which is a hermeneutic science, is explained, and the course of communication from ancient times to the present is also explained. The process of conventional media and new media and the methods used in the propaganda model were compared by adapting them to today's world.

Unlike conventional media, the effect of new media and social media on the world, through Arab Spring; In Turkey, it was examined over Gezi Park. Chomsky's propaganda models have been adapted to the new media with examples, revealing the dominance of new media and social networks on communities. It has also been observed that Chomsky's new media, which are not in the hands of sovereign powers and are at the initiative of citizens, are seen as a field of freedom and can reach individuals within their freedom areas and bring action to individuals and groups in the direction of their desires and wishes.

It has been seen that the new media has a strong influence on the people and gives reaction to people without creating an impression that the individual is guided, liberation is conceived as a conscious effort to initiate a movement of action reaching individual collecting in the direction of desire and will of the sovereign powers.

Keywords: Chomsky, New Media, Propaganda, Propaganda Models

KISALTMALAR

ABD Amerika Birleşik Devletleri

Akt Aktaran

FKÖ Filistin Kurtuluş Örgütü

SLA Güney Lübnan Ordusu

TDK Türk Dil Kurumu

1. BÖLÜM GİRİŞ

Modern toplumların dördüncü gücü olarak benimsenmeye başlandığından bu yana medyanın toplumdaki etkileri kuramsal ve ampirik çalışmalarla tespit edilmeye çalışılmıştır. Demokratik öğreti, medyanın bağımsız olması, kendini hakikati keşfetmeye ve haber yapmaya adaması ve dünyayı yalnızca egemen grupların algılanmasını istediği gibi değil, olduğu gibi yansıtması gerektiğini ileri sürer. Demokratik öğretiye göre medyanın bağımsızlığı esastır ve medya kendini gerçeği bulmaya ve duyurmaya adamıştır. Herman ve Chomsky, bu öğretinin yanlışlığından söz ederek, egemen ve güçlü sınıfın söylemin çizgilerini ve ilkelerini belirlediğini, halkın neyi seyredip dinleyeceğine ve ne düşüneceğine karar verebildiğini, düzenli propaganda faaliyetleriyle kamuoyunu "sevk ve idare" edebildiğini anımsatarak, demokratik öğreti ile sistemin işleyişinin bağdaşmadığını vurgulamaktadırlar. (Herman & Chomsky, 1999: 9-12).

Konvansiyonel medya ve yeni medya analizini yapmadan evvel hermeneutikten başlamak gerekir. Chomsky'nin konvansiyonel medyanın egemen şirketlerin yorumlaması ve yönlendirmesi altında olduğundan söz ederek, yeni medyanın ise bu anlamda bir özgürlük alanı olduğundan söz eder. Aslında yeni medyanın da değişen teknoloji ve çağın gerekleriyle uyum sağlamış olarak yine aynı şekilde bir yorumlama ve yönlendirme hendesesine hizmet ettiğinden söz etmek yanlış olmaz.

Yorumlama ve yönlendirme iki taraflı bir olgudur. Yayıncı ve muhatabı bir yorumlama ve yönlendirme olgusuyla karşı karşıyadır. Bu da bizi hermeneutiğe götürür. Hermeneutikten başlayarak bu çalışmayı ele almak daha sağlıklı olacaktır. Bir anlama ve yorumlama olan hermeneutik, her iki taraf için de farklı açıdan ele alınmış olsa da gerekliliktir.

Hermeneutik, yazılı ve sözlü iletişimde bireyden kitleye bir anlama ve yorumlama bilgisini bizlere sunar. Bu anlamda çalışmaya hermeneutikten başlamak son derece gerekli olacaktır.

Konvansiyonel medya, haber üretimi ve paylaşımının yanı sıra düşünce denetimi konusunda da geleneksel yöntemlere tutunmaya çalışırken "Yeni Medya, Dijital Medya, Sosyal Medya" gibi bir takım iletişim modelleri karşımıza çıkmıştır. Yeni

medyanın konvansiyonel medyadan çeşitli farklılıkları aslında egemen güçlerin cazip ve çekici kampanyalarla çok daha stratejik temel hedeflerine ulaşmada halkın rızasını istedikleri yöne çevirmeleridir. Bu halde, egemen güçler farklı bir ülkenin toplumu üzerinde dahi tahakküm kuracak, yönlendirecek ve hatta harekete taşıyacak güdüyü muhataplarının düşünce dünyalarına yerleştirecek güce sahip olmaya başlamışlardır.

Herman ve Chomsky, propaganda modellerini kurduklarında yeni medya dünya gündeminde yoktu. Herman ve Chomsky, internet ve yeni iletişim teknolojileriyle propaganda modelini ilişkilendirirken; bazılarının, çağın iletişim modellerinden internet ve yeni iletişim teknolojilerinin, gücün ve bu gücü elinde tutan kuruluşların gazetecilik üzerindeki baskı ve denetimini kırdığını ve bunun daha evvel olmadığı şekliyle demokratik ve özgür medya dönemini açtığını ileri sürdüklerini belirtiyor.

İnternetin birey ve grup ağlarının verimliğini ve kapsamını artırdığı doğrudur ve önemsenmelidir. Bu, insanların ana akım medyanın pek çok ve değişik durumda getirdiği sınırlamalardan kurtulmasını sağladı. İnsanlar yaygın protesto hareketlerinde internet iletişiminden yararlandılar. Yeni teknolojiler temelde, şirket ihtiyaçlarını karşılamak için hizmete sokulur. Son yıllarda gelişen teknolojiler, medya şirketlerinin çalıştırdıkları personel sayısını azaltmalarını, ama daha fazla çıktı elde etmelerini sağlamıştır. Yine bu teknolojiler, medya kuruluşlarının sayısını azaltan küresel dağıtım sistemlerini olanaklı kılmıştır. İnteraktif kapasitelerin gelişmesiyle kolaylaşan kullanıcı kitlesinin "etkileşimi", esas olarak kullanıcıların, alışveriş yapmasına hizmet eder. Aynı zamanda, medya şirketlerinin kullanıcı kitlesi hakkında ayrıntılı bilgi toplamasına da imkân verir.

Böylece medya şirketleri, programları ve reklamları bireysel karakteristiklere uyarlamak ve programlar esnasında bir tıklamayla satış yapmak üzere ince ayar yapma imkânını elde ederler. Mahremiyet azalırken, ticarileşme artırılacaktır. Kısacası, son 10-15 yılda siyaset ve iletişimde meydana gelen değişimler, bütün faktörleri hesaba kattığımızda, propaganda modelinin uygulanabilirliğini artırma eğilimi gösterir. Şirketlerin gücünün ve dünyanın dört bir yanına erişebilme kapasitelerinin artması, birleşmeler ve medyanın daha fazla tekelleşmesi, kamusal yayıncılığın çöküşü, hem ABD'de hem de başka ülkelerde bilanço sonuçlarına odaklanma yönelimini daha etkili hale getirdi. Reklamlar için rekabet daha fazla yoğunlaştı, editörlük ve reklamcılık

departmanları arasındaki sınırlar daha çok silikleşti (Herman & Chomsky, 2012: 19-21).

Chomsky, yeni medya ve sosyal ağlar için, bu tür iletişim modellerinin ana akım medyanın ve şirketlerin, egemen güçlerin ve devletlerin güdümünde ya da kontrolünde olmadığı, bireylerin inisiyatifinde, kendi özgür kullanımlarında olduğu hatta bireylerin medyası olduğunu ileri sürer. (Demokrasinin Dördüncü Kuvveti Yeni Medya Teknolojileri Gül Dilek TÜRK İnet-Tr'13, XVIII. Türkiye'de İnternet Konferansı 9-11 Aralık 2013, İstanbul Üniversitesi**)**

Yeni medyanın görünürde bireyi özgürleştirmesi, iletişimin bağımsız ve kolay olması, şirketlerin ve egemen güçlerin dayatmalarından uzak bir enformasyon ağının oluşması, toplumun sağlıklı bilgiye ulaşma arzusu ve burada ona sunulan müthiş hız aslında geri planda çok daha büyük bir amaca hizmet eden bir planın çerçevesidir. Chomsky'nin yanıldığı nokta da işte tam burasıdır. Yeni medya, görünüşte ana akım medyadan daha özgür ve temsil kabiliyeti sunan, insanların fikirlerini geniş bir mecrada ve küresel dünyada aktarabildiği bir ortam gibi görünürken aslında egemen güçlerin kişiye ulaşmada kullandıkları bir yöntem olarak görünmektedir.

Yeni medyanın bilgiye ulaşılabilirliğinin anlık denebilecek hıza ulaşması, insanların zihninde doğru bilgiye anında ulaşma gibi görünürken aslında enformatik saldırı karşısında insanların; olayların üzerinde düşünmeye gerek duymaması, olaylar üzerinde değerlendirme fırsatı bulamaması ve enformatik saldırı karşısında kendisini korumaktan uzak, gelen her bilgiyi doğruluğu teyit edilmeden kabullenme sürecine girmesidir.

Yeni medya, sınırsız bir özgürlük sunma kılıfı içerisinde insanların zihin dünyasına girme ve insanların fikirlerinde mühendislik yapma fırsatını elinde bulunduruyor. Ana akım medyaya mesafeli olan insanlar kendileri için bulduklarını düşündükleri yeni medya mecrasında konuşulması istenilen konuları konuşmaya, tartışılması istenen konularda tartışmaya, sınırları belli olan olayları istenilen şekilde kabul etme ve istenilen tepkileri vermeye teşne bir hale gelmektedir.

Alman Siyaset Bilimci ve Kitle İletişim Kuramcısı Elisabeth Noelle Neumann'ın 'Suskunluk Sarmalı' kuramında olduğu gibi kişinin kendi düşüncelerini başkalarının

ne düşüneceğine bağlaması aslında yeni medyanın da kullandığı bir yöntem olamaya başlamıştır. Yeni medyada veya sosyal medyada insanlar, gruplardan etkilenerek onlar gibi düşünmeye ve fikirlerini özgür sanılan paylaşım merkezlerinde paylaşırken diğer insanların ortaya koyduğu ortak kanıya ters olmayacak ve hatta destekleyecek şekilde paylaşımlarda bulunması yeni medyanın sosyal ağlarındaki mühendisliğini ortaya koymaktadır.

Egemen güçlerin aksi fikirlere yer vermemesi, istedikleri fikirler etrafında paylaşımların yapılmasını sağlaması, arzu ettikleri fikirlerin ve konuşulmasını istedikleri konuların bir kartopu gibi büyüyerek insanlar arasında konuşulmaya başlanması anlamı taşır ki bu da egemen güçlerin amacına hizmet etmektedir. Suskunluk sarmalı ya da mahalle baskısı kuramına göre aksi fikirler cılızlaştıkça insanlar farkında olmadan egemen güçlerin istediği ortama doğru çekilmektedir. İnsanlar özgür fikirlerini güya özgür olan ortamlarda dile getirmekten çekinerek sessizlik sarmalına girmesi ve egemen güçlerin figüranlarının yüksek sesle bazı konuları dile getirmesi, herkesin de bu çerçevede paylaşımlarda bulunarak fikir beyan etmesi ana akımdan farklı olarak bireylerin zihinlerine girilmesi ve egemen güçlerin ağına takılma anlamı taşır.

Bireyin yeni medyada yer almasıyla aslında artık bireyin kitlesel bir algı yönetimine maruz kalması, kitle psikolojisine bürünmesi, eylemsel olan fikirlerinin ortak fikir etrafında eriyerek farklı fikirlerin savunucusu haline bürünmesi kaçınılmazdır. Eylemsel fikirler kılıfı altında tepki hareketine katılarak başta savunmadığı ama sonrasında etki altında kalarak veya suskunluk sarmalı etkisiyle kabullendiği, sahiplendiği ve savunduğu fikirlerin gereği olarak eyleme geçen birey egemen güçlerin ekonomik ve askeri planları dâhilinde bir başlangıcın ilk adımını atmış olmaktadır.

Toplumdan dışlanma tedirginliğiyle insanların aykırı fikirlerini saklı tutması yeni medyanın da ana akım medya gibi kontrol altında kalmasına ve hendeseye uğramasına sebep olmaktadır. Yeni medya ile toplumların her bir ferdinin yaşam modelleri, dünya görüşleri, siyasi ve dini eğilimleri, kişisel ihtiyaçlarına kadar bir envanter oluşturulması; bireysel ve ferdiyetçi gibi görünen özgürlükçü yeni medyanın aslında toplumları birey birey yönlendirmede daha etkin bir güç olduğu aşikârdır.

Her ülkeye toplumsal nazariyeden bakıp, o ülkeye münhasıran tepkiler oluşturup algıların ve dikkatlerin çekilmesi istenen yöne çevrilip aksi yöne bakmalarını engellemek, sponsorlu haberlerle o ülke hakkında oluşturulmak istenen algıyı fertlerin zihninde oluşturmak yeni medyanın misyonu haline gelmiştir.

Yeni medyanın ya da sosyal medyanın kullanım kısıtlaması kapalı toplumlarda sıkça rastlanan bir şey olduğu halde bunun yönetim tarafından kısıtlanması veya yasaklanması dünya kamuoyunda baskıcı yönetim olarak lanse edilmiştir. Bundan kurtulmak isteyen yönetimler sosyal medya kısıtlamasına gitmediği takdirde baskıcı yönetim olarak görülen yönetime karşı başkaldırı tabana en iyi şekilde yansıtılmış oluyor. Egemen güçlerin ana akım medya ile başaramayacağı bu tabana yayılma ve bizzat kendi içlerinden çıkan grupların sosyal medya marifetiyle örgütlenmesiyle bir başkaldırış, organizatörü gizlenmiş halk hareketi gibi görülmüş olayların fitilini ateşlemektir.

2009'da İran'da meydana gelen ve 'Twitter Devrimi' olarak adlandırılan olaylar ve nihayet 2011'deki Arap Baharı süreci bize gösteriyor ki, yeni medya veya sosyal medya bir ülkenin fertleri içerisinde organize olma kabiliyetine erişmiş bir yapı olarak egemen güçlerin planlarına hizmet etmektedir.

Tunus'ta başlayan olayların özgürlük arayışı içerisinde toplumda makes bulması ve bunun sosyal medya aracılığıyla dünyada yer alması, yeni medya ve sosyal medya aracılığıyla müthiş bir hızda çevre ülkelere yansıması ve bu halk hareketinin yönlendirilmesiyle istenen olmuş fertler bazında ortaya çıkan olay ekonomik ve siyasi bir merhaleye taşınmıştır. Ardından peş peşe gelen devrim gözlüğünden bakıldığında iyi gibi görünen liderlerin indirilmesi ve sonrasında egemen güçlerin kaosa sürüklediği ülkelerle ilgili ekonomik ve askeri stratejileri aslında sosyal medya marifetiyle bir ülkenin iç dinamiklerini harekete geçirerek yapılmak istenenin yapılması başarısını gözler önüne sermektedir.

Burada önemli olan, yeni medyanın etkisiyle insanların bakılması istenilen yöne bakması, düşünülmesi istenenleri düşünmesi, istenilen yöne doğru hareket kabiliyeti oluşturulması ferdin zihninde yönlendirildiğine dair bir iz taşımadan bunu özgürlükçülük adına şahsi fikirleri doğrultusunda yaptığını sanması yeni medyanın

egemen güçlerin elinde profesyonelce ve üst bir akıl tarafından kullanılıyor olduğu gerçeğini gün yüzüne çıkarmıştır.

Nitekim Arap Baharı sürecinde Tunus'ta başlayan olayların ardından hızla seyreden sürecin Libya, Mısır, Yemen ve Suriye gibi ülkelere sıçramasının ardından yeni medya, toplumların içine sızarak Mısır'da insanları tepkisel bir biçimde Tahrir Meydanına toplayarak bir darbenin planlanmasında en büyük payı üstlenmiştir. 11 yıldır devam eden Suriye iç savaşında aslında görünenle sahada yaşananların tezatlık içerisinde olması da bunu kanıtlamaktadır. Hangi grubun terör, hangi grubun özgürlük savaşçısı olduğuna karar veren dünya kamuoyu vicdanı gibi görünürken aslında buna karar veren egemen güçlerin perde arkasında bir stüdyo şefi gibi insanlara sufle vermesiyle tarafların oluştuğu da bilinen bir gerçektir.

Chomsky'nin propagandanın gücü ve etkisinden söz ederken, propagandanın hedefine ulaşması, insanların düşüncelerinin başka bir yöne yönlendirilmesi için tarihi bile çarpıtmak gerekmektedir. Bu şekilde, insanlara saldırıp yok ettiğinizde olayların başka türlü görünmesini sağlayabilir; hatta bu saldırılarla teröristlere karşı kendinizi savunduğunuzu söyleyebilirsiniz. Eğer medya ve eğitim sistemi üzerinde hâkimseniz, bilim adamları da konformist ise bunu başarabilirsiniz (Chomsky, 2008: 18-19).

Konvansiyonel medyayı propagandanın en büyük enstrümanı olarak gören Chomsky, yeni medyayı daha özgürlükçü bulabilir. Ancak yeni medyanın misyonu itibarıyla egemen güçlerin enstrümanı olan medyadan çok da farklı olmadığı bilakis detaycı bir akılla aynı güçlere hizmet ettiği yakın zamanda görülmüştür. Chomsky'nin medya söylemi değişen ve gelişen dünyada yeni medya ile bir özgürlük çıkış yolu olarak değil bilakis Chomsky'nin konvansiyonel medya için geliştirdiği söylem doğrultusunda çağın gerçeklerine uygun ve çok daha detaycı bir yaklaşımla toplumları da aşarak fertlere kadar indirgenmiş planlı bir yapı ortaya koyduğu görülmektedir.

Bilgi ve bilgi üretim süreçleri üzerindeki denetimin tarihi, mülkiyetin paylaşım tarihi kadar eskidir. Toplumda gücü elinde bulunduran kesimler insanlık tarihinin hemen hemen her döneminde bilgi üretim ve dağıtım alanlarını kendi etki ve yetki alanları içerisinde tutmaya önem vermişlerdir. Sanayi devrimiyle birlikte ortaya çıkan kapitalizm düzeninde de siyasal buhranlar, savaşlar, çatışmalar devam etse de kapitalist düzenin sahipleri gücü ele geçirmiş, kazanç ve birikime olanak veren ortamı

oluşturmuşlardır. Böyle bir süreç içerisinde, kimi aydın ve gazeteciler idealist bir bakışla toplumun daha eşitlikçi bir yapıya yöneleceğini düşünerek hareket ederken, kimileri de kapitalist sektör içerisinde medya üzerinden ticari kazanç sağlamaya dönük bir alan açmaya yönelmişlerdir.

Medyanın kapitalist sektör içerisinde, kapitalizmin kurallarıyla işleyen bir alan olarak biçimlenmesi, yeni dönemin güç ilişkileri içerisindeki yerini alması anlamına gelmektedir. Bu da medya-iktidar ilişkilerinin siyasal boyutun yanında bir de ekonomik boyut kazanması olarak nitelendirilebilir. Medyanın ekonomik gücün içerisinde yer alması, güç ve etki alanını giderek de genişletmesi zamanla *güçlerin medyası* biçimindeki değerlendirmeleri beraberinde getirmiştir. Medyanın ekonomik politik yaklaşımı, medya kuruluşlarının mülkiyete malik olması ve bundan nemalanan medya ve iktidar ilişkileriyle bu ilişkilerin medyada yer alan malzemelerin (haber, yorum vs.) içeriğine kadar yansıması eleştirilmiştir. Bu bakımdan toplum bilinci, fertlerin değil, yönetici zümrenin oluşturmasıyla ortaya çıkar. Yani toplum bilinci, gücün kimde olduğuna göre ve güç sahibinin arzu ve istekleriyle şekillenir.

Güç sahiplerinin refahı, toplumun bir uzlaşı içerisinde olması, sistemin sorunsuz işlemesi ve fertlerin içinde oldukları durumdan şikâyet etmeyerek düzen ile uyumlu olmalarına bağlıdır. Bunun için yönetici elit, ellerinde bulunan imkânların tamamını kullanarak toplum ve oluşturmuş oldukları sistem ile ilgili bir dengesizliğe yer vermemeye çalışır. Bunun için de kitle iletişim araçları gücün devamı ve kontrolü için son derece uygun araçlardır. Medyanın ekonomi-politiği çerçevesinde araştırma, inceleme yapan bilim insanları, medyanın sahiplerinin kimler olduğu, sahipliklerinin nasıl bir yapıda olduğu, kurumsallıkla yönetilen medyanın kuralları ve ilişkilerinin hangi çerçevede olduğu, medyaya sahip olan patronların toplumda farklı güce sahip olanlarla ilişkilerinin nasıl olduğu vs. gibi sorun alanlarıyla alakadar olurlar. Ekonomi-politik yaklaşım bu sürecin medya araçlarının haber ağını etkileme yapısını çözmeye çalışmaktadır. (Güngör, 2011: 117-119).

Eleştirel ekonomi-politik yaklaşım çerçevesinde medyayı inceleyen bilim insanların biri de Amerikalı dilbilimci, felsefeci ve medyayı analiz eden Noam Chomsky'dir. Bu çalışmada Noam Chomsky ve Edward S. Herman tarafından ortaya konulan propaganda modeli ele alınacak ve bu modelde kullanılan yöntemler yeni medya

üzerinden analiz edilerek propaganda modelinin çağdaş sürümünün değerlendirilmesi yapılacaktır. Konvansiyonel medyanın yeni medya ile kıyasının da yapılacağı bu çalışmada, Chomsky'nin propaganda modelleri örneklerle yeni medyaya uyarlanarak yeni medyanın ve sosyal ağların toplumlar üzerindeki tahakkümü gözler önüne serilmiş olacaktır. Chomsky'nin özgürlük alanı olarak gördüğü yeni medyanın, özgürlük alanları dâhilinde bireye ulaşarak arzuları ve istekleri doğrultusunda kişiye ve gruplara eylemsellik kazandırabileceği de görülmüş olacaktır.

2. BÖLÜM: HERMENEUTİK

2.1. Hermeneutik'in Tanımı Ve Tarihçesi

Hermeneutik, antik Yunan dilinde yorumlamak, tercüme etmek ve açıklamak anlamlarına gelir. (Zimmerman, 2020) Hermeneutiğin ilahi mesajları insanların anlayacağı dilde ifade edilmesi anlamına geldiğini tartışan düşünürler de olmuştur. Antikçağ filozofu olan Platon, hermeneutiği 'Kutsal olanın yorumcuları' olarak şairlere ilişkin de kullanmıştır. Sonrasında Aristoteles de hermeneutiği yazılı sözlü ifadelerin içsel düşüncelerin ifadeleri olduğunu tez olarak yazmıştır. (Zimmerman, 2020)

Hermeneutik, Yunancadan çevrilen ve 'yorumlamak' anlamını barındıran 'hermeneuein' sonrasında da isimleşmiş hali ve 'yorum' anlamı taşıyan 'hermenia'dan gelmektedir. (Palmer, 2003) Antik Yunan döneminden bugüne kadar birçok şekilde ele alınan Hermeneutik, birçok disiplinde ele alınarak incelenmiş ve uygulanmıştır. Hermeneutik yorumlama bilgisinden öteye geçerek birçok bilimsel izahta kullanılmış ve teolojide, hukukta, sanatta, kültürde ve hatta gündelik hayatta da yerini almıştır. Felsefi Hermeneutik kavramında bundan kısaca söz edeceğiz.

Hermeneutiğin tanımı ve kökenine dönecek olursak, Hermeneutik kelimesi ayrıca yaratıcının elçisi olan Hermes ile de bağlantılıdır. Yunan mitolojisinde Hermes, tanrının buyruklarını insanlara, fanilere anlayacağı şekilde yorumlayarak iletmiştir. Hermes tanrılarla faniler arasında bir aracı olmaktan öte mesaj verenin verdiği mesajı, mesaj alanın anlayacağı şekle çevirerek ya da tercüme ederek bir anlama bilgisini de ortaya koymaktadır. (Zimmerman, 2020)

İlahi dünyadan mesajları veya tanrının emirlerini, sözlerini ya da mesajlarını fanilere aktarmak için tanrı bir açıklama ve ifade etme yoluna başvurur. Nitekim faniler de tanrının mesajlarını zaten doğrudan alma veya anlama kabiliyetinde değildir. Tanrısal dünya ile fanilerin dünyası arasında bu buyrukları ileten taşıyan bir elçi olan Hermes, aynı zamanda bu buyrukları taşırken tanrısal olan ifadeleri fanilerin anlayacağı bir biçime sokarak yorumlama yoluna da gitmiştir. (Palmer, 2003)

En basit anlamıyla ‘hermeneutik, yorumlama anlamına gelir’ diyebiliriz. Bu sadece kutsal metinler için değil, gündelik hayatımız için de geçerli olabilir. İlk çağda, hermeneutiğin bir yorumlama bilgisi olduğu dile getirilirken, kast edilen Hermes’in ilahi mesajları yorumlayarak insanlara iletmesidir. İnsanlar Tanrının mesajlarını direkt alamaz ve anlayamaz. Ama Hermes bu ilahi mesajları Tanrıdan alarak insanların anlayacağı hale getirerek bir anlamda yorumlayarak insanlara iletir.

Hermeneutik günlük hayatta da kullanılan bir yorumlamadır. Mesela bir sanatın yorumlanması, bir romanın, eserin, müziğin veya bir sanatın icrasının da yorumlanması olabilir. Bunun yanında bir kanun maddesinin de yorumlanması gerekebilir gayet tabi. Bütün bunların yanında bir yorumlama bilgisi olan hermeneutik konusunda, bazı düşünürler, ilahi mesajların yorumlanmasıyla sınırlı bir kati tutum da sergilemektedir.

Hermeneutiğin tarihçesine baktığımızda bizleri Antik Yunan felsefesine kadar götüren bir zengin tarihle karşı karşıya kalırız. Bu tarihsel süreç iyi bilinmeden bugün tam anlamıyla bir tanımlama ve yorumlama yapmak mümkün olmayacaktır.

Hermeneutik sistematik olarak görülmeden evvel Antik Yunan’da özellikle Aristoteles’te dünyanın anlaşılması ve dilsel olarak ifadelendirilmesi olarak görülmüştür. (Topakkaya, 2020)

Hermeneutiğin tarihi dediğimizde ‘bilgi üzerine bir ifadedir’ diyebiliriz. Yorumlama demek bilgiyi geçerli kılmak adınadır. Yani bir anlamda hermeneutik, bilginin öncesi ve sonrası hakkında bir köprü olarak çağlara taşıyan bir araç veya disiplin denilebilir.

Klasik dünyada bilgi, bugüne nazaran daha bir bütünlük içindeydi. Bir fen bilimi ya da matematik kadar şiir ve felsefe de nesnel gerçekliğin kaynağı olarak kabul ediliyordu. Antik Yunan ve hatta Roma’da bilginin sonraki zaman ve nesillere aktarımı var olan metin ve kaynakların korunması ve bunların yorumlanmasına dayalıydı. (Zimmerman, 2020)

2.2. Felsefi Hermeneutik

Hermeneutik, klasik çağdan bu yana kullanılagelen bir disiplindir. Aristoteles, 'Peri Hermenia' kitabını yazarak felsefi Hermeneutiğin ilk temelini atmıştır. 'Peri Hermenia' kitabının adını 'yorum üzerine' şeklinde çevirebiliriz. Aslında hermeneutik, Alman filozof Hans Georg Gadamer (1900-2002) ile başlayan insanların anlamasını sistematik bir biçime sokan ve inceleyen süreç olarak ilk defa felsefi hermeneutik olarak karşımıza çıkar.

Ancak Aristoteles, Peri Hermenia'da bizim bugün bildiğimiz bir disiplin olan hermeneutik ile ilgili değil daha çok, dilbilimsel konular ve nesnelerin tabiatını yansıtacak bir mantık ilişkisi içerisinde ele alır. Felsefi hermeneutiğin ilk temel kitabı kabul edilse de Aristoteles, Peri Hermenia'da hermeneutik ile ilgili çok fazla malumat sunmaz. Hermeneutik geçmez bile kitapta. Aristoteles, kendisi de kitabın başında başlıca konunun 'logos apaphandikos' yani 'ifade edilen söz' olarak belirtir. (Aristoteles) Gerçeklik ifade eden sözlerle mantık ilişkisini de ele alan Peri Hermenia, doğru ve yanlış denilebilecek ifadeler için 'yorum'u esas alır. Bilimsel ve felsefi bilgiyi aktaran ifade yapılarının incelenmesi ve araştırılması için sağlanan alan işte 'hermenia'dır. (Aristoteles)

Zaten Peri Hermenia kitabının ismi yani yorum bilimi ismi Aristoteles'in kendisine ait değildir. Bu isim daha geç dönemlerde kitaba verilmiş olan isimdir. (Topakkaya, 2020) Aristoteles, dili bir ifade aracı olarak ele alır. İnsanın içindeki, ruhundaki, tinindekini dışa vurmasıdır ve bu herkes için aynıdır. Anlama bir nesneyle karşılaşmada ortaya çıkar. Anlamayı sağlayan her insan aslında hermeneutiği kullanmış olur. (Aristoteles)

Her insan anlar, mesela bir nesneyi her insan aynı görür ve anlar. Yani bir kuşu her insan görür ve anlar ama dil ifade biçiminde farklılıklar olabilir. Bu da bizi hermeneutiğe götürür. (Topakkaya, 2020)

Dildeki anlam sorununu ise ele alan Platon olmuştur. Tek bir eserinde dil felsefesinden söz eder. Bu eser 'Kratylos'tur. Bu diyalogda dildeki anlam sorununu felsefi olarak ele alır ve ciddiyetle inceler. (Platon, 2016)Platon'dan evvel dilin yapısı ve gerçekle olan bağı anlam değil dilin gerçeklik bağlamıyken Platon, dilin anlam sorununu felsefi olarak ele almıştır. (Topakkaya, 2020)

Platon'un erken dönem diyalogları, Aristoteles'in Peri Hermenia'sı bizlere bir hermeneutik anlatımı sunsa da, değişen çağ ile bir süreç yaşayan ve gelişen sistematik bir hermeneutik Yeni Çağ ile başlar. Hermeneutik de bilimin ve tarihin doğal akış seyrinden etkilenerek gelişen bir bilim olmuştur. Din, dilsel, hukuk ve felsefi hermeneutik biçimleri ortaya çıkmıştır. (Coşkun, 2018)

Felsefi hermeneutiği Gadamer ile başlatsak da Wilhelm Dilthey (1833-1911) ve Martin Heidegger (1889-1976) gibi filozoflar hermeneutiği bir felsefe disiplini olarak sistemli ve sistematik şekilde diğer disiplinlerle ilişkili olacak şekilde bir bilim olarak ele alıp incelemişlerdir.

Gadamer, kaleme aldığı ve tüm dünyada ses getiren 'Hakikat ve Yöntem' (Wahreit und Methode) kitabında felsefi hermeneutiği farklı felsefi yaklaşımlarla birlikte ele alarak sistemleştirmiştir. Gadamer'e göre anlama dil ile olur. İnsanın kendisini veya karşısındakini anlaması diyalog ile gerçekleşir. Bu anlamda Gadamer'e göre dil, bir işaretler bütünü değil, temel noktada varlığın ifşasıdır. (Gadamer, 2008)

Gadamer'e göre anlama tarihseldir ve zamansaldır. Felsefi hermeneutik, işte burada anlamı içinde olunan zamanın önyargılarından kurtararak geleceğe ulaşmasını amaç edinir. Felsefi hermeneutik, anlamanın nasıl mümkün olduğuyla ilgilenir. (Gadamer, 2008)

Alman filozof Jens Zimmermann, Gadamer'in felsefi hermeneutiğini anlatırken Heidegger'in 'Varlık ve Zaman' adlı kitabından sonra bu alanda en önemli kitap olan 'Hakikat ve Yöntem' kitabı için, şunu söyler; *"Gadamer'in, kitabına 'Hakikat ya da Yöntem' değil de 'hakikat ve Yöntem' ismini verdiğini daima akılda tutmak gerekir"* Gadamer ve Heidegger anlamanın metodolojiye indirgenemeyeceğini, teorik değil pratik olduğunu söylemişlerdir. Heidegger ve Gadamer anlamayı insan yaşam tecrübesinin tamamını kuşatan, insan varoluşunun temeli olarak görür. (Zimmerman, 2020)

Hermeneutiği tinsel bilimlerin bir kaynağı olarak gören Dilthey, yaşamın kendisinin bir anlam dayanağı olduğuna işaret ederek, insanın bizatihi kendi dünyasına ancak insan tininin dünyadaki izini sürerek girebileceğimizi ifade eder. (Zimmerman, 2020)

Dilthey'in 'Hermeneutiğin Oluşumu' adlı küçük makalesi, felsefi hermeneutiğe önemli katkılar sağlamıştır. Dilthey öncelikle anlama kavramı üzerinde durur. Tinsel bilimler konusunda hermeneutiğe önemli yer vermektedir. Dilthey, tin bilimlerinin temeline hermeneutiği koyar. Bunun yanında en önemli kitaplarından biri olan 'Yaşantı ve Şiir' adlı kitabındaysa hermeneutiği tinsel bilimlerin metodolojisi olarak görür ve bu yaklaşımı hermeneutiğin alanının genişlemesini sağlar. (Topakkaya, 2020)

2.3. Hermeneutik Ve Propaganda

Hermeneutik, Antik Yunan dilinden geldiği haliyle 'Hermeneuein' yani 'söylemek', 'açıklamak', 'anlaşılır hale getirmek' gibi ifadelerle karşılık bulur. Bu da bizi haliyle şu tanıma da götürür; 'bir takım yazılı ve sözlü iletişimi anlama'. (Zimmerman, 2020)

Hermeneutiği temelinden aldığımız çalışmamızın başından bu yana bir anlama ve anlam üzerinde durduk. Eski dönem hermeneutikten günümüze hızlıca geldiğimizde hermeneutiği günümüzde de kullanılan bir bilimsel yöntem olarak görebiliriz. Çağlara uyum sağlayarak gelişen ve yenilenen hermeneutiği medyada, kitle iletişimde ve propaganda yöntemlerinde de görebilmemiz gayet doğaldır.

Bir anlama ve anlam başlığı altında incelediğimiz hermeneutik, propaganda yöntemlerinde de zihni anlamlandırmaya ve muhatabın anlamasını yönlendirmede de karşımıza çıkabilir.

Eski dönemde insanı anlama ve insanın kendisini ifade etmesinde hermeneutiği görüyorsak, günümüz dünyasında da insanın anlama dünyasında dışardan bir enformeyle yapılan anlamasında da hermeneutiği görebiliriz.

Çalışmamızın devam eden kısımlarında daha temelli üzerinde duracağımız Chomsky'nin konvansiyonel medya eleştirisi ve sonrasında gelen yeni medya, sosyal medya özgürlüğü algısı burada da üzerinde duracağımız bir hususa dönüşmektedir.

Bireysel özgürlükten başlarsak değişen zamanın koşullarına göre teknoloji imkânlarıyla telefon ya da internet üzerinden mesajlaşmak başlangıçta kişisel etkileşimi körleştirdiği ve kastedilenden uzaklaştırdığı gibi görülmüştü.

Ancak günümüz dünyasının hızına ayak uydurma ve iletişimin son derece hızlı olması noktasında vazgeçilmez olmuştur. Tabletler cep telefonları sosyal medya sağlayıcıları

ve buna benzer ağlarla iletişim geldiğimiz çağın gereği ve en önemli parçası olarak bizlere bir hermeneutik gerçeğini gösterir.

Yazılı ve sözlü iletişimin anlamlandırılması olarak da görebileceğimiz hermeneutik, bu anlamda yazılı iletişim için de söz konusu oluyor. Yani yüz yüze bir iletişimde insanlar sözü besleyen vücut diliyle de anlam bütününe kavuşurken yazılı iletişimde bu biraz daha farklı olabilmektedir. Mesajlaşma veya yazılı iletişim, bir e postayla olduğunda amaca matuf olabilirken mesajlaşma iletişimi bir anlama ihtiyaç duyabiliyor. (Zimmerman, 2020)

Hermeneutik, beşeri ilimlerin anlaşılmasında da bir gereklilik olarak karşımıza çıkabiliyor. Beşeri ilimler ve dijital temsiller noktasında hermeneutik, bizlere anlama yolunda tefsir edici yollar açabilir.

Değişen dünyanın bir gereği olan dijital temsiller hayatımıza girdiğinden beri bir hız ve kolay iletişim konforu sağlarken bunun yanı sıra bir anlama sorununu da ortaya çıkarmaktadır.

Bir sosyal medya sağlayıcının sunduğu imkânlarla bir anda milyonlarca insana ulaşırken o insanlara ulaştırdığımız metnin doğru anlaşılması noktasında hermeneutiğe ihtiyaç duyulabilir.

Kitleleri yönlendirme ve etki altına alma konusunda dijital temsillerin son derece önemli bir yeri ve etkisi vardır. İnsanların gruplaşması ve örgütlenmesine bile olanak sağlayan sosyal medya, yeni medya veya dijital temsillerin bu yönlendirmede ne kadar masum oldukları tartışılır.

Bir hendeseyle insanları büyük kitleler halinde yönlendirme başarısına ulaşan dijital temsiller, sağlayıcının arkasındaki metin yazarlarının ne amaçla yazdığı, kastettiğinin ne olduğu veya arkasında bir ikinci ajanda taşıyıp taşımadığı bilinmezliktir.

İnsanlar dijital temsillerle kendilerini ifade ederken bir hendesenin içinde yönlendirildiklerinin farkında olmayabilirler. Hermeneutik bu anlamda bir anlama ve anlamlandırma gayesi içinde bu mecrada bir varlık gösterebilir.

Hermeneutik, anlama ve anlamlandırmada sadece yazılı iletişimin tam anlamıyla gayeye hizmet edemeyeceğini bunun yanı sıra vücut dilinin, jest ve mimiklerin hatta ses tonunun dahi bu iletişimde önemi olduğunu bizlere gösterir.

3. BÖLÜM: PROPAGANDA KAVRAMI

3.1. Propagandanın Tanımı

Propaganda, bireyler arası ilişkilerinden uluslararası sisteme varana kadar geniş bir alan içerisinde tanımlanabilen, bu yönüyle iletişimden felsefeye, sosyolojiden uluslararası ilişkilere dek pek çok disiplinde kullanım alanı bulunan bir kavramdır. Bundan dolayı farklı disiplinlerde propagandaya farklı tanımlamalar yüklenmiş, böylelikle de propaganda hakkında birçok tanımlama yapılmıştır. Bununla birlikte hepsinin ortak yanını "Bir öğreti, düşünce veya inancı başkalarına tanıtmak, benimsetmek ve yaymak amacıyla söz, yazı vb. yollarla gerçekleştirilen çalışma." (TDK, 2016) tanımında görmek mümkündür. Bu tanımda görüldüğü gibi, propaganda bir düşünce veya inancı yayma hedefi taşımaktadır. Propagandanın bir düşünce veya inancı yayma hedefi, doğal olarak karşımıza kamuoyu kavramını getirmektedir. Yani propagandanın asli hedefi, bir düşünce veya inancın kamuoyunda yaygınlaşmasıdır.

Kamuoyu kavramının ortaya çıkmasıyla birlikte propaganda da insan hayatındaki etkinliğini artırmış ve özellikle dışarıdan bir kaynak yoluyla insanların görüşlerini etkileme yolu olarak kendisini göstermiştir. Günümüzde özellikle kamuoyu oluşturmaya yönelik yapılan propaganda bireylere dışarıdan etkide bulunarak fikir ve düşüncelerinde etkili olmayı amaçlamaktadır. Bu noktada kamuoyunu oluşturabilmenin iki yolu karşımıza çıkmaktadır; bunlardan birincisi yukarıda bahsedilen ve dışarıdan etki etme yoluyla kamuoyu oluşturmak, bir diğeri de kamuoyunun her türlü etkiden soyutlanarak organik şekilde kendisinin oluşturmasını sağlamaktır (Özsoy,1998: 5). Chomsky bu durumu Russel'dan atıf yaparak

> *"Otoritenin eski bağları pek az meziyete sahiptir. İnsanların özgürlüklerinden vazgeçmelerini sağlayabilmek için bazı gerekçelere gereksinim duyulmuştur. Bu gerekçeler, sahte gerçekler olmuştur ve ancak önüne her konulana inanmaya hazır kimseleri inandırabilmiştir."*

şeklinde tanımlamaktadır (Akt. Chomsky, Demokratik İdeallerin Çöküşü, 1997: 98).

Modern dönemin ilk propaganda operasyonu, bize propagandanın ne tür etkilerinin oluştuğuna ilişkin veriler sunmaktadır. Woodrow Wilson hükümeti, 1961 yılında, Birinci Dünya Savaşı'nın tam ortasında seçilmişti. Seçiminde etkili olan unsurlardan

biri propaganda yönteminden kaynaklanıyordu. "*Peace Without Victory" (Zafersiz Barış)* sloganını kullanan Wilson'un yönettiği pasif toplum, Avrupa ile olabilecek bir savaşın içinde olmanın nedenini mantıklı görmüyordu. Ancak savaş için karar veren ve savaşı başlatmış olan Wilson hükümeti, bunu başarmak zorundaydı. Yönetimin "Creel Komisyonu" adında kurmuş olduğu propaganda komisyonu, bir yılın yarısı kadar bir zamanda barış söylemlerinde bulunan toplum, savaşa hazır hale geldi. Almanlarla savaşmak ve bütün dünyayayı Almanlardan kurtararak zafere imza atmak isteyen bir toplum yaratılmış oldu. Bu başarı, bir başlangıç olarak arkasından gelecek başarılara da yön tayin etti. Süreci koordine eden ve sürecin organizatörlüğünü üstlenen bu gücün de destek aldığı, medya dev şirketlerdi. Büyük bir başarı sağlanmış oldu. Devlet propagandası, eğitim almış kesimlerce desteklenirse yaratacağı etki büyük olabilir. (Chomsky, 2008: 1-2).

Propaganda kavramının ilk tanımlayıcılarından Harold Lasswell'e göre *"Propaganda sadece anlamlı semboller ya da daha somut ve daha az kusursuz konuşursak, öykülerle, söylentilerle, haberlerle, resimlerle ve sosyal iletişimin diğer biçimleriyle düşüncenin denetimini ifade eder".* Lasswell'e göre propaganda dört ana hedef üzerine oturur. Bunlar 1) Düşman olarak belirlenene karşı bir nefret uyandırma; 2) Ortaklarla dostluğun devamını sağlama; 3) Taraf olmayanlarla dostluğun devamını sağlama ve ortaklı yapabilme; 4) Düşman olanda moral bozma (Akt. Severin & Tankard, 1994: 155-156). Lasswell'in bu tanımı yaptığı 1927 yılından bu tarafa propaganda kavramıyla ilgili farklı tanımlar bulunsa da, "düşüncenin denetimi" olgusu, herkesin ortak noktasıdır denebilir. (Mattelart, 2005: 53).

3.2. Propagandaya Duyulan İhtiyaç

Propagandanın tanımını yaptıktan sonra, propagandaya duyulan ihtiyacı açıklamakta fayda var. Chomsky'ye göre baskı ve zorbalıkla yönetilen toplumlarda, iktidarı elinde bulunduran yapılar, istedikleri biçim ve yöntemle toplumu yönetebilirler. Ancak demokratik ideallerle yaşatılan toplumlarda toplumu aynı şekilde ikna edemezsiniz. Bunun için onları ikna edecek mekanizmalara ihtiyaç bulunur. İşte propagandaya bu noktada ihtiyaç duyulur. Etkin bir propagandanın yürütülmesi için de etkin araçlara (medya gibi) sahip olmak önemli bir unsurdur.

Daha ilkel olan toplumlara, devletin ideolojisi açıkça belirtilebilir. Bu ideoloji mutlak itaati gerektirir. İnsanların inandığı, kendilerinin bileceği bir konudur. Çok önemli de değildir. Devlet, kontrol etme gücünü kaybedebileceği toplumlarda ise bir devlet ideolojisi açıklanmaz. Bunu açıklamak yerine bir devlet ideolojisinin varlığı geri planda kabullenilir ve sınırları belirlenmiş bir tartışmaya açılır. (Chomsky, 2015b: 25). Totaliter toplumlarda medyaya uygulanmış ve devlet sansürüyle beslenmiş tekel denetim, medyanın egemen güçlerin amaçları doğrultusunda çalıştığını açık eder. Medya sektörü özel şirketlerde olan ve devlet sansürünün olmadığı toplumlardaysa propaganda işleyişi çok fark edilmez. (Herman & Chomsky, 1999: 21).

İletişim aygıtlarının devlet tekelinde olmadığı sistemlerde medyayı propaganda modeli çerçevesinde anlamak, bu nedenle önemlidir. Dünya genelinde bilgi ve enformasyonun geniş kitlelere ulaşmasında yegâne mecra medya olduğuna göre, medya sistemini anlamak bireysel, toplumsal, kültürel girdileri çözümlemek adına fikirler verebilir.

Chomsky'ye göre (2008: VII-VIII) iki farklı demokrasi anlayışı bulunmaktadır. Bunlardan birincisi, demokrasiyle yönetilen halk, kendisiyle ilgili konularda yönetimde etki alanına sahip olduğu hali; böyle toplumlarda bilgiye ulaşma tamamen serbesttir. Diğer anlayışa göre ise toplum, yönetim alanından uzaklaştırılmış ve bilgiye ulaşma mutlak surette kontrollüdür. Kulağa tuhaf gelebilir, ancak bu anlayış yürürlükte olan hâkim demokrasi anlayışıdır.

Batılı devletlerin siyasi, askeri veya ekonomik yaptırımlarının yine Batılı toplumlar nezdinde bir karşılığı bulunmaktadır. Örneğin askerî müdahaleler ekonomik olarak oldukça masraflı operasyonlardır ve bedelini de halk ödemektedir. Bunun için de razı edilmesi kolay olmayabilir. Halkın yönetime hesap sorduğu da dikkate alınarak, atılacak adımlarda halkın rızasını almak gerekir. Propagandaya ya da manipülasyona ihtiyaç da tam bu noktada doğmaktadır. Çünkü düşüncenin kontrol altında tutulmasına despotik ve militer hükümetlerden çok, özgür ve halka dayalı hükümetlerin muhtaç olduğu anlaşılmıştır. Despotik bir devlet, dâhili düşmanı güç kullanarak kontrol altında tutabilir. Ne var ki devlet silah kullanamaz durumda ise halkı üstüne düşmeyen işlerden alıkoymak, tekere çomak sokmasına engel olmak için başka araçlara gereksinim duymaktadır (Chomsky, 1997: 10, 42).

Chomsky'nin propaganda modelini anlamak için, eserlerinde atıflar yaptığı "yönetilenlerin rızası", "rıza üretimi" ve rıza olmadan rıza" kavramlarını açıklamakta fayda var.

Chomsky, "yönetilenlerin rızası" doktrinine göre halkların yöneticilerine itaat etmelerinin, razı olmadan rıza göstermelerinin yeterli olduğunu ifade etmektedir. Chomsky'ye göre şiddet kaynakları sınırlı ise yönetilenlerin rızası "rızanın imalatı" denilen araçlarla daha demokratik ve liberal yaklaşımlarla sağlanmalıdır. (Chomsky, 2014: 41).

Chomsky'ye göre, Amerikan demokrasisi örneği, düşünce yapısının kontrolünü sağlamakla edinilen başarı, toplum yapısı tam oturmamış halklardaki tecrübeyle ispatı mümkün olmuştur. Bu şekilde toplum yapısı olan halklarda desteğin tamamını dinleyici kitlesinden alan radyo ve benzer kitle iletişim araçlarının bilinç seviyesinin daha yüksek olmasında, alt kültürler oluşturmasında ve gerçeklerden haberdar kalınmalarında önemli görevler üstlenmiş bulundukları bilinmektedir (Chomsky, 2000: 30-31).

Chomsky, Amerikan hükümetlerine bu bakış açısını kazandıran isimlere zaman zaman temas etmektedir. Örneğin Haarold Laswell, 1933'te yazdığı *The Encyclopedia of the Social Sciences"* adlı eserini hatırlatmakta ve Laswell'in şu sözünü anımsatmaktadır: *"İnsanın kendi çıkarlarını en iyi şekilde değerlendireceği demokratik dogmatizme kapılmamamız gerekir". Onların uzak-görüşlü liderlerinin aldığı kararları tasdik etmelerini sağlayacak yollar bulmalıyız.* Mutlak itaatin şiddet aracılığıyla sağlanmış olduğu toplumlarda yöneticiler "davranışçı" kavramdan destek bulabilirler. Toplumun itaati yeterli görülür. Toplumun ne düşündüğünün çok da bir önemi yoktur. Devlet yönetiminin baskı uygulayamadığı yerlerdeyse, toplumun ne düşüneceğinin kontrolü daha önem taşır. Böyle bir yaklaşım siyasi yelpazedeki entelektüellerin tamamında yaygın olandır. Şartlar zorlanarak bu yelpaze değişkenlik gösterse de tavır yine aynıdır. Çünkü iyi hazırlanmış bir düşünce telkin programının ana hedefi, dikkatleri başka yöne çekmek; insanları asıl etkin güçten, onun köklerinden ve maskelenme vasıtalarından başka yöne çevirmektir. Böylelikle gerek Vietnam olsun gerekse Orta Doğu veya Orta Amerika konusunda tartışmaya girecek kimsenin bulunmaması

sağlanmış olur. Hatta öyle ki, bu nedenden ötürü hâkim siyasi kültür içinde demokrasi kavramı bile soyut bir ideal olarak ortadan kalkmaktadır. (Chomsky, 1997: 109).

Bununla birlikte propagandaya abartılı anlamlar yüklendiğini belirten düşünürler de bulunmaktadır. Örneğin Hoffer'a göre, davranışların şekillendirilmesi ve bir fikrin telkini konusunda aracılık vazifesi gören propaganda, herkesçe abartılmaktadır. Propaganda, Hoffer'a göre büyük bir güç olarak görülmektedir. Toplumsal hareketler propaganda ile başarılı olabilmiştir fikri yaygındır ve propaganda korkutucu gelir bize. Oysaki propaganda istemsiz bir şekilde zihinlere giremez ve bir fikrin telkininde ya da eski fikirlerin inancının devamına etki etme gücüne sahip değildir. Propagandanın kabul edebilir zihinlere etki eder ve yeni bir fikrin aşılanmasından ziyade var olan fikirlere sebepler sunarak fikrin haklı olduğunu sav eder. Propaganda enstrümanını kullanan ise muhatabının zihninde zaten var olan fikri ve ihtirası daha yüksek seviyelere ulaştırır. Fikrin kabulü için zorlanmazsa insan bildiğine inanır. Propaganda inancını yitirmişlere inancını sürekli kılamaz. Toplum inancını yitirmiş ise toplumun inancının devam ettirilmesi için zorlu yollar da denense önlemler alınmaya mecburdur. (Hoffer, 1980: 80).

Chomsky'nin bu noktada şu cümleleriyle Hoffer'a katıldığı söylenebilir:

> *"Bilginin büyümesi meyvenin büyümesine benzer. Bir dereceye kadar harici müdahaleler olacaktır, bu tabiîdir. Fakat meyveyi önce var kılıp sonra kıvamına gelene kadar büyütecek olan varlık, ağacın iç dinamikleri ve kendisine özgü donanımıdır."* (Chomsky, 1997: 99)

Chomsky'ye göre siyasi söylem terimleri tipik olarak çift anlamlıdır. Bunların biri *sözlük anlamı*, diğeri de iktidara hizmet etmeye yarayan *öğretisel anlamı*dır. Chomsky bu konuda "demokrasi" kavramını şöyle ele almaktadır. "Sağduyuya uygun anlamıyla, bir toplum, insanların kendi meselelerinin idaresine anlamlı bir şekilde ortak olabildikleri ölçüde demokratiktir. Fakat demokrasinin öğretisel anlamı farklıdır. Kararları iş camiası sektörlerinin ve onlarla bağlantılı seçkinlerin verdiği bir sistemi ifade eder. Önde gelen demokrasi kuramcılarının açıkladığı üzere halk yalnızca "eylemin izleyicileri"ni oluşturacaktır, "katılımcı" değil. Büyüklerinin kararlarını onaylamaya, onlardan birine ya da diğerine destek vermeye izinlidir, ancak üstüne vazife olmayan işlere karışamaz. Eğer halkın bazı kesimleri kayıtsızlıklarından sıyrılarak örgütlenir ve kamusal alana girerse, buna demokrasi denmez. Daha ziyade,

uygun teknik kullanımla *demokrasi krizi* denir ki, bu da bir şekilde üstesinden gelinmesi gereken bir tehdittir." Bir kavrama böyle bir anlam yüklenildiğinde insana yaptığı etki, insani önem taşıyan konularda anlaşılır biçimde konuşmaya yarayacak kelimeler bulmanın olanaksızlaşmasıdır. Öyle olması halinde toplumumuzun işleyişi ve dünyada olup bitenler hakkında neredeyse hiçbir şey anlaşılmayacaktır. Bu da siyaseten doğrucu anlamıyla "demokrasi" ye büyük katkı sağlayacaktır (Chomsky, 2015a: 91, 94).

Vietnam'dan sonra ABD halkında olduğu gibi, politize olmuş bir halkı dindirmenin yolu dili yeniden kurgulamaktır. Örneğin Batılı düşünürler, toplumlarındaki bazı hadiselerin farkındadırlar, ancak rahatsızlıkları "demokrasi krizi" olarak teşhis etmekteydiler. Chomsky'ye göre bu "demokrasi krizi" nin tedavi edilmesi için aydınların öngördüğü yöntem, halkın tekrar pasifize edilmesinde yatmaktaydı. Yönetici ve elitlerin bütün kararları verip formalite olarak halkın onayına sunduğu, devlet politikasında yer almayan bir halk düzeninin devamı için mecburidir. Yaşananlara karşılık tepkisiz ve ilgi duymayan bir toplum, yöneticilere karşı yüksek bir itaat kültürü içerisinde olan halk, muhaliflerin çıkışlarının engellenmesi yönetime karşı alınması gereken önlemlerdendi (Chomsky, 2000: 42).

Propagandanın hedefine ulaşması, insanların düşüncelerinin başka bir yöne yönlendirilmesi için tarihi bile çarpıtmak gerekmektedir. Bu şekilde birilerini yok etmek için saldırdığınızda olan bitenin farklı bir görüntü alması sağlanabilir. Asıl saldırganlara karşı da kendinizi savunduğunuz söylenebilir. Vietnam Savaşı bu noktada Amerikan tarihi için önemli bir dönemdir. Güney Vietnam hakkında oluşturulmaya çalışılan algı "iç saldırılar" şeklinde formüle edildi. Medyaya ve eğitime hâkimiyetiniz güçlüyse bilim insanları da boyun eğen bir yaklaşıma sahipse bu başarılabilir. (Chomsky, 2008: 18-19). Bu yüzden sansürleme noktasında yazı sansürü Amerika Birleşik Devletlerinde yok denilebilir. Ama bunun yanında düşüncelerin denetimi çok kullanılan bir endüstridir. Düşüncenin denetimi, sahiden de yüksek bir düşünceye sahip toplumun daha pasif olması ve olanları onaylaması yönündeki bir sistemin gereğidir. (Chomsky, 2004: 53).

Geniş ve güçlü bir propagandanın sonuçlarını gösteren birtakım araştırmalar vardır. Bu konuda Massachusetts Üniversitesi'ndeki araştırma örnek olarak verilebilir.

Vietnam Savaşında ölen Vietnamlı sayısı sorulduğunda 100 bin sayısı veriliyor. Aslında resmiyetteki rakam 2 milyon. Resmi rakamların ötesinde gerçek sayı ise 4 milyona yakın bir sayı. Sağlıksız politikaların ve askeri hareket ve harcamaların halka nasıl izah edildiği ve kabul ettirildiği aşikâr. Dünyada yaşanan olayların gerçekliğiyle halka sunulan dünya aynı değil. Bu her konu ve her ülkedeki operasyonlar için geçerlidir. Gerçekler yüksek ve gösterişli binaların zeminine gömülüdür. Bu büyük bir başarıdır. Çünkü bunlar, güç kullanarak değil, özgür koşullarda elde ediliyor (Chomsky, 2008: 19).

Askeri güçlerle veya diktatörlükle yönetilen demokrasilerde hâkim partinin politikaları açıktır. Yönetime itaat etmek ve uymak mecburidir. Her türlü karşı gelmeler ağır şekilde cezalandırılır. Yönetimin politikaları benimsenir. Emirleri yerine getirilir. Bir uyumsuzluk veya başkaldırı durumunda cezalar ölümle dahi sonuçlanabilir. Ancak özgürlükle yönetilen, özgürlüğünü elinde bulunduran bir toplumda ise açıklıktan ve netlikten çok söz edilmez. Parti politikasında yorum yapılabilecek bir şekilde metinler düzenlenir. İtaatsizlik gibi durumlarda cezalandırma söz konusu değildir. Ancak toplum bu insanların sakıncalı düşüncelerinden korunmalıdır. Özgür ortamlarda yaşayan insanların zihnini dizaynı, şiddete başvurulamayan durumlarda kullanılan bir yöntem olarak göze çarpar. (Chomsky, 2004: 47-48).

Peki, egemen doktrine sadık kalmak, doktrin dışı söylemleri açığa vurmak ve halkın gündemine sokmak nasıl sonuç doğurur? Chomsky buna şöyle yanıt verir:

> *"Hâkim doktrine sadık olma, cari düzenin ipine sarılmak bireye bir takım avantajlar sağlar. Mevcut güç sistemine kolayca dâhil olur, imtiyazlıların sınıfına doğru giden yol üzerindeki yerini alıverir, üstelik düşünmenin, olur olmaz işleri kurcalamanın zahmetinden de kurtulmuş olur. Düzenle düz olursanız gerçekler sizi artık tedirgin etmez olur. Rasyonel argümanlar önemini yitirir. Herkesten alkış alan bir tören alayı içerisindeki mümtaz yerinizi alırsınız. Oysa düzene karşı gelirseniz, son derece güçlü deliller ve argümanlarla ortaya çıkmanız gerekir. Tecrit edilirsiniz. Kaynaklarınız kurutulur. Özgür beyinlerden yansıyanlar, hariçten okunan gazeller gibi ses verirler. Dışlanırlar, yanlış yorumlanırlar. Söyledikleri sıradan şeyler değildir, alışılmışa ters düşmektedirler."* (Chomsky, 2000: 31)

3.3. Propaganda Üreten Araçlar

Walter Lippmann, "rıza üretmeyi, demokrasi pratiğinde bir devrim" olarak tanımlamaktadır. Zaman içinde halkın bilincini biçimlendirmek hükümetlerin düzenli görevlerinden biri haline gelmiştir. Halkın kanaatine güvenilemediği zamanlarda ve durumlarda bu kaçınılmaz bir olgu olarak karşımıza çıkmaktadır. Bireyleri koşullandıran kurumların ve eğitim birimlerinin görevlerini yeterince ifa edememeleri durumunda ortak yaşamın realiteleri ile bireylerin kanaatleri çatışabilir, ortak çıkarlar halkın zihnini bulandırabilir ve arzu edilir mecralara çekilmeleri ancak "gerçekleri" gözeten bir uzmanlar kadrosunun yardımıyla mümkün olabilir. Lippmann, iki politik rolün birbirinden kesin çizgilerle ayrılması gerektiğine işaret eder. Önce uzmanlar sınıfına verilecek bir rol vardır. Bu uzmanlar "içeridekiler"dir, "sorumluluk duygusu taşıyan insanlar"dır. Bilgiye ulaşma ve anlama şansına sahiptirler. Toplumun problemlerini çözebilmek için tutarlı kriterlerle donatılmalıdırlar. Bu kriterlere ne ölçüde uyulduğunu gözlemek ve siyasi kararlarla insanların çıkarlarını uzlaştırmak bu insanların görevidir. Halk adamlarının görevleri arasında *"kanaat çobanlığı"* yapmak ve tutarlı siyasi görüşlerin oluşmasında sorumluluk almak da vardır. Halk, problemi ne kavramaya ne de çözmeye muktedirdir. Lippmann'a göre ikinci politik rol, *"halkın güvenliği"* başlığı altında özetlenebilir ve çok sınırlı bir roldür. Buna göre halkın ince düşünmesi, dünyanın meselelerini dert edinmesi gerekmez. Kendisinden çözüm beklenmez. Üzerine düşen görev, seçkinlerden oluşan gruplardan birine taraf olmak ve o gruba destek vermektir. Halk, partizan olarak niye taraftarı olduğunu bile bilmediği partisini gerektiğinde canı pahasına savunmalıdır. Dara düştüğünde sabır göstermelidir. Bu nedenledir ki, yerine konması, haddini bilmesi, seçkinlerin işine karışmaması gerekir (Chomsky, 1997: 56-57).

"Propagandaya Duyulan İhtiyaç" bölümünden anlaşılacağı üzere, propaganda üreten araçların başında kuşkusuz azınlığın çoğunluğu yönettiği hükümetler gelmektedir. Hükümetlerin kanaat ve rızaya dayalı bir yönetim biçimi oluşturmaya özen gösterdiğini belirten Chomsky bu konuda, David Hume'un şu sözüne atıfta bulunmaktadır:

> *"Çoğunluğun azınlık tarafından idare edilmeye, kendi fikir ve beklentilerinden yöneticileri lehine çekilmeye ne kadar da kolay razı*

> *olduğunu görmek, hayret edilecek bir şeydir. Bu mucizenin nasıl gerçekleştiğini, hangi vasıtaların kullanıldığını araştırdığımızda güç denen öğenin daima hükümetin elinde bulunduğunu ve yöneticilerin onları desteklemek için kanaat faktöründen başkasına muhtaç olmadığını görmekteyiz. Bu tespit bize hükümetin ancak kanaat zemini üzerinde oturduğunu göstermektedir. Ve bu düstur en despotik, en askeri hükümetlerden tutun da en demokratik olana kadar geçerlidir*" (Akt. Chomsky, 1997: 34)

Halkı razı etme tekniklerinin en ustaca kullanıldığı ülkelerin başında ABD gelir. Bu ülke yönetiminde iş adamlarının etkisi, müttefiklerine kıyasla daha fazladır ve halkın hareket alanı daha geniştir. Bu nedenle düzen için daha fazla tehlike arz eder. Hal böyle olunca, iş adamlarının arzu ettiği düzeni kurmak ve idame ettirmek yeterince kolay olmamaktadır. Burada temel problem, seçkinlerin kalabalıkları yönetmek için zora başvurma şanslarının giderek azalması sonucu aynı işi yapacak başka enstrümanların aranması biçiminde ortaya çıkmaktadır. Önemsiz insanların siyaset arenasına girmesinin kesinlikle önlemek gerekmektedir (Chomsky, 1997: 59).

ABD'de propaganda üreten araçların başında medya gelmektedir. Chomsky'nin verdiği dikkat çekici örnek, medyanın etkisine ilişkin önemli içerikler sunmaktadır. 1989 yılının Eylül başlarında, ABD Başkanı tarafından, büyük ve hararetli bir hükümet-medya kampanyası başlatıldı. O ay içinde Associated Press Latin Amerika, Asya, Orta Doğu ve Afrika hakkındaki haberlerin toplamından daha çok uyuşturucuyla ilgili haber yaptı. Televizyona baktığınızda, haber programlarının büyük bir bölümünde uyuşturucuların toplumumuzu nasıl tahrip ettiği, varlığımız için nasıl gitgide en büyük tehdit haline geldiği gibi konular vardı. Bu yoğun medya kampanyası sonucunda kamuoyu üzerindeki etki anında görüldü. Bush 1988 seçimini kazandığında, bütçe açığının ülkenin en büyük sorunu olduğu söyleniyordu. İnsanların yalnızca % 3'ü uyuşturucudan bahsediyordu. Medya kampanyasından sonraysa bütçeye dair kaygı iyice azalmış; uyuşturucu kaygısıysa % 40-45 dolaylarına fırlamıştı. Bağımlı bir devlet, ABD'nin kendisine yeterince para göndermediğinden şikâyetçi olduğunda artık, "Rusları durdurmamız için para lazım" demiyor, onun yerine "uyuşturucu kaçakçılığını önlememiz için lazım" diyordu. Sovyet tehdidi gibi bu oluşturulan bu tehdit de, isyan faaliyeti veya başka türden bir kargaşanın olduğu yerlerde ABD'nin askeri mevcudiyeti için iyi bir bahane sağlıyor. Chomsky medya ve hükümet ilişkinin etkisine temas ettiği bu örnekten hareketle, uluslararası açıdan

bakıldığında “uyuşturucuyla mücadele” müdahaleyi maskelemeye yarıyor. Ülke içindeyse uyuşturucularla pek alakası yok, fakat halkın dikkatini başka yöne çekmek, şehir merkezlerinde baskıyı artırmak ve kişisel özgürlüklere saldırı için destek oluşturmakla çok alakası olduğunu ifade etmektedir (Chomsky, 2015a: 87-88).

4. BÖLÜM: PROPAGANDA MODELİ

Demokratik öğreti, medyanın bağımsız olması, kendini hakikati keşfetmeye ve haber yapmaya adaması ve dünyayı yalnızca güçlü grupların algılanmasını istediği gibi değil, olduğu gibi yansıtması gerektiğini ileri sürer. Buna karşılık, eğer güçlüler söylemin öncüllerini belirleyebiliyor, sıradan yurttaşların, halkın neleri görmesine, duymasına ve düşünmesine izin verilip verilmeyeceğini kararlaştırabiliyor ve düzenli propaganda kampanyalarıyla kamuoyunu "yönlendirebiliyorsa", sistemin nasıl çalıştığına ilişkin standart demokratik görüş ile gerçeklik arasında ciddi bir çelişki, uyuşmazlık var demektir (Herman & Chomsky, 2012: 66).

Özgür ve halka dayalı hükümetler tarafından idare edilen insanlar, gücün kendi yanlarında olduğunu iddia etmelerine rağmen neden bu denli itaatkardır? Önce şu önemli soruyu sormalıyız: Güç, hangi ölçüde idare edilenlerin elindedir? Burada yeterince dikkatli olmamız gerekmektedir. Toplumlar, devletin baskısı ne kadar az ise o kadar özgür ve demokratik sayılırlar. Birleşik Devletlerin bu bakımdan dünyada müstesna bir yeri vardır. Amerikalılar, en azından imtiyazlı bulunanlar ve renk seçimini hatalı yapmamış olanlar, yani toplumun önemli bir kısmı devletin baskısından tamamen azadedir. ABD'de devlet, gücün ancak bir kısmını elinde bulundurmaktadır. Üretim, yatırım, ticaret, finans, çalışma koşulları ve daha nice önemli başlık, özel sektörün kontrolü altındadır. Bu otorite yapısına itaat ememenin, başkaldırmaya çalışmanın pek çok cezası vardır. Bunların arasında devletin baskısı da vardır, cari düzenin nimetlerinden yararlanmamak da vardır. Bu bakımdan akıllı insanın akılsızlık edip kendini ziyafet sofrasından dışlaması genellikle beklenmez. Sonuç itibariyle kayda değer tercihler sınırlandırılmış olmaktadır. Aynı faktörler, fikirler ve kanaatler yelpazesini de sınırlandırmaktadır. Söylemin her çeşidi, ekonomiyi kontrolü altında bulunduran özel sektör tarafından şekillendirilmektedir. Dev şirketler ürünleriyle birlikte fikirlerini de yaptırdıkları reklamlarla tüketiciye satarlar. Bu halde ferdin bizatihi kendisine has düşünce, ve görüşleri, dertleri, ilgi alanı, fikirlerini ortaya koyma becerisi törpülenmiştir. (Chomsky, 1997: 63-65).

Halk medya üzerinde bir egemenliğe sahip değildir; nelerin sunulacağına reklam arayışında olan patronlar ve yöneticiler karar verir; halk ise bunlar arasından seçim

yapmak zorunda kalır. Halk, çoğunlukla halihazırda mevcut olup kendisine sunulan ve yoğun bir şekilde tanıtılan ürünleri izler ve okur. Yapılan kamuoyu araştırmaları, halkın daha çok haber, belgesel ve başka bilgilerle ilgili programları tercih ettiklerini ortaya koymuştur. İnsanların durgun seyreden ya da azalan ücretlerle niçin daha çok çalıştıklarını, yüksek maliyetlerle niçin yetersiz sağlık hizmeti aldıklarını ve dünyanın dört bir yanında kendi adlarına nelerin yapılmakta olduğunu anlamak istemediklerine inanmak için pek bir sebep yoktur. Eğer bu konularda yeterli bilgi edinemiyorlarsa, propaganda modeli bunun nedenini açıklayabilir: Medyayı denetleyen egemen güçler bu türden bir malzemeyi sunmayı tercih etmemektedir. (Herman & Chomsky, 2012: 23) Propaganda modeli, iktidar ve iş dünyasının hangi yollarla haber seçkisi yaptığını karşıt olan görüşlerin, ihtilaflı düşüncelerin kıyı köşelere itilip önemsiz hale getirildiklerini iktidara ve egemen güçlere ise mesajlarının halka ulaşması yönünde nasıl kolaylıklar sunduğunu teferruatlı bir şekilde ele alır. (Herman & Chomsky, 1999: 22).

Medya hakkındaki sorunsal durum, fikirlerin ve düşüncelerin gerçekliği veya saflığından ziyade ifade edilmesine izin verilen konular ve sınırları belirlenmiş belirli dünya görüşlerinin arzında mecbur tutulmuş genel çerçevesidir. Propaganda modelini ele aldığımızda medya, haber akışında sınırları belirleyerek ilişkileri güçlü olan iktidar ile finans dünyasının menfaatlerine hizmet eder. Şüphesiz başka etkenler de vardır. (Chomsky, 1993: 23-25).

Demokratik sistemde zorla dayatma yerine; toplumun düşün dünyasına direkt değil daha dikkatlice ve ince aygıtlarla girilir. Totaliter devlette doğrulara bağlı kalmak yerine halkın itaati yeterli görülebilir. Toplumun itaati daha önemli olandır, ne düşündükleri ise ikinci derecede kaygıdır. Ama demokrasi ile yönetilen politik sistemlerde özgür düşünce eyleme dönüşebilir tehlikesi her zaman mevcuttur. Böyle bir tehdit de çözülmelidir. Tartışma yasaklanamaz, kaldı ki düzgün biçimde işleyen bir propaganda sisteminde yasaklanmamalıdır da, çünkü doğru sınırlar çerçevesinde yapılan tartışmaların sistemi pekiştiren bir niteliği vardır. Önemli olan sınırları kesin çizgilerle belirlemektir. Kısaca, önemli olan gündemi belirleme gücüne sahip olabilmektir (Chomsky, 1993: 80). Başarılı bir propaganda, herkesin kabul edebileceği, itiraz etmeyeceği, kendinden birşeyler bulduğu güçlü sloganlar

üretmektir. Bir anlamı olmayan ve kimsenin ne anlama geldiğini sorgulamayacağı bir slogan. Bunun önemi, tüm dikkatleri anlamı olan sorulardan başka yöne çekebilmektir. (Chomsky, 2008: 11). Modern toplumların gündem belirleyici ana aktörü ise, kuşkusuz medyadır.

Medyanın kasten bir propaganda aracı olarak kullanıldığı ülke içinde kendi egemenliklerini desteklediği ülke dışında ise emperyalizmi desteklediği fikri medyanın propaganda aracı olduğunun ortaya çıkmasında önemli bir veridir. Bu fikrin savunusunu yapan Noam Chomsky'dir. 1970'lerde Chomsky ve Herman, eleştirel bir açıdan, medya ile propaganda arasında bağ kurdular ve "Propaganda Modeli" ortaya attılar ve medyaya uyarladılar (Erdoğan & Alemdar, 2005: 294).

Çünkü onlara göre medya, devlet ve şirketlerin çıkarlarını sağlamaya çalışır. Medyanın iç yüzünün öğrenilebilmesi için buna gerek vardır. Bilindiği gibi demokratik öğretiye göre medyanın bağımsızlığı esastır ve medya kendini gerçeğe bulmaya ve duyurmaya adamıştır. Herman ve Chomsky, bu öğretinin yanlışlığına temas ederek, güçlü kesimlerin söylemin ilkelerini belirlediğini, halkın neyi seyredip dinleyeceğine ve düşüneceğine karar verebildiğini, düzenli propaganda faaliyetleriyle kamuoyunu "sevk ve idare" edebildiğini anımsatarak, demokratik öğreti ile sistemin işleyişinin bağdaşmadığını vurgularlar (Herman & Chomsky, 1999: 9-12).

Amerikalı gazetecilerin duayeni Walter Lippmann bunlardan biridir. Lippmann, propaganda komisyonlarına dahil edilenlerden biriydi ve bu komisyonların başarılarının farkındaydı. 'Demokraside devrim' olarak tanımlandırdığının 'rıza üretimi' için, yani toplumun istemediği ve kabul etmeyeceği şeyleri topluma kabul ettirmekte propaganda yöntemleri uygulanabileceğini savundu.

Lippmann, doğru bir şekilde işleyen demokraside birbirinden farklı sınıflar olduğunu iddia etti. İlki, kendilerini ilgilendiren kısımlarda yönetimde etkin olma hakkı olan yurttaşların yani seçkinlerin sınıfı. Bu sınıfta, ekonomi, politika, ve fikri alt yapı taşıyan sistemlerde işi yürüten ve icracı olan karar alıp yorumlama yapabilenler yer alır. Sayı olarak nüfusta küçük bir yer kaplar. Nüfusun küçük bir kısmını kaplayan bu sınıfın dışında kalanlar, Lippmann'ın 'şaşkın sürü' tanımlamasını yaptığı çoğunluktur. 'Kükreyen ve düzene karşı gelen şaşkın sürüden' korunmalıdır. Çünkü bahsedilen sınıfın işlevi Lippmann'a göre aktif katılımcı olmak değil, "seyirci" olmaktır. Şaşkın

sürüye sadece, belirli dönemlerde, izin verilen zamanlarda (seçim zamanı gibi) sesini duyurma yetkisi verilmiştir. Çünkü doğru bir şekilde işleyen demokrasilerde bu böyledir. Bunun arkasında bir mantık, hatta bir çeşit zorlayıcı ahlak ilkesi vardır. Baskın olan ahlak ilkesi, toplumun ekseri kısmının olan biteni çözümleyemeyecek kadar aptal olmalarıdır. Bu defa kamuoyunu ilgilendiren konularda etkin olmaya çalışırlarsa bu bir sorun olarak ortaya çıkar. Bu nedenle şaşkın sürüyü evcilleştirmek gerekir, bunun için de ihtiyaç duyulan şey Lippmann'ın 'demokrasi sanatındaki yeni devrim' dediği, rızanın üretimidir. Rızanın üretimindeyse temel mekanizmalardan biri medyadır. Şaşkın sürü bir sorundur. Onların kükremesini ve düzene karşı gelmesini engellemeliyiz. Onları başka şeylerle oyalamalıyız. Bu şaşkın sürü şampiyonluk maçları, diziler veya şiddeti içeren filmler izlemelidirler. Bu sınıfı mütemadiyen bir korkunun içinde tutmalı. Bazen bazı sloganlar verilerek katılmalarını istersiniz. Bunun nedeni, eğer iç veya dış düşmanlardan ciddi manada korkmazlarsa düşünce faaliyeti başlar ve bu tehlikelidir. Bu yüzden dikkatlerini her daim başka taraflara çekerek asıl olandan uzaklaşmalarını sağlamak son derece öneme sahiptir. (Chomsky, 2008: 3-12).

> *Bunun için,* yani *"telkin sisteminin işlevini yerine getirebilmesi için yığınla iş yapılması gerekmektedir. Bu hedeflerden biri de salaklar ve cahillerdir. Bu salak ve cahiller dışarı çıkarılmamalı, anlayabilecekleri basit hikayelerle kandırılmalı, farkındalıkları köreltilmeli, soyutlanmalıdırar. En uyun olanı ise bu insanları televizyonlarının başına oturtmak ve maç, dizi izlettirmektir. Organize hale gelmelerine asla müsaade edilmemelidir. Toplu olduklarında sahipliklerini ve güçlerini fark etmemelidirler. Kalabalıklar, medyanın ve eğitim sisteminin hedefidir. Bu yoldan itaatkar olmaları, topluma gerekli becerilerle donatılmaları sağlanır. İtaatkarlığın güvenilebilir bir hususiyet olması için her yere kişileri itaatkar kılmaya mecbur bırakacak dikenli tellerin çekilmesi gerekir* (Chomsky, 1997: 59).

Diğer taraftan Chomsky'e göre ciddi kararlarda ve kontrol mekanizmasında aktif olarak yer almayı arzu edenlere yönelik telkin meselesi bir parça farklıdır; bu kimseler arasında iş adamları, devleti yönetenler ve kültür menajerleri bulunmaktadır. Bunlar sistemin gerçeklerinden haberdar olmalı ve çarkın güçlülerin ve seçkinlerin lehine nasıl döndüğünü bilmelidir. Kendisinden neler istendiğini kolayca öğrenmeli, hatta hissetmelidir. Bu ise herkesin beceremeyeceği cinsten bir zenaattır. Nice çelişkiyi bir bütünün parçaları halinde bir arada tutabilmek, yok olanı var, var olanı yok gösterebilmek her babayiğidin harcı değildir (Chomsky, 1997: 60).

Batıda vurgulanan demokratik idealler konusuna Chomsky mesafeli yaklaşmaktadır. Ona göre hükümran kavramların kubbesinin altında ve enformasyon sistemlerinin birkaç holdingin kontrolü altında bulunduğu bir ortamda demokrasiye yer olamaz. Oysa bu ortam, birilerinin anlayışına göre demokrasinin var olabilmesi için zorunludur. Örneğin halkla ilişkiler endüstrisinin önemli isimlerinden Edward Bernays "Demokratik sürecin esasının ikna ve telkin etme özgürlüğünün mevcudiyeti, bir başka deyişle 'razı etme mühendisliği'nin serbestçe mesleğini icra etme özgürlüğünün varlığı oluşturmaktadır" demektedir. Bu demece göre ikna etme özgürlüğünün üç beş elde toplandığı bir toplum görürseniz, bu toplum özgür bir toplumdur. Aynı şekilde, Avrupa Topluluğu ve bu topluluğun yöneticilerinden biri, görevlerinin halkın zihnini kontrol altında tutmak olduğunu, devlet-şirket işbirliğine gelebilecek en büyük tehdidin kaynağını sokaktaki insanın zihninin oluşturduğunu ifade etmiştir. Daha da ilginci bu söz dün-bugün değil ama tam seksen sene evvel sarf edilmiştir (Akt. Chomsky, 1997: 54-55). Bernays toplumların görüş ve fikirlerinin örgütlenmiş alışkanlıkların çalışılmış bir şekilde manipüle edilmesinin demokratik toplumlarda önemine işaret eder. Bunun için "zeki olan azınlık devamlı ve sistemli bir şekilde propaganda yapmalıdır." Bu zeki azınlık toplumların zihin sürecini ve yapılarını anlar ve kamuoyunun zihnini denetleyebilecek ipleri ellerinde tutabilir."di. Chomsky Bernays'ın görüşlerine eleştirel bir tutum göstermektedir. (Chomsky, 2014: 50).

Demokrasinin varlığının çeşitli şekillerde görünür kılındığı Batı toplumlarında Chomsky, zihin yönetme endüstrisi olarak adlandırabileceğimiz devlet-şirket ortaklığını Herman ile birlikte "Propaganda Modeli" ile açıklamaya çalışır. Modern toplumların gündem belirleyici ana aktörü kuşkusuz medyadır.

Herman ve Chomsky'ye göre medya, kitlelere bazı mesajların verilmesinde bir sistemdir. Onları eğlenceye sevk etmek, uyutmak, bazı bilgilerin verilmesini sağlamak ve fertleri topluma dâhil eden inanç ve davranış modellerini işlemek medyanın görevleri arasındadır. Ayrıcalıkların bazı kesimlerin elinde olduğu, sınıfların menfaat çatışmalarının olduğu dünyamızda bu görevi ifa etmek sistemli bir propagandayla mümkündür. Gücün devletin bürokrasisi altında olduğu ülkelerde, medyanın devlet sansürüne uğraması ve denetimi medyanın seçkinler ve egemen güçlerin menfaatlerine çalıştığını gösterir. Medyanın özel sektörün elinde olduğu ülkelerde ise propagandanın

işleyişini anlamak daha zorludur. Propaganda modeli, egemen güçlerin hangi saiklerle haberin seçkisini yapıp uygun olanların servis edilmesine karar verdiğini, iktidarın ve finansın mesajlarının halka iletildiğini, muhalif olanların marjinal hale dönüştürüldüğünü gözler önüne sermektedir.

Propaganda modelini oluşturan ana unsurlar veya haberin "süzgeçleri" beş maddeyle verilebilir: 1- Hâkim kitle medyası firmalarının büyüklüğü, tekelleşmiş mülkiyeti, sahibinin serveti ve kâr yönetimi, 2- Kitle medyasının temel gelir kaynağı olarak reklamcılık, 3- Medyanın, hükümet, iş dünyası ve bu temel kaynakların ve gücün faillerinin finanse ettiği ve onayladığı 'uzmanlar'ın sağladığı bilgilere dayanması, 4- Medyanın disiplin altına alan bir araç olarak "tepki üretimi" 5- Ulusal bir din ve denetim mekanizması olarak 'anti-komünizm' (Herman & Chomsky, 2012: 72).

Daha sonra bu süzgeçlere detaylı olarak yer verilecektir. Ancak öncelikle, Chomsky'nin modelde kullandığı kavramların aktarılmasında fayda görülmektedir.

4.1. Chomsky'nin Modelde Kullandığı Kavramlar

4.1.1. "Haydut Devlet"

Chomsky'nin propaganda modeli etrafında, "Haydut Devlet" kavramını kullandığı söylenebilir. Haydut Devlet kavramı politik planlamada ve analizde etkili bir rolü üstlenir. Ona göre ana prensip şöyledir: Amerika Birleşik Devletlerinin dünyayı koruması gibi bir misyonu vardır. Soğuk savaşın bitmesinden dolayı yeni bir düşmana ihtiyacı vardır. Böylesi bir ihtiyacı da uzak ülkelerdeki tehdit unsurlarından yani "haydut devletler" tarafından karşılaması gerekiyordu. Libya, iyi bir haydut devletti. Savunması zayıf ve saldırıya açık olan Libya istenildiğinde iyi bir haydut devlet rolü üstleniyordu. Washington, Libya'nın ABD'yi tehdit etmek için ve savaşı okyanus ötesine taşıması için Nikaragua'ya 400 milyon dolar para ve silah göndermesini gerekçe göstererek herkesin ekran başında olduğu bir saatte bombardımana tuttu. Amerika, Nikaragua'nın silahlı saldırısına karşı kendinde bir savunma hakkı görüyordu.

Daha sonra haydut devlet tanımını Irak, Endonezya, Lübnan, Küba gibi başka ülkelerde alacaktı. Kudreti elinde tutana karşı duran devlet haydut devlet. Kudreti elinde tutan ise kendini muaf tutma lüksüne sahip. ABD için her şey kolaydır. Terörist ilişkisi gördüğü ülkeye haydut devlet nitelemesini yapar, o ülkeye yönelik kendi terör faaliyetleri meşrulaşır. Benzer haydut devlet ve muaf devlet tanımlamaları diğer ülkeler için de söz konusudur. (Chomsky, 2002a: 19-36). Chomsky, benzer bir kavram olarak da "terörist devlet" kavramına başvurmaktadır. Ona göre dünya birçok terörist devlet barındırır. Ancak terörizmin hamisi olan Birleşik Devletler ayrıcalıklıdır. ABD'nin belirlediği bu haydut devlet statüsü, devletler hakkındaki gelişmelere uygulanan kavramlar konusunda da etkileyici görülmektedir. Chomsky bunu "terörizm" ve "misilleme" kavramlarını aktararak ifade etmektedir. Ona göre bu kavramlar ABD'de önemlidir. Çünkü terörist faaliyetler Arapları çağrıştırır. Ancak egemen güçlerin ve yandaşlarının yapmış oldukları terörizm ise karşılık verme, kendini koruma ya da terör faaliyetlerinin ortadan kaldırılması gibi meşru nedenlere dayanır. (Chomsky, 2004: 34).

Aslında, Chomsky'nin bu kavramı, "Beşinci Özgürlük" olarak özetlediği kavramla da yakından ilgili görünmektedir. "Beşinci Özgürlük" kavramı, konuşma, ibadet, korkusuzca yapma, yaşam özgürlüklerine ek olarak Chomsky'nin Amerikan politikasını özetlediği özgürlük biçimidir ve Chomsky tarafından başarıya ulaşmak için baskı, sömürü, hükmetme, için güce başvurma hatta her yola başvurma şeklinde tanımlanır. Ona göre tarihi olaylar dört özgürlüğün önemine vurgu yaparken, bunların beşinci özgürlüğe olan bağımlılığını ortaya koyar. Çünkü ABD'nin dünyada gerçekleştirdiği bütün eylemlerin yönünü bu beşinci özgürlük belirler. Dört özgürlüğün varlığı beşinci özgürlükle çelişmemesine bağlıdır. Aksinde ise önemsenmez. Beşinci özgürlüğün sağlanması ve korunması için de devletin, yalana başvurma, aldatma ve hileye başvurma gibi özgürlükleri vardır. Bunun için de ideolojisi olan kurumların işbirliği gerekir. Chomsky'ye göre beşinci özgürlük Amerika'nın icat ettiği bir şey değildir, bunun insanlığın ömrü kadar uzun bir süresi vardır. Her zaman vardır. Beşinci özgürlüğe desteğini gösteren kültür yapılarının, aydınlık yozlaşmasının ve ahlaki değerlerin yitirilmesinin seyri içerisinde her zaman yeniden kendisini şekillendirerek varlığını sürdürür. (Chomsky, 2000: 8-10).

4.1.2. "Değerli-Değersiz Düşman/ Kurban"

Chomsky'nin propaganda modeline yönelik kullandığı kavramlardan biri değerli ve değersiz düşmandır. Ona göre ABD ve müttefiklerinin işlediği terör eylemleri sonucunda ölenler, yurtlarından sürülenler, evleri yıkılanlar, katliama uğrayanlar değersiz kurbandırlar ve değersiz oldukları için de basında yeterince hatta hiç yer bulmazlar. Buna karşılık ABD ve müttefiklerine karşı çıkan grup, hükümet veya devletlerce işlenen terör eylemlerinde zarara uğrayan insanlarsa değerli kurbandırlar ve ABD basını bunlara yoğun bir şekilde yer verir. Chomsky'nin deyişiyle egemen güçler kendilerini her türlü terör faaliyetlerinden muaf tutarak imtiyaz haklarını kullanırlar. Savunulması zor durumlarda ise hata yapma lüksleri vardır. (Chomsky, 2004: 117).

1970'lerin başında Amerikan müdahalesiyle Güney Lübnan'da insanlar öldürüldü, yüz binlercesi yurtlarından oldu. Bunlar kamuoyu tarafından pek bilinmedi. Ancak eş zamanlı olarak Filistin Kurtuluş Örgütü'nün (FKÖ) kendini savunmak için İsrail'e düzenlediği, saldırılar büyük öfke meydana getirdi. Bu öfke de manşetlere taşındı. Lübnan'da gazetecilik yapan ABC muhabiri Charles Glass, Amerikalı gazeteci ve yazarların İsrail'i tehdit eden uydurulmuş terör faaliyetlerini işlerken Güney Lübnanlıların zorlu yaşam koşulları, İsrail'in saldırılarıyla boşalttıkları köyleri, öldürülmeleri ve saldırılarla topraklarından sürülmeleri onları ilgilendirmiyordu. Muhabir Glass, İsrail tarafından oluşturulan ölüm timleri 1982 İsrail işgalinden sonra güney Lübnan'da silahlı eylemler yaptığında dahi gazeteciler farklı bir tutum içine girmediler. (Chomsky, 2002b: 236-237).

İsrail'in terörist faaliyetleri kuruluşuyla yaşıttır. Sivillerin katledilmesi, 70.000 kişinin Lydde ve Ramle'den çıkarılması, Kudüs yakınlarında Dueyma köyünde masum insanların katledilmesi, Gazze şeridinde insanların katledilmesi, Kibya, Kafr Hasem ve diğer katledilen köyler, insanların kendi topraklarından silah zoruyla çıkarılması köylerinin yıkılıp Yahudi yerleşimine yer açılması gibi nice örnekleri olan terör faaliyetleri İsrail'in bahane uydurarak yapmış olduklarıdır. Bu öldürülen masum insanlara FKÖ partizanları ya da teröristler gibi yafta vurularak meşrulaştırılıyor. (Chomsky, 2004: 136-137). Medya ise egemen güçlerin direktifleriyle İsrail'in masum

sivilleri katletmesi ve kendine yerleşim yerleri açmasıyla değil orada kendi toprağını savunan insanların karşı koymasını terör faaliyeti ve İsrail'in kendini savunması olarak hikâyeleştirerek dünyaya servis ediyordu.

1982'deki Lübnan savaşında ise İsrail, Lübnan kökenli bazı gazetecilerin haberlerine engelleyememiş fakat bu durumda da kendisini zavallı göstererek kendisine yönelik bir psikolojik savaştan şikâyet etmiştir. Bu haberler anti-semitist fikirlerin diğer bir yoldan ifade şekli olarak görülmüştür. Öyle ki İsrail terörizmi körükleyen ve terör faaliyetlerinde bulunan değil, zavallı bir kurban haline dönüştürülmüştür. Haberler İsrail tarafından sert bir halde servis edilirken Amerika tarafından sulandırılarak gerçeklerden uzaklaştırılıyordu. Medyanın İsrail-Amerikan yaklaşımına bağlılığı eleştirilmekte fakat dikkate değer bulunmamaktaydı. (Chomsky: 2004, s. 72).

4.1.3. "Terörizm"

Terör kavramına yapılan tanımlamalar yaşadığımız zamanda uzmanlarına göre iki gruba ayrılmaktadır. Bazılarına göre terör faaliyetleri, temelde Batı'yı ve Batı demokrasisini hedef görür. Bu yaklaşım da üçüncü dünya ülkelerine, Orta Doğu'ya ve Sovyet temelli bir terör ağına karşılık gelmektedir. Diğer grup uzmanlar da terörizmin aslında devletler tarafından uygulandığı, terörizm Batılı devletler, İsrail ve en nihayetinde ABD'nin sorumluluğunda olan bir faaliyet olmasını ileri sürerler. Bunu savunan önemli isimlerden biri de Noam Chomsky'dir (Güzel, 2002: 13, 15).

Terörizm 1900'lü yıllarda devletlerin kendilerine karşı koymamaları ve itaatlerini sürdürmeleri için halka karşı şiddet uygulamalarından dolayı ortaya çıkmıştır. Ancak bu tanımlama ve bu düşünce yapısı her türlü gücü elinde tutan devlet yöneticilerinin benimseyeceği bir yaklaşım değildi. Bundan dolayı asıl anlamı değiştirildi ve kavram, fert veya grupların yapmış olduğu ufak çaptaki eylemler tanımını kazanmış oldu. Kavram önceleri, kendinden olan millete uygulanan şiddet eylemlerini kullanan yöneticileri ifade ederken daha sonra sistemi ve yöneticilerine rahatsızlık veren hırsız eşkıyalarla sınırlandırılmış oldu. (Chomsky, 2004: 8).

Oysa ABD yasalarına ve askeri el kitaplarına dahi giren terörizm kavramı gayet akla uygun bir tanımdı. Buna göre terörizm, "siyasal, dinsel ya da ideolojik nitelikle

hedeflere ulaşmak için… Yıldırma ve baskı yoluyla ya da korku yaratarak, kararlaştırılmış şiddet ya da şiddet tehdidi kullanmak" olarak tanımlanmıştı. Ne var ki ABD tanımı, muhtemel sonuçları yüzünden uygulama sırasında iptal edildi. Çünkü bu tanımı kelimesi kelimesine benimserseniz, ABD'nin önde giden bir terörist devlet olduğu, neredeyse abese varacak ölçüde ortaya çıkacaktır. Kuşkusuz böyle bir neticeye varılmasına izin verilmeyeceği için tanımı değiştirmek gerekti (Chomsky & Achcar, 2007: 17).

Amerika Birleşik Devletleri kanunlarında, askeri yasalarda ve daha başka yerlerde terörizmin resmi bir tanımı vardır. O tanıma göre terörizm "Çıkış noktası gereği siyasi, dini ve ideolojik olan amaçlara baskı, gözdağı verme ve korku telkin etme yoluyla ulaşmak için planlanmış şiddet kullanımı ve vahşet tehlikesidir." Terörizm güçsüzün silahıdır. Yani yalnızca bize yapılırsa terörizmdir. Biz ötekilere bunun kat kat kötüsünü de yapsak bu terörizm değildir. (Chomsky, 2008: 48-49,57).

Geçerli terör tanımının ABD siyasetini belirleyen kişilerin bakış açısına göre yapılması gerekmektedir. Terör, onu bize karşı uyguluyorsanız, standart anlamda terördür; ancak onu biz size karşı uyguluyorsak, iyi huyludur, insani müdahaledir, iyi niyetle yapılmaktadır. Fiilen kullanılan tanım budur. (Chomsky & Achcar, 2007: 20).

İsrail'in Filistin kamplarını bombalaması, köyleri yakıp yıkması, Lübnan köylerini silah zoruyla boşaltması, terör eylemlerinde bulunması için özel kuvvetleri Filistinlilerin üstüne salması terör eylemleri olarak değerlendirilmiyor, bunlara yönelik dünya kamuoyunun ve insanlık vicdanının zayıf tepkilerle karşı çıkması da anti-semitizm olarak itham ediliyor. (Chomsky, 2004: 9). Ana akım medyanın propaganda işleyişi de buna hizmet ediyordu. Tezimizin ana savunusu olan hegemonik yeni medya da Chomsky'nin yeni medya için özgürlük platformları olarak görmesinin aksine yine egemen güçler tarafından besleniyor ve kullanılıyor. Sosyal medyadan yükselen sesler egemen güçlere hizmet eden şirketler tarafından kısılıyor ve egemen güçlerin arzu ve isteklerine yönelik haberler bağlamından koparılarak gerçeklerden uzak şekle büründürülebiliyor.

Chomsky'ye göre terörizm incelenirken iki yol tutulabilir. Ciddi bir yaklaşımla konuya yaklaşan *doğru bir yaklaşım*, ikinci olarak da terörizmin egemen güçlerin elinde bir silah olarak kullanılan *propagandacı bir yaklaşım.* Doğru yaklaşım yolu tutulursa,

neyin terörizm olduğunu belirlemek gerekir. Sonra da görüngünün örneklerinin araştırılması, nedenler, çareler saptamaya çalışılır. Buna karşılık propagandacı yaklaşım yolu tercih edilirse, terörizm sorumluları belirli düşman olduğu tezinden hareket edilebilir. Propagandacı yaklaşımın devletlerce kabul görmesi şaşırtıcı olmasa gerek. Şaşırtıcı olan, detaylarına kadar belirlenmiş olan durumun bilim dünyasında da geçerliliğini sürdürmesidir. (Chomsky, 2002b: 217).

4.2. Propaganda Modelindeki "Haber Süzgeçleri"

Propaganda modeli beş haber süzgeci merkeze alınarak hazırlanan bir modeldir. Bu süzgeçler, etkileşim halinde olarak birbirlerini beslerler. Kaynağından gelen ham haber peşi sıra süzgeçlerden geçirilmelidir. Bu süzgeçler, ifadenin ve yorumlananın habere değer olup olmadığı ve propaganda kampanyasına dönüşebilecek sürecin temelini ve işleyişini açıklığa kavuşturur. Haber süzgeçleri işlenirken medyadaki seçkin yapıların hâkim olması ve muhalif olanların marjinal hale bürünmesi kendi mecrasında büyük bir doğallıkla gerçekleşirken haberin muhabiri mesleki etiklere uyduğuna inanır. Süzgeçlerde kısıtlamalarda tarafsız olarak hareket edilir, kısıtlama ve sınırlandırmalar kati ve kesin çizgilerle sistemin parçaları olur ki, haberin seçimi konusunda farklı bir temel düşünmek imkânsız hale gelir. (Herman & Chomsky, 2012: 73).

4.2.1. Egemen Medya Şirketlerinin Büyüklüğü, Yoğunlaşmış Mülkiyeti, Kâr Amaçlı Oluşu Ve Sahiplerinin Serveti

Chomsky'nin de ifade ettiği gibi liberal ya da muhafazakâr olması fark etmeksizin konvansiyonel medya şirketlerden oluşur. Bu şirketler de kendinden büyük olan şirket gruplarına bağlıdır. Her şirket gibi piyasa içerisine ürünlerini satar. Piyasaysa reklamcılardır. Ürün, okurlar ve izleyicilerden oluşan kitledir. Diğer herkesin uyum sağladığı temel gündemi ortaya koyan seçkin medya içinse ürün daha ziyade ayrıcalıklı kitlelerdir. Beklenildiği gibi de dünyanın bu manzarası satıcıların, alıcıların ve ürünün sınırlı ve taraflı çıkarları ile değerlerini yansıtır. Kültür yöneticileri (editörler, önemli köşe yazarları vs.) devlet ve ticaret yöneticileriyle ve başka imtiyazlı sektörlerle sınıf çıkarları ve ilişkileri paylaşmaktadır ve muktedirlerin çıkarlarına

hizmet etmek için medyanın iyi kötü gerçekçi bir dünya manzarası sunması gerekir. Yani medya, aslında daha büyük bir öğretisel sistemin bir kısmıdır (Chomsky, 2015a: 97). Bu öğretisel sistemin güçlü bir kolu olan medyada şirketlerin büyüklüğü ve tekelci yapı, propaganda modeli için ilk basamağı oluşturur.

Herman ve Chomsky, haber süzgeçlerinden ilkini anlatırken, James Curran ve Jean Seaton'ın yaptığı bir araştırmaya dayanırlar. O araştırmada 19. Yüzyılda işçi sınıfına yönelik keskin bir tarzı benimseyen bir basın ortaya çıkar. İşçi sınıfının bilinçlenmesinde oldukça etkili olan bu basın egemen olan basına karşın başarı elde eder. Bu basın daha sonraları farklı bir değer sistemi ve bakış açısı getirdiğinden işçileri birleştirebilecek bir yapıya kavuşur. Bu hal, egemen güçlerce tehdit gibi algılanır. Ve hükümet harekete geçerek çeşitli yaptırımlar uygulamaya başlar. Vergilerin artırılması gibi önlemler çare olmaz hatta gücünü artırır. Ve bu alınan önlemlerden vazgeçilir. Curran ve Seaton, devletin engellemelerinin başarılı olamadığını piyasa sisteminin başardığını gösterir. 1853-1863 yıllarında üzerlerindeki vergilerin kaldırılmasından sonra daha yeni bir basın ortaya çıkar. Ancak daha sonra bir tane dahi günlük işçi sınıfı gazetesi çıkamaz. Herman ve Chomsky, bunun nedenini maliyetlerin artması olarak görür. Serbest piyasanın genişlemesi endüstrileşmiş bir basını da getirdi. Maliyetin aşırı artması küçük yayıncıların piyasada kalabilmelerini imkânsız hale getirdi. (Herman & Chomsky, 2012: 74)

John Dewey, dev şirketlerin ülkenin hayatını yönettiğinde ve sosyal ve ticari yaşamı propaganda ve reklamcılıkla kontrol ettiğinde medya ile gücün zirvesine ulaştığında demokrasinin çok da anlamının olmayacağı savını ileri sürer. (Chomsky, 2014: 49).

Medya şirketleri mülke sahip olanların, banka, iktidar, sanayi kuruluşları gibi diğer güçlerin kontrolündedir. (Akt. Herman & Chomsky, 1999: 25-48). İktidar ve haberi servis eden ajanslar ile bu seçkin kesim haberin seçkisini belirler, gündemi yaratır, topluma ve alt ajanslara servisini yapar. (Herman & Chomsky, 2012: 75).

4.2.2. Televizyonun Yaygınlaşmasının Ana Akım Medyaya Etkileri

Büyük çoğunluktaki izleyici kitlesine ulaşan kuruluşlar, medyanın daha büyük kuruluşları olanlardır. Bunlar da kendilerinden büyük olan şirketlere güçlü bir şekilde

bağlıdır. Sisteme dâhil olan gazeteciler, genel olarak egemen güçlerin değerlerini kendi içlerinde özümsemedikleri sürece başarılı olabilmeleri pek mümkün değildir. İnsanın inanmadığı şeyi söylemesi zordur. (Chomsky, 1993: 20).

Bu noktada medyadaki yoğunlaşma ve tekelleşmenin olumsuz pek çok sonucu doğurur. Her şeyden önce bu durum, demokratik bir siyasi işleyişe engel olur. Şöyle ki, tekelleşme ve yoğunlaşma, yasama, yürütme ve yargının da yanı sıra "dördüncü güç" olduğuna inanılan medyaya, dördüncü gücün rantını talep etme, hatta alma gücünü bahşediyor. Tüm ülkeyi temsil etme iddiasındaki siyasiler, bu dördüncü güç egemeni birkaç aileyle tüm toplumdan aldıkları "iktidarı" paylaşmakta, onlarla iyi geçinmek için bedeller ödemektedirler. Medyadaki tekelci yapı, medya aracılığıyla toplumla iletişim kurma çabasındaki aydın, düşünür, sanatçı, yazarlarca da tehdittir.

Tekel olan medya haber ve yorumlarda da hangilerinin yer alabileceğini belirleme gücüne ulaştıkça seçkilerinin formatını da belirleme gücüne erişiyor. Bu halde medyaya çıkarak toplum karşısında bir fikir beyan etmek isteyen belli bazı kalıplara uygunsa yer alabiliyor. Uygun değilse, kanallar, sayfalar o kişilere kapatılmakta, toplum farklı, değişik görüşlerden mahrum kalırken, fikir sahibi de kendini ifade etme ortamı bulamamaktadır (Sönmez, 2003: 49).

Buna rağmen, medya dünyasının yukarıdaki tekelleşmesi, II. Dünya Savaşından sonra televizyonun yaygın olması, televizyonun ülke genelinde bir ağ oluşturması sonucu ciddi oranda artmıştır. Televizyondan önceki haber piyasası, yerel kalırken televizyondan sonra ulusal ve hatta uluslararasıdır. Bundan sonra televizyon toplumun en önde gelen haber aracıdır. (Herman & Chomsky, 2012: 75).

Chomsky kitaplarındaki pek çok yerde temas ettiği medyanın, güçlülerin veya imtiyaz sahiplerinin sesini söylemini yansıttığı gerçeğini şöyle ifade eder: Medya ve kitle iletişim araçları seçkinlerin menfaatlerini korumak vazifesini itiraz dahi etmeden kabullenir. Bunun için her fırsatı da değerlendirir. Bu çerçevede terörizmi kendilerine uygun bir şekilde kullanmaları skandallıktan uzaktır. Aksine kabullenilir ve alkışlanır. (Chomsky, 2000: 82).

4.2.3. Mülkiyet, Medya İçeriğini belirler

Medya mülkiyetinin propaganda modelinde bir süzgeç olarak kabul edilmesi, mülkiyetin medya içeriğini belirlemesiyle ilgilidir. Chomsky'nin belirttiği gibi mülkiyet, içeriği kapsamlı bir şekilde belirlemektedir. Sahiplerin hoş göreceği sınırlar aşılacak olursa, sahipler muhakkak içeriği sınırlama yoluna gideceklerdir. Sadece makul oranda bir esneklik vardır. Chomsky'ye göre yatırımcılar televizyon stüdyosuna gidip yerel söyleşi programı sunucusunun veya muhabirin istenen şeyi yapıp yapmadığını kontrol etmiyor. Çünkü yayındaki insanların sahiplerin ve yatırımcıların istediği şeyi yapacağını oldukça garantileyen daha başka, incelikli ve karmaşık mekanizmalar bulunmaktadır. Dahası, insanların eğer sahiplerin değerlerini içselleştirmişlerse, ancak yönetici, editör vs. olmak üzere sistem içinde yükselmelerini temin eden büyük ve uzun bir filtreleme süreci var (Chomsky, 2015a: 219-220).

Özetle, medya şirketleri son derece büyük firmalardır. Egemen güçlerin denetiminde olan yöneticiler ve zenginler tarafından denetlenir. Medya şirketlerinin menfaatleri birbirleriyle ilişkilidir. İktidarla, bankalarla ve başka şirketlerle ortak menfaatleri güder. Bu da medya şirketlerinin haber konusundaki seçeneklerini etkileyen birincil süzgeçtir. (Herman & Chomsky, 2012: 83-84).

4.2.4. Reklamcılığın Medyanın En Önemli Gelir Kaynağı Olması

Herman ve Chomsky, ilk süzgeçte olduğu gibi, ikinci süzgecin başında da Curran ve Seaton'un bir tespitine atıfta bulunurlar. Curran ve Seaton, reklamcılık sektörünün gelişmesiyle hükümetin vergilerle başaramadığı baskıyı piyasanın yapabilmesine imkân tanıyan bir etken olarak görür. Reklamcıların destekleri olmadığında gazetelerin yayın hayatına devam etmesi imkânsız hale geldi. Reklamcılığın bu denli öneme sahip olmadığında ortaya çıkan bir gazetenin fiyatı maliyeti karşılaması gerekirdi. Reklamcılıkla birlikte, reklam alan gazeteler maliyetin altına satış yapabilme durumuna eriştiler. Bu durum, reklam alamayan gazeteler için büyük bir sorun oluşturdu. Fiyatlar yükseldi ve satışlar düştü. Bu, reklamcılık sistemiyle sadece satışlarından elde ettikleri gelirle ayakta kalabilmeye çalışan medya kuruluşlarının

ortadan kalkması ya da marjinal hale gelmeleri demektir. (Akt. Herman & Chomsky, 2012: 84).

Reklamlar, bugün gazetelerin, dahası medyanın temel ekonomik girdilerini oluşturur. Bundan dolayı reklamcı kuruluşlar destek vermediğinde medya ekonomisini sürdüremeyeceği için reklamcı kuruluşlar ruhsat verme yetkisine erişmişlerdir. Çünkü reklamcılık önem kazanmadan önce, bir gazetenin fiyatı yapılan işin masrafını karşılamak durumundaydı. Reklamcılıkla birlikte maliyetin çok daha altında satış mümkün hale geldi. Bu durum reklam alamayan gazetelere ciddi bir engel getirdi: Fiyatlar daha yüksek olacak, dolayısıyla satışları azalacak ve gazetenin satılma ihtimalini artıracak unsurlar için (makaleler, çekici sayfa düzeni, promosyon vs.) daha az bütçe ayıracaktı. Reklama dayalı medya kuruluşları zengin okur ve izleyicilere hizmet verse bile, "dar gelirli" okur ve izleyicilerden de büyük kısmını kolayca ele geçirir, böylece piyasadaki paylarını kaybeden rakipleri sonunda yok olur ya da iyice kenara itilirler (Herman & Chomsky, 1999: 49-57). Hatta reklamcıların medya üzerindeki etkisi bazen daha doğrudan olabilmektedir. Şirketlerin desteğini alamayacak projeler daha dalındayken kuruyacaktır. (Chomsky, 1993: 20).

4.2.5. Medyanın, hükümet ile iş çevrelerinden sağladığı bilgileri temel alması

Medya ve haber kaynakları karşılıklı menfaatlerine dayalı ve ekonomik mecburiyetlerden dolayı yolları kesişir. Medya habere ihtiyaç duyar. Sürekli bir haber akışının sağlanması için de verimli haber kaynaklarıyla ikili bir ilişki yaşar. Günlük haberlerin sağlanması için belirlenmiş zamanlara göre hareket etmek zorundadır. Hem ekonomik hem istihdam açısından değerlendirildiğinde medya olayların yaşanabileceği ihtimaline karşın bir haber elde etmek için her yere görevli bir muhabir kameraman gönderemez. Bu nedenle önemli gelişmelerin yaşanabileceği, kulis bilgilerin alınabileceği ve basın toplantıları yapılan yerlerde eleman bulundurur. Hükümet ve finans dünyası konumlarından dolayı tanınan kamuoyu tarafından inandırıcılığı yüksek olmaları gereken üstünlüklerde olmalıdır. Bu durumun medya açısından önemi büyüktür. Bu, beraberinde bürokratların aktardığı öykülerin gerçeğe uygun olduğunu teyit etmeden yansıtma problemini birlikte getirir. Bunun başka bir sebebi de, medya haberi nesnel bir şekilde iletme iddiasında bulunur. Tarafsızlık

ilkesine bağlı kalmak ve kendilerini açılabilecek hukuk davalarından korumak, bunun yanında kamuoyu tarafından güvenilirlik taraflarının zarar görmemesi için medya, doğruluğunun kolaylıkla ispat edilebileceği haber malzemelerine eğilim gösterir. Hükümet ve iş çevreleri de haber kaynağı olmalarından dolayı bu üstün pozisyonlarını korumak ve sağlamlaştırmak amacıyla, habercilerin ellerini kolaylaştırırlar. Gerekirse maddi destek sağlarlar. Medya da bu vesileyle harcamalarından tasarruf etmiş olurlar. Ekonomik destek veren şirket veya kuruluşlar, periyodik bir biçimde haber verdikleri için medyanın içerisinde kolaylıkla yer alabilirler. Medya kuruluşları ise haber kaynağını üzmemek için, yakınlaşan ilişkilerinin zarar görmemesi için, doğru olduğu şaibeli olan, doğruluğu teyit edilmemiş haberleri verme ve eleştiriden kaçınma gibi mecburiyetler hissedebilirler. (Herman & Chomsky, 1999: 59-67).

Medyanın hükümetle olan işbirliği, dış politikada gözle görünür biçimde ortaya çıkar. Örneğin 1986 yılında ABD'nin Libya'yı bombalaması olayı gibi. Televizyonun en çok izlendiği saatlerde sahneye konulmuş bir bombardıman hareketiydi. Gösterişli bir şekilde televizyon ekranlarına taşınan bu kurgusal olayın getirisi ise, sonraki operasyonlara meşruiyet kılıfı bulmaktı. (Chomsky, 2002: 241-242).

Herman ve O'Sullivan da "terörizm endüstrisi" ve bu endüstriye destek veren kitle iletişim araçlarını birlikte değerlendirmektedir. Onlara göre terörizm endüstrisi, "terörizm" denen konuda bilgi, çözümleme ve görüşler üretir, bunları işler ve dağıtılmak üzere paketler. Aynı zamanda, düşünce merkezleri ve araştırma enstitüleriyle, tehlike çözümlemesinin, kişi ve mülk güvenliği ile ilgilenen ve korumasının ticaretini yapan güvenlik şirketlerini ve ilgili bir öbek terör "uzmanı"ndan oluşan özel bir sektörü de kapsamaktadır. Terörizm endüstrisi, terörizm konusunda Batı'nın çizgisini üretmekte ve bu çizgiyi uygun biçemde destekleyen olguları seçmekte, kitle iletişim araçları da bunları halka yaymaktadır. Kitle iletişim araçları önemli herhangi bir işlemde bulunmadan, bu üretilmiş iletileri ve özünde bir oluk işlevi gördüklerinden bu aktarma sürecinde hiçbir pürüz çıkmaz (Herman & O'Sullivan, 1999: 74-75, 93-94).

4.2.6. Medyayı hizaya sokmak amacıyla kullanılan bir yöntem olan ‘medyaya yönelik tepki’ üretimi

“Tepki”, medya organlarında yayımlanan görüş ya da programa olumsuz karşılık vermektir. Tepki, merkezi ya da yerel olarak örgütlenebileceği gibi, tamamıyla bağımsız bireysel eylemler düzeyinde de kalabilir. Eğer tepki geniş çaplıysa ya da önemli parasal kaynaklara sahip birey veya gruplar tarafından üretilmişse, medyaya büyük rahatsızlık verebilir ya da pahalıya mal olabilir. Medya yöneticileri, kuruluş içinde ve dışında, kimi zaman yasama meclislerinde, hatta mahkemelerde tutumlarını savunmak durumunda kalırlar. Reklam verenler desteklerini çekebilirler. İktidarla sonuçları ağır olabilecek tarzda bir tepki üretme doğru orantılıdır. Tepki üretenler, birbirlerini besler ve iktidarın haberleri yönlendirmedeki faaliyetlerini güçlendirirler. İktidar, tepki üretme odağı olarak ilk sıradadır. Kurulmuş bir sistemin dışına çıkan medyayı saldırma, tehdit etme ve çeşitli düzeltme yöntemleriyle tekrar yola getirmeye çalışır. Haber-yönlendirme de zaten tepki üretmeye yönelik bir harekettir. (Herman & Chomsky, 1999: 75-82).

4.2.7. Ulusal bir din ve bir denetleme mekanizması olan ‘anti-komünizm’

Hükümetlerin girişimleri sadece ulusal sınırlarla çevrili değildir. Yurt dışına da çıkmak ve yenidünya düzenini sağlamak için emperyalist politikalar benimsemek gerekmektedir. Bu politikaların halkta bir infiale neden olmaması, onların rızasını sağlamak için de genellikle korkutma politikası izlenmektedir. Bir ülkeye, bölgeye, millete veya inanca yönelik yaptırımlar için, kendi halkını kışkırtmaya ihtiyaç duyar. Bunu da korkutma yoluyla yapmayı tercih eder. Chomsky’ye göre halk, aynen birinci dünya savaşında olduğu gibi genellikle pasiftir, kıyım ve işkence gibi yurtdışı maceralara girmek istemez, bu nedenle de kışkırtılmaları gerekir. Kışkırtmak için de korkutmak gerekir. (Chomsky, 2008: 14).

Anti-komünizm ideolojisi süzgeçlerin sonuncusudur. Komünizm, mülk sahipleri için üstünlüklerini tehdit ettiği için hep tedirginlik vericidir. Sovyetlerde, Çin’de ve Küba’da meydana gelen devrimler, Batılı seçkinleri tedirgin etmiş; komünizmin olduğu ülkelerdeki çatışma ve kargaşalar komünizm düşmanlığı şeklinde Batı’da

yerini almıştır. Komünizm ideolojisi, toplumu oluşturulmuş bir düşman karşısında hazır hale getirmeye yardımcı olmakla birlikte belirsizlik sebebiyle de, mülk sahiplerinin menfaatlerini tehdit eden ya da komünizm ile yönetilen ülkelerde ve köktencilikle uzlaşı içerisinde olmayı salık verenlere karşı da kullanılabilir. Anti-komünist denetim mekanizması, medya üzerinden ciddi bir etki sağlayabilir. (Herman & Chomsky, 1999: 82).

Anti-komünist ideoloji, esasında Batılı devlet adamlarına Soğuk Savaş sırasında büyük kolaylıklar sağlamıştır. Ekonomideki kötü gidişten dikkatleri başka yöne çekmek veya ileri teknolojilere para aktarmak gibi halkın hoşuna gitmeyen görüntüler zuhur ettiğinde hemen Rusların sürüler halinde üzerimize saldırmaya hazırlandığı hikâyeleri vizyona sokulmuş, toz dumandan göz gözü göremez hale gelince de halka hissettirilmeden sıkıntılar giderilmiştir. Batı'nın içyapısındaki bu manipülatif tutum, Batı dışındaki topraklara karşı uygulanacak askeri, siyasi, ekonomik müdahaleler için de sürdürülmüştür. Yunanistan'ın, Guatemala'nın, Laos'un, Nikaragua'nın veya Granada'nın ABD'nin varlığı için bir tehdit oluşturduğuna insanları inandırabilmek maharet ister. Bu problemin üstesinden, göze kestirilen hedefin bir Sovyet ajanı olduğu ileri sürülerek gelinmektedir. Dolayısıyla Nikaragua'ya saldırmak, Sovyetlere saldırmakmış gibi takdim edilmekte ve nefis müdafaası kılıfı işlerlik kazanmaktadır. (Chomsky, 1997: 9-10). Günümüz dünyasında Suriye iç savaşında benzer örneği DAEŞ üzeründen görebiliyoruz. DAEŞ terör örgütüne yönelik saldırılar altında Suriye'de istenilen bölgeye askeri güçlerin girerek kontrol sahaları oluşturmaları da bunu doğrular niteliktedir.

1980'lerde ABD yurttaşları radyolardan dinledikleri "Ruslar yaklaşıyor" sözlerini ninni gibi dinleyerek uyudular. Amerikan Hükümetleri, aynı tehdit algısını 80'lerden sonra da sürdürdüler. Bundan dolayı uluslararası terörist gruplar, uyuşturucu kaçakçılığı yapanlar, terörizmle bir tutulan Araplar ve Saddam Hüseyin gibi figürler ortaya atıldı. Ve bunlar birbiri ardına gelmek zorundaydı. Halk ürker, gözdağı yerse yerinden kıpırdayamayacak şekilde korkar. İşte o zaman ne olduklarına bakma zahmetine bile girmeden herhangi bir üçüncü dünya ülkesine karşı muhteşem zaferler kazanırsınız (Chomsky, 2008: 24).

Bu etkenler birbirine bağlıdır. Güçlü, iş ve hükümet birim ve kolektiflerinin bilgi akışı üzerinde baskı uygulama konusunda çok yönlü bir yeteneğe sahip olduğunu gösterir. Bu söz konusu 5 etkenin (mülkiyet, reklamcılık, haber kaynakları, tepki ve antikomünist ideoloji) haberlerin mutlaka içinden geçirildiği, "süzgeç" işlevi yerine getirir ve bu etkenlerin tek tek ve topluca medyanın seçimlerini belirlemede rol oynar (Herman & Chomsky, 1999: 123) Bu beş süzgeç, medya kapılarından geçebilen haber yelpazesini daraltır; nelerin sürekli haber kampanyalarıyla duyurulmaya değer olacak büyüklükte bir haber olduğu konusundaysa sınırlayıcı işlev görür. Tanımından dolayı, sistemin ilkin kaynakları tarafından edinilen haber, süzgeçlerden geçebilmesi için öne sürülen koşulları yerine getirmiş olur ve medyada bunlar direkt yer alır. Yerel ya da ülke dışından olsun, muhalif kesimin ve zayıf örgütlenememiş fert ve grup hareketlerinin haberleri, en başından avantajını yitirmiş durumdadır. Bu haberler, medya kapılarını tutanların ve haberleri süzgeçten geçirme sürecini etkileyen diğer güçlü kesimlerin çıkar ve ideolojilerine genellikle uymaz (Herman & Chomsky, 1999: 87). Propaganda kampanyaları, ancak bu süzgeçleri kontrol eden ve yöneten çevrelerin çıkarlarıyla uyumlu olduğunda açılabilir. (Herman & Chomsky, 1999: 124). Aynı şekilde, Amerika'nın Ortadoğu'daki müttefiklerinin başında İsrail gelmektedir. İsrail Lübnan'a saldırdığında, Amerikan medyası bu saldırıyı, "İsrail'in meşru müdafaa" hakkı olarak yansıtmıştır. Oysa İsrail bu noktada işgalci konumundadır. Yine Amerikan medyası, İsrail'i olağanüstü derecede kollarken, öbür yandan İsrail'in düşmanlarını, özellikle Filistin Kurtuluş Örgütü'nü, yalnızca terörist olarak anmakta ve bu çarpıtılmış imajı korumak için her yıl tarihsel mühendisliklere imza atmaktadır.

Chomsky, propaganda modeli hakkındaki gözlemlerini dört konu etrafından tartışır: İlkin propaganda modeli aslında, seçkinleri önemli ölçüde savunmaktadır. Batı'da seçkin demokrat düşünürler arasında medyanın ve genelde entelektüel sınıfın bir propaganda işlevi görmesi gerektiğini savunan önemli bir gelenek mevcuttur. Entelektüel sınıfın "halkın düşüncesi" denilen şeyi, denetim altına alarak toplumun genelini marjinalleştirmesi beklenir. İkincisi propaganda modeli, akla yatkın bir modeldir. Kurumsal yapılarına bakarsanız medya şirketlerinin de bir propaganda işlevi yerine getirmesini beklersiniz. Üçüncüsü, halk propaganda modelinin temel nitelikleriyle hemfikir olma eğilimindedir. Halkın büyük bölümüne göre, medya çok

uyumludur ve iktidara kölece boyun eğmektedir. Dördüncüsü, propaganda modeli, ampirik geçerliliğe sahip olma yönünde güçlü bir yerdedir (Chomsky, 2010: 37-40).

Propaganda modeline göre, medyanın olayları, egemen kurumların çıkarlarına hizmet edecek bir çerçevede sunmasını sağlamak için kuvvet kullanılmıyor. Daha ince mekanizmalar söz konusu. Sınırlı bir tartışma yelpazesi söz konusu ve bunun belirleyicileri propaganda modelinin süzgeçlerini oluşturuyor. Medyanın yaptığı iş, propaganda sisteminin, belirli konular hakkında ana fikirleri ifade eden yorumları ele alarak daha sonra bu minvalde yer alan tartışma ekseni oluşturmaktır. Böylece tartışma, bu varsayımları daha da güçlendirmeye yarar. Bu varsayımlar, insanların kafasına yerleştirilerek, mümkün olan görüşler yelpazesinin tamamının bundan ibaret olduğunun düşünülmesi sağlanır. Yani propaganda modeline göre medya, konuları seçme, ilgi alanlarını belirleme, meselelere belli bir çerçeve kazandırma, bilgileri süzme, analizleri belli alanlara odaklama, vurgulama ve tonlama biçimiyle ve buna benzer birçok teknik kullanılarak ayrıcalıklı grupların toplumsal amaçlarına hizmet eder (Chomsky, 2010: 34,36).

Görüldüğü gibi, propaganda modeli, ***medyanın etkisine*** ilişkin bir model değil; medyanın ***davranış ve işleyişine ilişkin*** bir modeldir. Bunu Herman ve Chomsky şöyle açıklar:

> *"Biz burada (propaganda modelinde) medyanın halk üzerindeki etkilerinden değil, medyanın yapısından ve performansından söz ediyoruz. Kuşkusuz küçük ölçekli bir muhalefet eşliğinde medyanın resmi gündeme gösterdiği bağlılığın kamuoyunu arzu edilen yönde etkilemesi olasıdır, ama bu, bir derece sorunudur ve halkın çıkarları seçkinlerinkinden keskin biçimde ayrıldığı ve halk kendi bağımsız haber kaynaklarına sahip olduğu ölçüde, resmi çizgiden yaygın olarak kuşku duyulabilir. Bununla birlikte, burada vurgulamak istediğimiz nokta, propaganda modelinin, medyanın yaptıklarını şekillendiren güçleri tarif ettiğidir; bu, medyadan yayılan her propagandanın her zaman etkili olduğunu ima etmez"* (Herman & Chomsky, 2012: 16)

Kullandığımız propaganda modelinde, medya üretilmiş haberi işlerken, hükümetin ve egemen güçlerin menfaatlerine hizmet etme noktasında sistemli ve epeyce politik bir ayrımcılık uygulayacağını öngörür (Herman & Chomsky, 1999: 97). Öyle ki propaganda modeli medyanın kullandığı kelimelerin sıklığında bile, güç ve iktidar ilişkilerinin varlığını ortaya çıkarır. Örneğin 1990'larda medyanın "soykırım"

kelimesini hangi durumlarda kullandığına bakılabilir. *Los Angeles Times, New York Times, Washington Post, Newsweek ve Time* gazete ve dergilerinde 90'lı yıllarda yapılan bir taramada, ABD'nin düşman olduğu devletlerdeki mağduriyetleri anlatırken "soykırım" kelimesini tercih ederken, ABD'nin müttefiki veya uydu devleti konumunda bulunan devletlerce yapılan aynı derecede mağduriyette bu kelime sıklıkla kullanılmamıştır. Böylelikle medya, tarafgir bir tutum sergilemiştir. Hatta medyanın "soykırım" sözcüğünü kullanmasına bakarak, ABD'nin dost veya düşmanları anlaşılabilir. Medyada, devamlı surette değerli kurbanların uğradığı saldırılar yer alırken değersiz kurbanların durumu ya önemsiz bir hale getirilir ya da tam olarak görmezden gelinir (Herman & Chomsky, 2012: 24-28).

Medyayı gerçeği araştıran, huysuz, inatçı, her an ve her yerde hazır ve nazır, otoriteden bağımsız bir varlık olarak kabul eden standart görüşün aksine Herman ve Chomsky, medyanın gerçekten de belli bir "toplumsal amaca" hizmet ettiği görüşünü temel alan bir propaganda modeli oluştururlar. Ne var ki, sözü edilen bu "toplumsal amaç" halkın, siyasal sorumluluklarını bilinçli olarak yerine getirebilmesi için gerekli bilgileri medya yoluyla elde ederek siyasal süreç üzerinde anlamlı bir denetime sahip olmasına olanak tanıyan bir amaç değildir. Tam tersi propaganda modeline göre, medyanın güttüğü toplumsal amaç, halka ve devlete hâkim olan seçkinlerin mesajlarını, düşünce ve fikirlerini topluma verebilmek ve savunucusu olabilmektir.

Chomsky'nin üzerinde sıklıkla durduğu, medya amacına ulaşmak için 'konuları seçme', 'ilgilenilecek olayları saptama', 'hangi sınırlar içinde işleneceğini belirleme', 'bilgileri çeşitli süzgeçlerden geçirme', 'vurgu ve üsluba karar verme' ve 'tartışmaları kabul edilebilir ilkeler çerçevesinde tutma' yöntemleri kullanır. (Herman & Chomsky, 1999: 100). Topluma gösterilen dünya ile gerçekler arasında hiçbir alaka yoktur. Gerçekler gösterişli binaların altına gömülmüştür. (Chomsky, 2008: 18). Chomsky'nin üzerinde durduğu ve örnekler verdiği medyanın amaca ulaşması için kullandığı yöntemler, yeni medya ve sosyal ağlar için de geçerlidir. Yeni medya ve teknolojinin hız kazandığı bu çağda yeni iletişim modellerinden olan sosyal ağlar için dahi geçerli olan bu yöntemler kullanıcıların egemen güçlerin arzuları doğrultusunda hareket kabiliyeti kazandıklarını doğrular niteliktedir.

5. BÖLÜM: PROPAGANDA MODELİNE İLİŞKİN ÖRNEKLER

Kurulduğundan beri toplumun düşünce yapısını denetleme ve yönlendirmeye çalışmış olan halkla ilişkiler sektörünün, amaca sadık olarak devam etmesi Chomsky'ye göre kesinlikle modern tarihin ana temalarından birini oluşturmaktadır (Chomsky, 2014: 41).

Herman ve O'Sullivan Batı medyası ve Batı terörünü bir kültür "endüstri" olarak tanımlamanın doğru olacağını söylemektedirler. Onlara göre Batı, istek ve arzuları doğrultusunda terör kavramını kullanarak, terörizm örnekleri geliştirerek kendi ihtiyaçları ve emelleri doğrultusunda kullanmak zorundadır. Buna bağlı olarak Batı'nın uzun zamandan beri, böyle bir göreve iyi hizmet eden kitle iletişim araçları vardır. Batı'nın terörizmi kışkırtmaları konusunda son dönemlerde gösterdiği yegâne özellik, istenen mesajları dile getirmeyi işi bilmiş düşünce kuruluşları ve merkezlerin bünyesinde uzmanlar ortaya çıkarmasıydı. Bilgilendirmeye ve bakış açısına yönelik bir çıktının üretimi ve satışı gelişip belirli kişi ve kuruluşlar öbeği içerisinde yer aldığına göre, yapılan iktisadi anlamda bir "kültür endüstrisidir" (Herman & O'Sullivan, 1999: 50).

Doktrinin merkezinde ABD bulunmaktadır. Chomsky'ye göre ABD savunduğu demokrasi ve özgürlükleri koruma konusunda kendisini bekçi olarak görüp dünya toplumlarının da buna inanmasını istemektedir. Olayların gerçekliği göz ardı edilmektedir. Gerçekliğe, yaşanmış olaylara ve tarihi bilgiye gerek yoktur. Bütün bunların bir önemi yoktur. Doktriner sistem ve onun ilkeleri asıl olan gerçektir. Tartışma konusu olamaz, şüpheye gerek yoktur. Chomsky'ye göre doktriner gerçeklerin bağlayıcılığı medyada sürekli yer bulmasıyla istenen amaca ulaşılmış devlet doktrini kutsi bir hale bürünmüştür. Bu doktrinleri sürekli tekrarlayanlar da sonunda inanmış bir şekilde sorgulamadan uzaklaşmışlardır. Tartışmanın ortadan kaldırılmasıyla bireyler servis edilen bilgileri inançları gibi kabullenmiş ve fikir dünyaları bunun üzerine şekillenmiştir. Seçkinlerin onayıyla zaten işbirliği içerisinde olan devlete enformasyon sistemi teslim edilmiştir. Farklı düşünceye yaşam şansı verilmemiştir. Bir hata ile aykırı bir düşünce yeşerdiğinde ispat edilmeye mecbur bırakılmış, hâlbuki doktriner gerçekleri benimseyenler için buna benzer zorunluluklar

yoktur. Oluşturulan sistemle özgür fikirler sınırlandırılmış ve gelişmesi kontrollü hale gelmiştir. Zararlılığı belirlenmiş fikirler toplumu zehirlemekten uzaktır. (Chomsky, 2000: 134).

Egemen doktrinin etkisi fazlasıyla güçlüdür. Çünkü egemen doktrin, diğerlerinin suçlarının üzerine fokuslanmamız, bu insanlar için üzülmemiz gerektiği üzerinde durur. Kendi hatalarımızı da kabul etmememiz ya da yok saymamız gerekmektedir. Doğrusu, kendimizden mütevellit hata ve suçları görmeyecek tarzda yapılanma gerekmektedir. Söylemleri çok güçlü hale getirmeliyiz ki, sorumluluğumuza yönelik sorunlar konuşulmasın. (Chomsky, 2002a: 70, 144). İyi bir propaganda düzeninin nasıl çalıştığını görmek istiyorsanız, insanların verdikleri tepkilere bakabilirsiniz. Amerika Irak'a, Kuveyt'e saldırıp bunu da yasadışı işgal ve insan hakları ihlallerini gerekçe göstererek yaptığını söylüyor ve insanlar da buna rıza gösteriyorsa, aynı şey Amerika'ya yapılsa durumun ne olacağını akıllarına getirmiyorlarsa, bu gerçekten olağanüstü bir propaganda başarısıdır (Chomsky, 2008: 30). Televizyon ekranları ve gazete sayfalarının ilkine dikkatle bakıldığında gerçek görülebilir. (Chomsky, 2000: 28).

Amerikan hükümetleri, iç ve dış politikadaki gelişmelerde etkin bir propaganda yürütmektedir. Bunu, Chomsky'nin eserlerinde aktardığı medya değerlendirmelerinde görmek mümkündür.

Amerika'daki halkla ilişkiler endüstrisi, propaganda üreten etkili araçların başında gelmektedir. Bu endüstrinin temel hedefi *"halkın aklını denetlemek"*tir ve henüz 1930'lu yıllardan itibaren bu endüstrinin hedeflerine ulaştığını gösteren pek çok örnek mevcuttur. 1930'larda birinci dünya savaşı sırasında yaşananlara benzer sorunlar yaşanmaya başladı, esaslı bir işçi örgütlenmesi ve çok büyük bir ekonomik bunalım söz konusuydu. İnsanlar örgütlenmemeliydiler. Çünkü böyle olursa *"seyirci"* olmanın ötesinde bir konuma gelebilirlerdi. 1935 yılında işçiler yaptıkları eylemlerle, aktif katılımla yasal bir zafer kazandılar. Ancak bu işverenler tarafından hiç de iyi karşılanmadı ve propagandaya duyulan ihtiyaç ortaya çıktı. 1937 yılına gelindiğinde işçilerin direnişini kıran ve epey işe yarayan bir yöntem denendi. Bu yöntem, şiddeti de gerektirmiyordu. Çünkü propagandanın daha etkili ve zarif yolları vardı. Parlak fikir, halkı, eylemcilerin, yani grev yapan işçilerin topluma ve ortak çıkarlara zarar

veren bozguncular olduğuna inandırmanın yollarını bularak onların aleyhine döndürmektir. Propagandanın mesajı şuydu: 'Hepimiz uyum içinde Amerika'ya yürekten bağlılığımızla yaşamak ve çalışmak istiyoruz. O halde şu dışarıda gördükleriniz, başa bela, uyumu bozan ve Amerika'ya ihanet eden kötü grevcilerden başkası değildir. Ancak onları durdurabilirsek hep birlikte yaşamaya devam edebiliriz.' Bu mesajın kabul edilmesi, halk tarafından benimsenmesi için çok çaba harcandı. Tüm medya kuruluşları ve diğer kitlesel araçlar, iş dünyasının elindeydi. Başarılı bir propagandanın önemli noktası işte budur. İnsanların itiraz etmeyeceği ve herkesin feda olmayı isteyeceği bir slogan bulursunuz ve kimse anlamını sorgulamaz. Bununla birlikte dikkatinizi anlamı olan sorudan başka bir yöne çekmesidir (Chomsky, 2008: 8-11).

5.1. Orta Doğu

Orta Doğu aslında Chomsky'nin üzerinde sıklıkla durduğu bir bölgedir. ABD'nin Orta Doğu'daki planlarını gerçekleştirmesindeki sebep, geri planda yer alan endişeleriyle ilgilidir. Bu endişeler II. Dünya Savaşı'ndan sonra, ABD'nin dünyadaki enerji kaynaklarını kontrolü altında tutma isteğidir. Coğrafyayı yerel polislerle kontrolü altında tutmak ABD'nin uzun zamandır stratejisidir. (Chomsky, 2002: 39-40).

Körfez Savaşı sırasında, Şubat ayında, bombardıman seferberliğinin tam ortasında, Lübnan hükümeti İsrail'den, Lübnan topraklarından hemen ve koşulsuz olarak çekilmesini taahhüt eden BM Güvenlik Konseyi'nin aldığı karara uymasını talep etti. Bu karar Mart 1978'den kalmaydı. O zamandan bu yana İsrail'in Lübnan topraklarından çekilmesini şart koşan art arda iki karar daha çıktı. Tabii ki bu, onu bağlamıyor, çünkü ABD, İsrail'in yaptığı işgale destek veriyor. Bu sırada da Lübnan yıpratılıyor. İçinde dehşet verici şeylerin olup bittiği büyük işkence odaları var orada. Güney Lübnan, ülkenin diğer bölümlerine saldırı için bir üs olarak kullanılıyor. Lübnan 1978'den beri işgal altındaydı; Beyrut bombalandı; yaklaşık yirmi bin insan öldürüldü; hastaneler yıkıldı; daha çok terör, yağma ve hırsızlık boy gösterdi. Bütün bunları Amerika destekliyor. İsrail işgali ve bunun arkasındaki Amerikan desteğinin propaganda modeli açısından örnekliği ise medyanın tavrından kaynaklanıyor. Yaşananların hiçbirini medya aktarmadı. İsrail ve Amerika'nın BM Güvenlik

Konseyi'nin kararıyla veya diğer kararlarla ilgili medyada bir şey duyulmadı. İsrail'in yaptığı yasadışı bir işgaldir ve ağır insan hakları ihlaline neden olmuştur. Ancak medya, "değersiz düşmanlara" karşı yükselttiği savaş çığlıklarında olduğu gibi Tel Aviv'in de bombalanmasını talep etmedi (Chomsky, 2008: 29).

İsrail'in ve işbirlikçisi Güney Lübnan Ordusu (SLA)'nın, 31 Aralık 1985'te Güney Lübnan'daki Şii-Müslüman köy olan Kunin'i bombalayıp 2 bin masum insanın köylerini terk etmeye zorlamışlardı. Masum insanların evlerini yakıp yıkarak, insanları kendi köylerinden başka yerlere sürmüşlerdi. Bu haber, Beyrut gazetesi *En-Nahr*'ın haberidir. Polis şahitliğinde ve şahitlerden alınan bilgilerle haber örülmüştür. Ancak Joel Greenberg bir kaynak göstermeden, masa başında kurgulayarak, "SLA'nın iki askerinin köyde öldürülmesinden sonra Şii Kunin köyündekiler SLA'nın öç almasından korkarak kaçmışlardır." Şeklinde haberi servis etmiştir. Bu örnek oldukça anlamlı ve bazı gerçekleri gözler önüne seren bir örnektir. Orta Doğu'ya ilişkin haberler İsrail'in resmi görüşlerinden geçtikten sonra kamuoyuna servis edilir. Haberci, ya da muhabirler haber yapmak istediklerinde terörle özdeşleştirilmiş masum yerel insanların sözde terör faaliyetleri anlatılır, İsrail ile ilgili bir haber yapılacaksa son derece titiz incelemeler ve araştırmalardan geçirilerek propagandaya zarar verilmeyecek tarzda yaptırılır. (Chomsky, 2004: 70-71).

Saddam, 1988'de Halepçe'de gaz kullandığında, ABD özgürlük söylemlerinde bulunmamış silahlı müdahale çağrılarında bulunmamıştı. Saddam'a destek dahi verilmişti. Saddam'ın gaz kullandığına dair bulgular olduğu halde ört bas edildi. Bunlar ana akım medya tarafından eleştirilmeden direkt resmi söylemlerin verilmesiyle servis edildi. (Chomsky, 2002: 26-27, 146).

1986 tarihinde ABD'nin Libya'ya bombalı saldırıda bulunması akıllıca kurgulanmış bir medya gösterisi olarak tarihe geçti. Prime Time'a göre hesaplanmış bir gösteriydi. Tarihte bir ilkti. Canlı yayınla bombalama gösterisi sunuluyordu. Haber masaları canlı bağlanıyor muhabirler sunumlarla görkemli bombalamayı halka yansıtıyordu. Beyaz Saray'dan açıklamalar geliyordu. Bundan sonra gelecek adım ise ülkenin savunulması için terörle mücadele edilmesi gerektiğiydi. Bu, askeri harcamalar, yurtdışı operasyonların halka izahını kolayca yaptırıyordu. Medya her türlü organizasyonu

planlıyor kamuoyu oluşturuyor resmi propagandaya alet oluyordu. Daha sonra ABD'nin haksız olduğu ortaya çıktı ancak göz ardı edildi. (Chomsky, 2002b: 242).

1990'larda Saddam Hüseyin, George Bush'un en iyi arkadaşı ve ticari ortağıydı. Bu sırada, Irak'ta demokratik bir muhalefet bulunmaktadır ve Saddam'ın yıkılmasını, Irak'ta parlamenter bir demokrasi kurulmasını talep etmektedirler. Bu talebi iletmek üzere bizzat Washington'a gelmişlerdir. Lakin Saddam Hüseyin ile Amerika arasındaki ilişkiler nedeniyle şiddetle reddedildiler. ABD bunlarla ilgilenmiyor ve kamusal alandan da herhangi bir ses çıkmıyordu. Saddam Hüseyin, onların erkek kardeşlerini öldürmüş, kız kardeşlerine işkence yapmış ve kendilerini ülke dışına sürmüştü. 1990 Ağustos'undan 1991 Martının sonuna kadar, Irak demokratik muhalefeti hakkında tek kelime bulunmaz. Propagandanın olağanüstü başarısı budur. Iraklı demokratların sesini tamamen dışarıda bırakır ve bunu kimse de fark etmez. Öyle ki, iyice beyni yıkanmış bu halk, Iraklı demokrat muhaliflerin sesini duymadığını fark edip de kendine "Neden" diye sorup şu aşikâr cevabı bulamıyor: Çünkü Iraklı demokratların kendilerine ait düşünceleri var; uluslararası barış hareketiyle aynı fikirleri paylaşıyorlar ve bu nedenle de dışarıda bırakılmışlar (Chomsky, 2008: 31-32).

El Aksa İntifadası, 29 Eylül 2000'de başladı. Bir gün önce İsrail eski Başbakanı Ariel Şaron askerle beraber El Aksa'ya girdi. İntifada Cuma günü, Cuma namazından sonra başlamıştı. Bunun üzerine İsrail ordusu, Cuma çıkışında intifadaya katılan ve taş atan Filistinlilere ateş açarak yarım düzine insanın ölmesine ve yüzden fazla insanın yaralanmasına yol açtı. Bununla da bitmedi. Birkaç gün sonra İsrail pilotları tarafından kullanılan ABD helikopterleri, Gazze'de masum sivilleri öldürdü. Sonraki gün ise Gazze'de yine masum siviller öldürüldü. Çok sayıda insan yaralandı. Aynı hafta içerisinde İsrail askerleri ABD askeri helikopterleriyle evlere saldırı düzenledi. Haberlerde ise İsrail ile ABD'nin askeri alanlardaki anlaşmaları yer alıyordu. Bütün bu gelişmeler basında nasıl yer buldu? Bütün bunlar özgür basında belirtilmeden geçilen hususlardı. Bugüne kadar betimlediğim gelişmeler hakkında sadece Kuzey Carolina'da çıkan bir gazetedeki köşe yazısından başka hiçbir yerde yer bulmadı. Yaşananlar ve İsrail'in masum sivillere yönelik saldırıları herkesçe biliniyordu. Tüm haber servisleri saldırılara ilişkin bilgileri takip ediyordu. Ancak tek bir haber dahi servis edilmiyordu. Egemen güçler ve büyük şirketler bilinmesini istemiyordu. Dünya

kamuoyu olayın detaylarına inmeye başlarsa farklı pencereler açılmış olacaktı. Haber servisleri ABD'nin taraflara itidal çağrılarına yer veriyordu. Oysaki saldırılar ABD askeri helikopterleriyle İsrail askerleri tarafından masum sivillere yönelik yapıldığı halde. (Chomsky, 2002: 153-154).

5.2. Orta Amerika

Orta Amerika'da oligarşinin ve askeriyenin zalim diktatörlerini devirme amacına yönelik halk hareketleri, ABD tarafından desteklenen veya doğrudan doğruya organize edilen pek vahşiyane karşılıklar görmüştür. Oysa Orta Amerika'da teröre, fakirliğe son verileceğini uman halk arasında bir dinamik oluşmuştu. Köylüler el birliği ile içlerinde bulundukları durumu değiştirmek için gayret gösteriyorlardı. Kilise de bu gayrete destek oluyordu. Ancak ABD ve onun ortakları bu gelişmelerden rahatsız oldu, verdikleri karşılık pek kanlı ve acımasız oldu (Chomsky, 1997: 36).

1985 yılının Mayıs ayında ABD ambargo uygulanacağını deklare ettiğinde Nikaragua'nın dış ticaretinde Sovyetlerin payı 5'te 1 seviyesindeydi. Bu oran ABD ile eşit düzeydeydi. Avrupa ve Üçüncü Dünya Ülkelerinin payıysa daha fazlaydı. İşte bu durum, ABD açısından hoş görülecek, normal karşılanacak bir durum olarak görülmedi ve mesele hemen halledilmeliydi. İşte anti-komünizm burada devreye girdi. "Moskova tarafından desteklenen Nikaragua hükümeti" ifadeleri basında görünür oldu. ABD yönetimi kendi teröründen korunabilmesi için Sovyetler Birliği ile ortak olmaktan başka Nikaragua'ya başka yol bırakmadı. Özgürce yayın yapan basın tespitlerinde haklıydı. İşin aslındaki doğrular ise dikkatlerden kaçırılmıştı. ABD'nin Nikaragua içerisinde yürüttüğü savaşı, "Sovyetlerce desteklenen Sandinista rejimi ile ABD tarafından desteklenen asiler arasında cereyan eden bir mücadele" haliyle verildi. Bu halde ortadaki durum devletin propagandası haklı ve başarılıymış gibi lanse edildi. Gazete haberleri Nikaragua'nın Sovyetler Birliği işbirliğinde, onların planı dâhilinde Orta Amerika'yı işgalinden bahsedilecek kadar ileri götürülmüştü. (Chomsky, 2000: 36).

Ocak 1988 tarihinde, ABD'nin Orta Amerika barış antlaşmasını ihlal yolundaki çabalarını nihayetlendirdiği günlerde ABD, eli kanlı şeriklerini emniyet altına almıştır,

"*adalet, özgürlük ve demokrasi"* talebinde bulunan sesler kısılmıştır. (Chomsky, 1997: 88-89).

Chomsky'ye göre "Aydın Avrupa", zalimliği, işlenen cinayetleri hoşgörüyle karşılamaktaydı. Cinayete değil, kendisine zarar verilmesine karşıdır. Kamuoyundan tepki alması, bir papazın ölümünden rahatsız oluyormuş havasına girmesine sebep olmaktadır. İşçi liderlerinin, köylülerin, talebelerin ve daha katli ses getirmeyecek nicelerinin başına gelenleri ise memnuniyetle karşılamaktadır" (Chomsky, 1997: 37). Bu değerlendirme Chomsky'nin "değerli" ve "değersiz" kurban ayrımına da işaret etmekte, medyada ve kamuda konuya verilen tepki konusunda izler taşımaktadır.

Chomsky'ye göre ABD'ye yakın ülkelere sahnelenen terörist operasyonlar, kitle iletişim araçlarıyla farklı şekillerde devamlı surette halka empoze edilmekteydi. Propaganda bu iddiaları gerekli kılar. Bu nedenle de tartışma gerektirmez. Bu halde gerçekliği ispat edilmiş nedenlere ihtiyaç kalmaz. (Chomsky, 2000: 63).

Chomsky'nin üzerinde durduğu Orta Amerika'daki diğer yer de, El Salvador'dur. 1970'lerde El Salvador'da "halk örgütleri" denen oluşumlar büyümekteydi. Köylü dernekleri, kooperatifler, sendikalar, kilise temelli İncil okuma gruplarından imece gruplarına dönüşen topluluklar bunlardan bazılarıydı. Bu durum, Amerika açısından demokrasi tehlikesini artırıyordu. 1980 Şubat'ında El Salvador Başpiskoposu Oscar Romero, ABD Başkanı Carter'a gönderdiği mektupta, ülkeyi yöneten cuntaya askeri yardım göndermemesi için yalvarıyordu. Böyle bir yardımın, "en temel insani haklarına saygı duyulması" için çırpınan "halk örgütlerine karşı haksızlık ve baskıyı daha da şiddetlendirmek" amacıyla kullanılacağını söylüyordu. Bütün bunlar Washington'da bilinmiyor değildi elbette. Birkaç hafta sonra, Romero bir ayin esnasında, bir neo-Nazi tarafından suikastla öldürüldü. Romero'nun suikastçılarına para ve eğitim veren ülkeden, ABD'de bu olanların neredeyse hiç sözü edilmedi. "Güvenilir Gazete" olarak tanımlanan *The New Yok Times*, suikast gerçekleştiğinde veya sonraki yıllarda olay hakkında hiç başyazı yayınlamadı. Aynı şekilde, Romero cinayetinin 10. yılında düzenlenen anma etkinliğinde ABD'den hiç yetkili yoktu ve *The New York Times* bu anma töreni için de bir başyazı ya da haber bülteni hazırlamadı. Söz konusu suikasttan iki hafta önce, 7 Mart 1980'de El Salvador'da sıkıyönetim ilan edilmişti ve sürekli devam eden ABD desteği ve müdahalesiyle halka

karşı savaş tam gücüyle başladı. Büyük katliamlar yaşandı. Askerî harekâtlarla en az 600 insan katledildi. Bebekler palalarla kesilerek parçalandı, kadınlarsa işkence gördü ve boğuldu. Sonraki günlerde nehirde beden parçaları bulundu. Bunlar kilise mensuplarının gözlemleri olduğu için bilgiler anında yayıldı. Lakin ana akım ABD medyası, olayı haber yapma değeri görmedi. ABD'nin El Salvador'a yaklaşımı başarılı da oldu. Aynen Romero'nun tahmin ettiği gibi halk örgütleri büyük oranda katledildi. On binlerce insan kanlı bir şekilde öldürüldü ve bir milyondan fazlası mülteci oldu. Bu, ABD tarihinin en kirli dönemlerinden biridir ve başka pek çok dönem de onunla yarışır (Chomsky, 2015a: 43-49). Aynı durum Guatemala ve Honduras için de geçerlidir (Chomsky, 2000: 18).

5.3. Propaganda Modeline Yönelik Eleştiriler

Propaganda modeli, medya araştırmalarında önemli bir model olmuştur. Ekonomi-politik bağlamda yer bulan modele ilişkin, dışlama da içeren çok sayıda görüş bulunmaktadır.

Örneğin ekonomi-politiklerden Herbert Schiller'in *Zihin Yönlendirenler* kitabı propaganda modeliyle örtüşmektedir. Schiller'e göre medyadaki yöneticiler bazı mesajların üretilmesi, kurgulanmış haberlerin servisi, bu haberlerin işlenmesi ve bu şekilde davranışlarımızın, tutum ve hatta inançlarımızın belirlenmesini şiar edinmişlerdir. Medya danışmanları, *zihin menajerlerine dönüşürler.* Gerçeğin yanlış ve hatalı olarak verilmesine ve bunların gerçek olarak kabul edilmesine sebep olan argümanlar, zihin menajerlerince bilinçli bir şekilde üretilmiştir. Bunlar manipüle edici mesajlar olup örneklerine çokça rastlanır. Haberin nasıl servis edildiğine, zihinlerin nasıl yönlendirileceğine yani medyaya hâkim olmak, parayla mümkün hale gelir. Sahip olduğunuz medyanın, arzularınız ve hedeflerinizin yönünde çalışması zorunludur. Medya kendisine sahip olan büyük şirketlere bağlı olarak çalışır. Manipüle için tüm aygıtlar hazırdır. (Schiller, 2005).

Olumsuz eleştirilere gelince, Golding ve Murdocka göre propaganda modeli, kitle iletişiminin "güçlülerin ilişki koşullarını düzenleme yeteneğine sahip olması, halkın ne göreceğine, duyacağına ve ne hakkında düşüneceğine karar vermesi" tezleri kısmen de olsa doğru kabul edilir. Devlet ve şirket sahipleri, habere ayrıcalıklı bir şekilde

ulaşmak imkânına sahiptir. Reklamcı kuruluşlar da kontrolü elinde tutabilir. Golding ve Murdock'a göre, propaganda modelinde Chomsky ve Herman, sistemde var olan çelişik yapıyı yok sayarlar. Medya sahipleri, reklamcı kuruluşlar ve siyasetçiler her arzularını yerine getiremezler. (Akt. Erdoğan & Alemdar, 2005: 296).

Herman ve Chomsky, propaganda modeli konusunda, açıklayıcı ya da medyanın rıza üretiminde her şeye muktedir ve etkin bir model olduğunu savunmazlar. Bu nedenle, 1980'lerde oluşturdukları modele yönelik eleştirilere cevap verirler (Herman & Chomsky, 1999: 126-139). Herman, eleştirilere yönelik cevabına şu cümleyle başlar ve ardından eleştirileri ve eleştirilere ilişkin cevabı aktarır. "Eleştirilerin çoğunda, zorlukla zapt edilmiş bir öfke göze çarpıyordu; bu eleştirilerde propaganda modeli genellikle birkaç yüzeysel (komplo teorisi, kolaycı yaklaşım vb.) klişeyle reddediliyor, modeli asgari ölçülerde tanıtma veya eldeki kanıtlarla sınama zahmetine bile katlanılmıyordu" (Herman & Chomsky, 1999: 127). Eleştirileri belli başlıklar altında toplayan Herman ve Chomsky, eleştirilere cevaben şunları belirtirler:

5.3.1. Komplo Teorisi

Standart eleştirmenler, propaganda modeli ortaya konulduğundan itibaren (1988), komplo teorisi söyleminden vazgeçmediler. Bunun iki nedeni vardı: Birincisi, radikal bir eleştiriyi, gerçeğe aykırı olarak komplo teorisiyle suçlamanın kendilerine hiçbir zarar vermeyeceğini biliyorlardı. İkincisi yüzeysel bir yaklaşımla, medya binlerce "bağımsız" gazeteci ve şirket demek olduğuna göre bunların devlete hizmet eden bir "parti çizgisi"ni izlediğine ilişkin bir bulgunun mutlaka bir komplo varsayımına dayanması gerektiğini düşünüyorlardı. Oysa ***propaganda modeli, medyanın işleyiş ve davranış tarzını yapısal etkenlerle*** açıklar; niyet ise ölçülmesi mümkün olmayan bir şeydir. Bütün bildiğimiz, medyanın ve gazetecilerin insanları elbirliğiyle aldattığıdır.

5.3.2. Medya Profesyonelliğinin Ve Nesnelliğini Göz Ardı Edilmesi

İletişim profesörü Daniel Hallin, "medyanın nasıl işlediğini anlamak için merkezi önem taşıdığını" iddia ettiği profesyonel gazeteciliğin gelişmesini dikkate almadığımızı öne sürdü. Ne var ki, profesyonellik ve nesnellik kuralları, daha derinde bulunan iktidar ve denetim ilişkilerinin bulanık, esnek ve yüzeysel belirimleridir.

Gazetecilikte profesyonellik, gazetecilik işinin rekabet gücünü yitirmeye ve reklama daha bağımlı hale gelmeye başladığı yıllarda doğdu.

5.3.3. Sürekli muhalefet ve direnişi açıklayamama

Daniel Hallin ve Walter La Feber, Reagan'ın Orta Amerika politikasına karşı sürekli muhalefetin modelle her nasılsa bağdaşmayan bir olgu olduğunu belirttiler. Bu eleştirmenler, propaganda modelinin medyanın etki derecesiyle değil işleyişiyle ilgili bir model olduğunu kavrayamadılar.

5.3.4. Aşırı mekanik ve işlevselci olmasıyla, mekân, muhalefet ve etkileşim olgularını göz ardı etmesi

Bazı araştırmacılar propaganda modelini determinist bir çaba olarak yorumladılar. Ancak bu eleştiri bazı noktaları gözden kaçırıyor. Her modelde determinist öğeler vardır. Demek ki eleştirmenler sistemin mantıksal tutarlılıktan yoksun olduğunu, yanlış önermelere dayalı olduğunu ya da belirleyici değişkenlerin öngörme gücünün zayıf olduğunu kanıtlamadıkça bu eleştiri hiçbir anlam taşımayacaktır (Herman & Chomsky, 1999: 126-133). Bununla birlikte Herman ve Chomsky, modele ilişkin eleştiriler karşısında şu değerlendirmeyi yapmaktan da geri durmamışlardır:

> *"Propaganda modeli, medyanın işleyiş ve davranışına ilişkin bir modeldir. Sözü edilen işleyiş ve davranışın kesin olmayan ve değişken etkiler meydana getirebileceğini daha açık belirtmemiz gerekmekteydi. Medyanın içindeki ve dışındaki muhalif güçleri ve bu güçlerin hangi koşullarda etkili olabileceğini daha ayrıntılı bir biçimde açıklayabilirdik."* (Herman & Chomsky, 1999: 139).

Ekonomi, iletişim sanayinde ortaya çıkan değişiklik, propaganda modelinin uygulanabilirliğini artırmaktadır. Birinci ve ikinci süzgeç –mülkiyet ve reklamcılık– daha da önemli hale gelmiş oluyor. Kamusal yayıncılığın gerilemesi, büyük şirketlerin dünyada hemen her yere ulaşabilmesiyle medya şirketlerinin birleşerek merkezileşme durumu sürecin evrilmesinde rol oynadı. Reklamcı kuruluşlara verilen hizmette rekabet hızlandı. Haber sağlayıcıların dünyada kurulan şirketlere, büyük holdinglere

dâhil olması sürecin ileri götürülmesine yol açtı. İktidarı eleştirecek ve sorgulayacak gazetecilik fonları düşürüldü. Gazetecilerin profesyonellikleri ve özgürlükleri kısıtlanmış oldu. Sonraki iki süzgeçte –haber kaynakları ve tepki– seçkin olanların etkili olmasındaki düzenek güçlendi. Gazetecilik için belirlenen iktisadi kaynaklardaki azalma, haber kaynaklarının medyadaki gücünü artırdı. Bu da Halkla İlişkiler endüstrisi tarafından sağlanıyor. Geldiğimiz noktada halkla ilişkiler temsilcileri sayısı muhabirlerin ya da gazetecilerin sayısının binlerce kat fazlasına ulaştı. Beşinci süzgecin –antikomünist ideoloji– Sovyetler Birliği ile dünya sosyalizminin çökmesiyle ya da zayıflamasıyla piyasanın ideoloji gücünün çok daha fazla olmasıyla telafisi mümkün hale gelmiştir. Şimdiyse piyasaya iman en azından seçkinler arasında adeta bir din durumuna gelmiştir; öyle ki, kanıtlar ne olursa olsun, piyasaların hayırlı olduğu kabul edilmekte, piyasa dışı düzenekler ise şüpheli sayılmaktadır. Özetle söylemek gerekirse, propaganda modelinin standart medyayı inceleyip anlamak için hala çok yararlı bir çerçeve gibi göründüğünü, hatta bugün belki de 1988 yılında olduğundan daha çok işe yaradığı söylenebilir. (Herman & Chomsky, 1999: 133). Chomsky, propaganda modelinin güncelliğini koruduğunu belirtmektedir (Chomsky, 1993: 23).

Chomsky'nin modelinin güncelliğini korumasının yanı sıra günümüz iletişim dünyasına adım atan yeni medya, dijital medya ve sosyal ağlar, bu modele uygun olarak egemen güçler tarafından zihin yönlendirilmesi, haberin kaynağından kopartılması, toplumsal yönlendirme ve etki alanının genişletilmesi konusunda aynı amaca hizmet etmektedir. Konvansiyonel medyanın toplumlara ulaşan yapısının eskidiği dönemde farklı kültür ve toplumların bireylerine ulaşmada oldukça başarılı olan yeni medya ve sosyal ağlar fertler üzerinden o toplumun kültür yapısını da değerlendirerek toplumsal eylemlere ulaşacak şekilde bir güce kavuşmuştur.

Chomsky'nin özgürlük alanları olarak gördüğü ancak gerçekte toplumların değil bireylerin özgürlüklerinin ellerinden alındığı doğru ve sağlıklı habere ulaşmadaki özgürlüğünün kısıtlandığı hatta paylaşımlarındaki özgürlüklerinin farkında olmadan egemen güçlerin arzuları doğrultusunda seyretmesi ana akım medyanın sonrasında yeni medyanın da egemen güçler ve büyük şirketlerin arzu ve istekleri doğrultusunda bir mecrada yerini almış bulunmaktadır.

Medyayı anlamanın toplumsal yapı içerisinde bulunan yapısının incelenmesi gerekliliğinden geçtiğini vurgulayan Chomsky'ye göre, medyanın siyaset ve çeşitli güçlerle olan ilişki düzeyleri incelenmelidir. Bunun için medyanın yapısı bizlere ipuçları verir. Sonrasında bu durumun ne kadar destekleyici olduğuna bakmak gerekir. (Yaylagül, 2008: 151) ve buna göre bir modelin geçerliliği, yapılan eleştirilerin de doğruluğunu belirler. Chomsky, propaganda modeli çerçevesinde çok sayıda vakayı araştırdıklarını ve bütün araştırma sonuçlarının modelle örtüştüğünü belirtmektedir. Hatta Chomsky'ye göre propaganda modeli, sosyal bilimlerin en iyi biçimde doğrulanmış tezlerinden biridir (Chomsky, 1993: 24).

Jeffery Klaehn, Chomsky ve Herman'ın *Manufacturing Consent* çalışmasında ifade ettiği propaganda modeli için niçin yok sayıldığı ve akademi dünyasında kabul görmediği konusunda, akademinin de tıpkı medya gibi seçkinlerin ve güç yapısının menfaatleri doğrultusunda çalışmasıyla açıklar. Entelektüel ve akademisyenleri iktidarın hizmetçileri gibi görür. (Klaehn'den aktaran Çam, 2008: 150).

Bu noktada internet akla gelebilir. Çünkü Herman ve Chomsky, modellerini kurduklarında internet dünya gündeminde yoktu. İki bilim insanı, internet ve yeni iletişim teknolojileriyle propaganda modelini şöyle ilişkilendirir: Bazı insanlar, internet ve yeni medyanın, egemen güçlerin gazetecilik ve haber üzerindeki denetim ve baskıyı kırdığını ve özgürlükçü ve demokratik habercilik ve medya döneminin açıldığını söylüyor. İnternetin birey ve grup ağlarının verimliğini ve kapsamını artırdığı doğrudur ve önemsenmelidir. Bu, insanların ana akım medyanın pek çok ve değişik durumda getirdiği sınırlamalardan kurtulmasını sağladı. İnsanlar yaygın protesto hareketlerinde internet iletişiminden yararlandılar… Yeni teknolojiler temelde, şirket ihtiyaçlarını karşılamak için hizmete sokulur. Son yıllarda gelişen teknolojiler, medya şirketlerinin çalıştırdıkları personel sayısını azaltmalarını, ama daha fazla çıktı elde etmelerini sağlamıştır. Yine bu teknolojiler, medya kuruluşlarının sayısını azaltan küresel dağıtım sistemlerini olanaklı kılmıştır. İnteraktif kapasitelerin gelişmesiyle kolaylaşan kullanıcı kitlesinin "etkileşimi", esas olarak kullanıcıların, alışveriş yapmasına hizmet eder. Aynı zamanda, medya şirketlerinin kullanıcı kitlesi hakkında ayrıntılı bilgi toplamasına da imkân verir. Böylece medya şirketleri, programları ve reklamları bireysel karakteristiklere uyarlamak ve programlar

esnasında bir tıklamayla satış yapmak üzere ince ayar yapma imkânını elde ederler. Mahremiyet azalırken, ticarileşme arttırılacaktır. Kısacası, son on – on beş yılda siyaset ve iletişimde meydana gelen değişimler, bütün faktörleri hesaba kattığımızda, propaganda modelinin uygulanabilirliğini arttırma eğilimi gösterir. Şirketlerin gücünün ve dünyanın dört bir yanına erişebilme kapasitelerinin artması, birleşmeler ve medyanın daha fazla tekelleşmesi, kamusal yayıncılığın çöküşü, hem ABD'de hem de başka ülkelerde bilanço sonuçlarına odaklanma yönelimini daha etkili hale getirdi. Reklamlar için rekabet daha fazla yoğunlaştı, editörlük ve reklamcılık departmanları arasındaki sınırlar daha çok silikleşti (Herman & Chomsky, 2012: 19-21).

Yeni medya ve iletişim teknolojilerinin ticari hayatı kolaylaştırması ve istihdam giderlerinin azaltılması açısından değerlendirilmesi bir gerçeğin göz ardı edilmesine yol açtı. Yeni medya ve sosyal ağların sadece ticari hayatı kolaylaştırması, reklam ve kolay satışın önünü açmasından ziyade bireylerin zihnine ve düşünce yapısına etki ederek bir amaç etrafında bireylerden topluma ulaşarak egemen güçlerin ve güç merkezlerinin, bunun yanında son zamanlarda siyasi erklerin amaçlarına hizmet eden bir güç olduğu aşikârdır.

6. BÖLÜM: YENİ MEDYADA PROPAGANDA MODELİNİN ANALİZİ

Chomsky'nin medya söylemi değişen ve gelişen dünyada yeni medya ile bir özgürlük çıkış yolu olarak değil bilakis Chomsky'nin konvansiyonel medya için geliştirdiği söylem doğrultusunda çağın gerçeklerine uygun ve çok daha detaycı bir yaklaşımla toplumları da aşarak fertlere kadar indirgenmiş planlı bir yapı ortaya koyduğu görülmektedir.

Bu noktada çalışmanın konusunu, Chomsky'nin medya teorisini yeni medya ortamlarında nasıl bir uygulama alanı bulduğunu tespit etmek ve Chomsky'nin ortaya koyduğu medya yöntemlerini günümüz medya dünyasına uyarlayarak test etmek oluşturmaktadır. Bu amaçla Chomsky'ye göre medyanın kendi amacına ulaşmak için uyguladığı yöntemler tek tek ele alınarak bunların yeni medya ortamlarında nasıl karşılıklarının olduğu ve yeni medya yapılarının amaçlarına ulaşmak için kullandığı yöntemler soruşturulacaktır.

Chomsky, medyanın amacına ulaşması için uyguladığı yöntemleri altı madde halinde değerlendirir. Bunlar, 'Konuları seçme', 'İlgilenilecek olayları saptama', 'Olayların hangi sınırlar içerisinde işleneceğini belirleme', 'Bilgileri çeşitli süzgeçlerden geçirme', 'Vurgu ve üsluba karar verme', 'Tartışmaları kabul edilebilir ilkeler çerçevesinde tutma' başlıklarından oluşmaktadır.

Chomsky'nin propaganda modeli çerçevesinde medyayı incelerken, medyanın amacına ulaşması için kullandığı bu yöntemleri başlıklar halinde inceleyeceğimiz bu bölümde, her bir başlığı yeni medya ile kıyaslayıp dünyada yaşanmış örnekler üzerinden günümüz şartlarına uygun değerlendirmesini de yapmış olacağız.

6.1. Konuları Seçme

Chomsky'ye göre, medya amacına ulaşmak için temelde altı yöntem kullanır. Bu yöntemlerden birincisi, konuları seçmektir. Konuları seçme yöntemi yeni medya ortamlarında da geçerlidir. Yeni medyada bulunan uygulamalar, sponsorlu haberler ve kişiye özel haber beslemeleri ile kişisel düzeyde kullanıcıların ilgilerini belirleyecek konular belirlenmektedir.

Yeni medyada kişinin paylaşımları ve/veya takip ettiği sayfalar analiz edilerek verilmek istenen mesaj, oluşturulmak istenen algı ve kişinin dikkatinin çekilmesi istenilen olaylara ilişkin haberler istemsiz ve kişinin iradesi dışında kendisine servis edilmektedir.

Mesela, İranlı bir müzik grubunu takip eden bir kişinin sayfasında İran'da yaşanan eylemlere ilişkin haberler servis edilebiliyor. Orta Doğu kültürüyle ilgili araştırma yapan bir kişi arama sitelerini kullandığında önüne Orta Doğu'da yaşanan terör faaliyetleri ile ilgili haberler yanlı ve taraflı bir şekilde serilmektedir.

Konvansiyonel medyada yapılan haberler, yeni medyada kişiye özel haberler, seçilmiş ve belirlenmiş konular etrafında şekillenmiş olarak kullanıcının önüne konulmaktadır.

Chomsky'nin propaganda modeli çerçevesinde medyayı konuşurken günümüz dünyasında kendisine kullanım alanı bulan yeni medya kitlesel propaganda modelinden daha ziyade bireysel propaganda modelini izlemektedir. Bireysel propaganda modeliyle, birbirlerini tanımayan belli bir oluşum içerisinde birlikte yer almayan kitleleri ortak payda altında toplayarak suni bir amaç etrafında toplayıp bireyden kitleye ulaşmada başarılı olduğu görülmektedir.

Yeni medyanın güvenilirlik testinden geçmesi, ana akım medyanın çoktan yitirdiği tarafsızlık ilkesine yeni medyanın daha yakın görünmesi ve baş döndürücü hızda sağlanan enformasyon yeni medyayı çekici kılmaktadır. Milyonlarca insanın takip ettiği fenomen hesaplar etrafında birleşen ve bu hesaplar tarafından yayılan bilginin milyonlara ulaşması aynı amaca hizmet eden bir grup görünümü vermektedir. Bireyden kitleye ulaşan müthiş bir algoritma ile karşı karşıya kalındığı da görülmektedir. İnsanların yaygın olarak kullandığı sosyal medya hesaplarıyla bireyden kitleye ulaşmak biraz daha kurumsallaşma eğilimi taşımaktadır.

Yeni medyanın kullanımından önce fikren kendini yetiştirmiş ve bir amaç etrafında toplanmış eylemci insanların yerini, yeni medyadaki paylaşımlarından ve söylemlerinden anlaşılacağı üzere popülist akımlara açık, felsefeden uzak fikri örgütlenmeden uzak bir neslin alması egemen güçlerin elini kolaylaştırmıştır. Yeni medyanın ve sosyal ağların etkileşimine açık özgürlük savunucusu ama yönetilmeye müsait olan yeni nesli organize ederek sosyal medya marifetiyle sokaklara dökmek,

egemen güçlerin amacına uygun olarak Arap Baharı gibi bir sürecin yaşanmasına neden olmaktadır.

Egemen güçlerin bireylere ulaşmada kullandığı yeni medya, her bir bireyin ilgi alanları dahi analiz edilerek nokta atışıyla haberlerin ulaştırılması, bilgilerin sunulması ve o amaca hizmet eden sosyal medya gruplarından kişinin haberdar edilmesi bireyden kitleye ulaşmada argüman olarak kullanılmaktadır. Yeni medya aracılığıyla bireylere ulaşan egemen güçler, paydaşlar üreterek bireylerin kitleleşmesi yolunda gayret göstererek buradan da amaçları doğrultusunda büyük bir kitleye ulaşmış olmaktadır.

İnternetin tek taraflı yapısından çift taraflı ve eş zamanlı yapıya geçmesinden sonra gelişen ve sosyal hayatın içine giren yeni medya, içeriğinde kullanıcıya verdiği mesajlar ve sponsor haberlerle gelişmekte olan ülkelerin dünya ile entegresini sağlarken bireylere sunduğu hizmet ve kolaylıklarla kabulünü ve güvenilirliğini sağlamıştır. Bireyin duyduğu güvenle kişisel bilgilerini de sakınmaksızın veri tabanına işlediği ortamlarda yeni medya ve sosyal ağların kurucusu şirketler bir sosyolojik analiz imkânına da kavuşmuş oldular. Buna örnek olarak Mart 2018'de Londra merkezli Cambridge Analytica adlı veri analiz firması, 50 milyon Facebook kullanıcısının bilgilerine ulaşarak İngiltere ve Amerika Birleşik Devletleri siyasi seçimlerinde seçimleri etkilemek maksadıyla kullandı. (bbc.com, 2018), (Yenisafak.com, 2018) Bu örnekte bize gösteriyor ki, egemen güçler, yeni medya ve sosyal ağların kurucusu şirketlerden kişilerin özel bilgilerini, oy verme tercihleri, alış veriş alışkanlıkları ve tüm verilerini rızaları dâhilinde ya da dışında elde ederek bir analiz imkânına kavuşmuş oluyorlar. Hatta sosyal ağlardan verileri alarak bunları intizamlı bir analiz raporu halinde siyasi güçlere ve egemen güçlere servis eden şirketlerin varlığı söz konusu. Bu sosyal analizler çerçevesinde ülkelerin sosyo-kültürel yapısı ve siyasi hareketliliğini de izleme şansını elde etmişlerdir. Bu sayede bireye direkt ulaşarak benzer düşünenlerden oluşturdukları grupları harekete taşıma tasarrufuna da erişmiş oldular. Bireyden kitleye ulaşmada bir paha biçilmez yapı olan yeni medya ve sosyal ağlar örgütlenmeyi daha kolay ve masrafsız bir şekilde sağlamış oldu.

Öte yandan, baskıcı rejimlerin katı medya yasağı yeni medya ve sosyal ağlar üzerinden delinerek dünya kamuoyuna canlı yayın imkânı vermektedir. Çeşitli bilgisayar

uzmanları tarafından teknik yollarla sosyal medyanın kullanımının sağlanması, baskıcı rejimlerin uyguladığı medya yasağı delinerek gösterilmesi, istenmeyen olayların canlı yayınla dünyaya izlettirilerek amaca ulaşmada daha kolay bir yöntem benimsenmiş olmaktadır. Yeni medya ve sosyal ağların gücünü fark eden ülkeler bu anlamda yeni istihdamlar sağlayarak kısıtlamaya, engellemeye veya yön vermeye çalışmıştır. Son dönemlerde dünyanın birçok ülkesinde örneklerine sık rastladığımız sosyal medya olaylarının ardından devletler bu anlamda yaptırım uygulamaya başlamıştır. Ancak bilgisayar ortamlarından sağlanan iletişimin engellenmesi yine hackerler tarafından bertaraf edilerek sosyal medya kullanıcılarına alan sağlanmış olmaktadır.

Sosyal medyanın ülkelerin siyasi yapılarını tehdit eden, değiştiren, revize eden ya da kamuoyu oluşturan yapısı, Arap Baharından etkilenen ülkeler bazında ele alınabilecekken bunun yanında Sırbistan, Gürcistan, Ukrayna, Lübnan gibi ülkelerde yaşanan olaylar üzerinden de değerlendirilebilir.

Yeni medya, ana akım medyadan çeşitli farklılıklar gösterse de bir anlamda egemen güçlerin kontrolünde seyreden ve oluşturulan bir sistemdir. İnternet ilk zamanlarda daha çok bilgi almaya yararken yeni medya ve sosyal medya ağlarıyla iletişime daha sonra da etkileşime sebep olmuş, buna imkân ve zemin hazırlamıştır. Hazırlanması ve servis edilmesi saatleri hatta bir günü alabilecek bir haber; video, ses dosyası veya fotoğraflarla sosyal medya aracılığıyla anında servis edilebilmekte ve bunu yapmak için de herhangi bir teknik bilgiye ihtiyaç duyulmaksızın bir akıllı telefonla sağlanabilmektedir. Sosyal medya ağları insanlara tanışma mesajlaşma imkânları vermesinin yanında asıl olarak gruplaşma, örgütlenme, bir amaç etrafında buluşabilme ve haberleşme imkânı sunmaktadır. İnsanların yeni medya marifetiyle tanışabilmeleri, arada uzak mesafeler de olsa farklı ülkelerden insanlarla mesajlaşabilmeleri, duygusal ilişkiler yaşamaları yeni medya ve sosyal ağların görünen kısmı olurken, insanların örgütlenebilmeleri ve birbirini tanımayan birbirinden habersiz insanların aynı amaç etrafında bir araya gelebilmeleri, meydanlarda toplanabilmeleri bir şeyi ortaya koymaktadır. Bu insanların yönlendirilebileceği gerçeğini ortaya koymaktadır. Egemen güçler sosyal ağlar ve yeni medya aracılığıyla bu insanların örgütlenmesinden ve bir araya gelebilmelerinden bir fayda sağlayabilmektedir. İnsanlar egemen güçleri protesto etmek için yeni medya ve sosyal ağları kullanarak bir araya gelse dahi aslında

bu gelişmiş sistem marifetiyle egemen güçlerin arzularına hizmet ediyor dahi olabilir. Yeni medya ve sosyal ağlar kişiye paylaşımlarında fikirlerini özgürce sunma imkânı verse de sağladığı fayda ve nihayetinde ulaşılan hedef egemen güçlerin arzusuyla örtüşmektedir. Ana akım medyaya olan güven bunalımı, yeni medyada ve sosyal ağlarda insanların direk paylaşımda bulunabilmeleri ve haber akışı sağlayabilmeleri, kendi içlerinden olan insanlardan oluşmalarından dolayı topluma güven verirken, bunun farkında olan egemen güçler, yeni medya ve sosyal ağlarda çalışan ciddi bir insan kaynağına da sahip olmaktadır. İnsanlar güvenilir ve özgür bir platform olarak gördükleri yeni medya ve sosyal ağlara dâhil olup etki alanına girerek aslında egemen güçlerin arzuları ve yönlendirmelerine hizmet etmektedir.

Toplumların ve ülkelerin sosyolojisi ve düşünsel yapıları incelenerek o toplumların olaylara vereceği refleksler ve eylemsel hareketleri kestirilerek, yeni medya üzerinden o toplumun fertleri arasında konuşulacak ve grup hareketine dönüştürülebilecek fikirler empoze edildiğinde bireyden kitleye ulaşmak daha kolay ve akıllıca olandır. Yeni medyanın ana akım medyanın yapısından farklı olarak ancak bireyden kitleye ulaşmada üstlendiği görevlerin yine egemen güçlere hizmet ettiği görülmektedir. Mısır örneğinde görüleceği üzere sosyal medya marifetiyle halkın sokağa dökülmesi ve yönetime karşı sosyal ağlardan iletişim sağlanarak meydanların doldurulması, görünürde özgürlük eylemi gibi yansıtılsa da sonuçlarına bakıldığında yeni medyanın bir darbenin gerçekleştirilmesindeki etkin rolü gözler önüne serilmektedir.

Çeşitli toplumlarda örneklerine sık rastladığımız yeni medya ve sosyal ağlar üzerinden sağlanan başarı, Chomsky'nin de belirttiği üzere, medyanın amacına ulaşması için temelde kullandığı altı yöntemden 'konuları seçme' ile sağlanmaktadır.

6.2. İlgilenilecek Olayları Saptama

Medyanın amaçlarına ulaşmak için uyguladığı yöntemlerden bir diğeri de insanlara üzerinde düşünecekleri ve ilgilenecekleri bazı olaylar vermektedir. İnsanların fikri alt yapıları, kültürleri, yaşam koşulları ve düşünceleri doğru ve gerçeğe götürmede işaret taşlarıdır. Ancak yeni medya burada devreye girerek insanlara ne düşünmesi gerektiğini öğütler. Belirli olaylar üzerinden insanların düşünmesini sağlamaya çalışır. İnsanlar yeni medyanın sağladığı haberleri, olayları ve tartışmaları bir anda kendi

gündemlerine ve makroda dünya gündemine sokarak yeni medyanın belirlediği olaylar üzerinden düşünmeye ve konuşmaya başlarlar. Kişinin kendisine salık verdiği düşünme gayreti, yeni medyanın yapay olaylar üzerinden ulaştırdığı fikir, düşünce ve haberlerin yer aldığı büyük küme içerisinde insanın zihninde oluşan küçük küme ile doğruyu arama gayretidir. Bu halde yeni medya insanlara direktiflerde bulunmadan düşüncelerine ve düşünme yapılarına zihinlerine bazı kodlar yükleyerek insanın bizatihi kendisinden kaynaklanmış gibi duran düşünsel hareketlerle bir algı ve davranış dönüşümünü başarmaktadır.

Konvansiyonel medya ya da ana akım dediğimiz medya, insanlara bazı haberleri servis ederken egemen güçlerin amaçları doğrultusunda haberin doğruluğuna zarar verecek şekilde bir algı oluşturma gayreti taşır. Bu konuda önceleri başarılı sayılabilecek medya anlayışı eski kalmış ve toplulukları harekete geçirmede tartışılır bir güven duygusu tesis etmiştir. Yeni medya ve sosyal ağlar kişinin bizzat kendisi tarafından kullanımına verildiği ve bu platformda özgürce fikirlerin konuşulabileceği imajı verildiğinden, kişi güven duygusunu tazelemiştir. Neticede platformda kendi fikirlerini paylaşıma açıp aynı fikirde olan insanlarla herhangi bir birlikteliği olmadığı halde hedefe yürüyebileceğine inanmıştır. Yeni medya ve sosyal ağlarda farkında olmadan kendisine dayatılan haberler, paylaşımlar, reklamlar, sponsor haberler, verdiği tepkilerle doğru orantılı görünen farklı paylaşımlar servis edildiğinde kişinin zihni buna tepkisiz kalamayarak irdelemeye başlayacak sonrasında da kişi bunları konuşur hale gelecektir.

Kişinin konuştuğu ve bu yönde paylaşımlar sergilediği olaylar aslında egemen güçlerin sosyal ağlar üzerinden servis ettiği, bir algoritmayla düzenlediği ve kişinin bigâne kalamayacağı tarzda ilgisi ve alakası yönünde devam eden haberler olarak artık kişinin dünyasına girmiş olacaktır. Sonrasında dünyasına girdiği kişinin gündemini meşgul ederek ve bir enformatik saldırı politikasıyla kişiyi gerçeği aramaktan uzaklaştırarak, üzerinde düşünmeye fırsat vermeyecek şekilde sürekli pompalanan olaylar neticesinde kişi, tepkiselliğini ve eylem hareketini de egemen güçlerin planları ve amaçları doğrultusunda gerçekleştirecektir.

Mesela, Suriye'de kimyasal silahların kullanımı konusunda tüm dünyanın dikkatlerini kimyasal silah kullanımına çekerek konvansiyonel silahların kullanımı ve ticaretinin,

bu silahlarla insanları öldürmenin meşruiyetini sağlama, yeni medyanın insanların gündemini işgal ederek dikkatlerini tamamen kimyasal silahlara çekerek siyasi ve ekonomik nedenlerle içerisinde olduğu ve bunun bir gereğiymiş gibi insanların öldürülmesini dünya kamuoyunda meşru hale taşımaktadır.

6.3. Olayların Hangi Sınırlar İçerisinde İşleneceğini Belirleme

Sosyal ağlarda özgürlük alanları son derece geniş gibi görünse de aslında yeni medya ve sosyal ağların sağlayıcıları, işletmeler veya şirketler bağlı oldukları devlete karşı bir duruş ortaya koymaktan imtina ederler. Devlet bilgi akışını kontrol etmek ister. Devletin algı yönetimi konusunda izlediği politikalar, çeşitli kuruluşlar tarafından oluşturulmuş projelerle bir yol haritasına dönüştürülmektedir. Toplumun fert fert zihin dünyasında yer alınması istenilen bilgi, uzmanlar tarafından kurdukları medya merkezlerinde işlenerek servis edilmektedir. Bu halde toplum, olayları hangi sınırlar içerisinde değerlendirecek, olaylara bakış açısı ne yönden olacak, tepkisel hareketlerin sınırı ve seyri nasıl olacak gibi konular belirlenmiş olmaktadır.

Yeni medya, bilgiye hızlı ulaşmada önemli bir rol üstlenmişken Orta Doğu ve Kuzey Afrika'da ortaya çıkan isyan hareketlerinde bir diğer önemli faktörü de ortaya çıktı. Örgütlenme. Önceleri bir merkezden idare edilen örgütsel yapılar artık bir merkeze ihtiyaç duymaksızın sosyal ağlardan örgütlenmeye başladılar. Bunun önemli bir kazancı da şuydu; önceleri merkezden yapılan örgütsel çalışmalarda insanlar birbirlerini tanır veya referans yoluyla sayılarını artırırlar ve toplantılarla yapı oluşturulurdu. Oysa yeni medyada referansa, tanışmaya veya merkeze gitmeye gerek olmadan açılan bir sosyal medya hesabıyla, bir blogla, bir internet sitesiyle bu örgütlenme sağlanmış oluyordu. Daha evvel karşılaşmaya, tanışmayan insanların sosyal hesaplar üzerinden iletişim sağlayarak bir etkileşim içerisinde son derece hızlı bir iletişim ağıyla anlık tepkiler verebilecek güce eriştiler.

Sayfa admini adeta örgüt lideri gibi haber paylaşımlarında bulunarak dikkatleri istenilen yere çekip, gruplara hareket kabiliyeti kazandırarak bir panik havasında meydanlara toplayabildiler.

Meydanlara toplanan insanların konsolide edilmesi gerekir. Bir amaç için bir araya gelinmiş olmalıdır. Burada devreye egemen güçlerin planları girer. Sosyal ağlardan

örgütlenmiş ve toplanmış insanlara neden toplandıklarına ilişkin bazı bilgilerin de verilmesi gerekir. Burada sahte haberler servis edilerek insanların dikkatleri ve enerjileri bir yöne çevrilmiş olur. İnsanlar tepkilerini ve enerjilerini aldıkları haberler doğrultusunda sarf ederek geniş ve güvenilirliğinin test edilmesi pek mümkün olmayan sosyal ağlardan gelen haberlere itibar ederek tepkiselliğini sürdürür. Aşırı enformasyon yoğunluğu, insanlara doğruyu yanlıştan ayırt edebilecek fırsatı ve zamanı vermemektedir. Sosyal ağlarda konuşulan konuların belirlenmesi, olayların saptanarak ne yöne evrileceğine karar verme gibi konularda çalışılan planlar bir bir devreye sokularak egemen güçler temelde zıt fikirlerde de olsa meydanları dolduran insanları konsolide etmeyi başarmaktadırlar.

6.4. Bilgileri Çeşitli Süzgeçlerden Geçirme

Topluma verilmek istenen bilgiler ham halde, direkt olarak değil, belli bazı süzgeçlerden geçirilerek hatta ilgi alanları dahi göz önünde bulundurularak hazırlanmış zeminlerde sunulmaktadır. Konvansiyonel medyada haberin hazırlanış şekline benzer süzgeçlerin kullanıldığı sosyal ağlarda kitlesel değil bireysel alanda süzgeçler kullanılarak egemen güçlerin arzusu yönünde sonuçlar alınmaktadır. Kişi özgürlük söylemleri içerisinde yaptığı paylaşımlar veya önüne servis edilmiş haberlere verdiği tepkileri paylaşırken makroda bir amaca, hazırlanmış olan kurgunun içerisinde hizmet etmektedir. Ana akım medyada haberler kaynağından alınarak haber ilkeleri çerçevesinde işlenerek servis edilir. Ana akım medyada yer alacak haber işlenirken belli bazı değişimlere uğrayabilir. Dikkatler bir yöne çekilebilir. Verilmek istenen mesaj ön plana çıkarılabilirken bazı kısımlar cılız ve dikkat çekmeyecek halde verilebilir. Bu şekliyle hizmet ettiği amaca uygun haberler üretilmiş ve servis edilmiş olur. Yeni medya ve sosyal ağlardan kullanıcısına sunulan haberlerde de kısmen benzer formatlar uygulanabilir. Haber bazen profesyonel bir ekiple üretilirken ve servis edilirken bilinçli olarak amatörleştirilebilir. Amatörleştirilmiş haberlerin güven verme duygusu daha güçlüdür. Kullanıcılar ham habere ulaştığını sanırken aslında haber ya da bilgi profesyonelce çeşitli süzgeçlerden geçirilmiş ve kullanıcısına sunulmuş olabilmektedir. Bilgi kullanıcısının sosyo-kültürel yapısına göre hatta fikri düşünce yapısına göre işlenerek, çeşitli süzgeçlerden geçirilerek servis edilerek hizmet ettiği yapı, ana akımdan pek de farklı sayılmaz.

6.5. Vurgu Ve Üsluba Karar Verme

Bilgi, haber ya da paylaşımlar servis edilirken sosyal ağlarda, bunun nasıl verileceği mutfakta belirlenirken haberin ya da bilginin vurgusu ve topluma, kişiye, ülkeye göre de bir üslup içerisinde sunulmaktadır. Size anlatılan olayda iyi ve kötülerin belirlenmesi ve sizin de o yönde bir tavır ortaya koymanız gerçekten hayli uzak ve yanıltıcı olabilir. Masum olarak gösterilen ya da terör olarak gösterilen tam aksi durumda olabilir. Bunun yanında resmin bir bölümü servis edilerek büyük resimden uzaklaştırmak, bir kurgu içerisinde konumlandırılmış nesne ya da kişiler başarılı bir vurgu ve üslup ile size servis edildiğinde bu kurgunun menfaatine paydaş olarak istenilen tepkiler verilebilir. Bir haberi kullanıcıya ulaştırırken istediğiniz yönde tepki vermesini istiyorsanız vurgu ve üsluba dikkat etmeniz gerekmektedir. Haberde öne çıkardığınız kısım ve haberin içine dikkat çekmeyecek şekilde gizlediğiniz kısımlar insanların o habere karşı tepkisini yönlendirmenizde fayda sağlayabilir. Haberde istediğiniz yönde bir tepkiye kavuştuğunuzda ikinci bir haber servis ederek sadece o kısmı işleyip daha yüksek bir sesle vurgu ve üslup dâhilinde kullanıcı istenilen yöne sevk edilebilir. Ana akım medyadan farklı olarak yeni medya ve sosyal ağlar bu anlamda daha şanslı denilebilir. Kaynak göstermek zorunda olmadığınız ve hatta haberi işlerken tarafsızlık ilkesine bağlı kalma zaruretiniz olmayacağı için yeterince vurgulu bir halde üslubu amaca hizmet ettiği halde bir bilgiyi paylaşabilirsiniz.

6.6. Tartışmaları Kabul Edilebilir İlkeler Çerçevesinde Tutma

Topluma ya da bireylere verilen bilgiler sizi bir eleştiriye, tartışmaya götürebilir. Tartışmak ve fikir ortaya koymak sosyal ağların özgürlük alanı olarak görülse de aslında size neyi tartıştırdıkları ve tartışmanın nereye varacağı önceden kestirilmiş bir şekilde seyredebilir. Tartışma sürdükçe aslında sizin doğru bildiğiniz ve belki de gerçekten doğru olan; vurgu ve üslupla, bilgilerin süzgeçten geçirilmesiyle, belirlenmiş kodlarla size verildiğinde aksini savunur doğrularınızdan vazgeçmiş olur ve empoze edilmiş bilgiyi savunur hale gelmiş olursunuz. Ana akım medyaya ve yeni medyaya hâkim olan kontrolü elinde tutan egemen güçler, bir bilgiyi paylaşırken ya da paylaşılmasını sağlarken o toplumun sosyo-kültürel yapısı içerisinde bunu sunmak zorundadır. Egemen güçler söylem hâkimiyetine ve toplumu söylem ve davranışlarıyla

dönüştürmeye çalışırken aynı zamanda o toplumun yapısına uygun ve o toplumun kabul edebilirlik seviyesini de dikkate almak zorundadır. Aksi halde toplum olumsuz tepki vererek tamamen reddedebilir. Egemen güçlerin kabul edilebilir ilkeleri her zaman göz önünde tutmalıdır. Fayda sağlamak için bunu yapmak zorunda olan egemen güçler kabul edilebilir eşiğini sürekli geriye taşıyarak da amacına doğru ulaşma gayreti taşır.

Batı'nın dile ve üsluba hâkimiyeti konuların tartışılabilirliğinin sınırlarını da belirler. Örneğin bir ülkede yapılan ya da yapılacak seçimlerin, demokrasi adına ya da seçim güvenliği adına nasıl olması gerektiğini, seçim için gözlemcilerin bulunması gerektiğini ifade ederek üst bir yerde kendini konumlandırır. Bu halde bunun tartışılabilirliği uluslararası kamuoyuna da açılır. Demokrasi bekçisi olarak kendini konumlandıran Batı, bu şekilde denetleme ve müdahale şansını kendinde bulur.

Buna ek olarak insan hakları, kadın hakları veya hayvan hakları konularında da ileri demokrasi söylemleri etrafında konuların tartışılması gerektiğini ifade ederek tartışmanın sınırı ve seyrini de belirler. Görünürde insan hakları, kadın hakları, çocuk istismarı, hayvan hakları gibi her dilde ve dinde yeri olan bu varlıktan dolayı gelen tabii haklar, Batı'nın tartışma platformlarında yaptırım uygulama şekillerinin dahi gündeme gelmesiyle sonuçlanabilir. Bu varlığından mütevellit doğan haklara kimsenin itirazı olmayacağı halde kurgulanmış örnekler üzerinden Batı kendisinde bir söylem hakkı görebilir. Medya ve propaganda aracılığıyla dünya kamuoyuna servis edilen kurgulanmış haberler sosyal ağlardan paylaşılarak sivil tepkilerin oluşturulması bu amaçla grupların bir araya gelmesi ve protesto gösterilerine yol açan mecralara evrilebilir. Bu gösteriler yine tezimizde örneklerini verdiğimiz Arap Baharı ve Gezi Olayları örneklerinde olduğu gibi başlangıcı masum olan ama seyrinin sonunda tamamen devlete yönelik anarşik söylemlere bürünebilir.

Burada medya gücü ve propagandanın marifetiyle varlığın doğuştan gelen hakları dahi tartışma konularının belirlenmesinde bir ön ayak oluşturarak, söylem gücünü elinde bulunduran Batı tarafından yaptırım boyutuna ulaşabilir.

6.7. Vakalar Üzerinden Yöntemlerin Analizi

Bu halde yeni medya özgürlük alanlarını genişletmiş, bir paydaş ortamı sağlamış ve grup iletişim ağlarını güçlendirmiş olarak görünerek egemen güçlerin ve onların hizmet ettiği devletlerin yönlendirmesi içerisinde, büyük bir halkanın parçalarını oluşturmaktadır. Konuları seçme, ilgilenilecek olayları saptama, olayların hangi sınırlar içerisinde işleneceğini belirleme, bilgileri çeşitli süzgeçlerden geçirme, vurgu ve üsluba karar verme, tartışmaları kabul edilebilir ilkeler çerçevesinde tutma başlıkları altında incelediğimiz Chomsky'nin medyanın amacına ulaşması için uyguladığı yöntemler üzerinden Mısır örneğini, Suriye iç savaşında yaşananları ve Türkiye'de yaşanan Gezi Olaylarını ele alacak olursak; yeni medya ve sosyal ağların etkin rolünü ve gücünü daha iyi görmüş oluruz.

Tunus'ta bir gencin kendini yakmasıyla başlaya süreçte, sosyal ağların yardımıyla çevre ülkelere yayılması, özgürlüklerinin genişletilmesi için eylem yapan Suriyeli gençlerin birden kendilerini içinden çıkılmaz bir iç savaşın içinde bulmaları ve özgürlük türküleri söyleyerek Mübarek'e karşı Tahrir Meydanında toplanan gençlerin devrim türkülerine geçmesi ve sonrasında farklı fraksiyonların bu defa da devrimle gelen Cumhurbaşkanına karşı yine toplanmaları, Türkiye'de çevreci bazı kişilerin yeşil ağaçların kesilmesine karşı başlattıkları protestonun enteresan bir şekilde hükümeti devirmeye dönük eylemlere dönüşmesi ve bu yaşanan olayların da yeni medya ve sosyal ağlar üzerinden örgütlenmiş yapılar tarafından yürütülmesi bizlere önemli bir gerçeği göstermektedir. Yeni medya ve sosyal ağların toplumları etkilemesinin yanında bir güce dönüşerek hükümetleri yıkmaya kadar gidebileceğinin göstergeleri de olmaktadır.

Söylem gücünü elinde tutan egemen güçlerin iki adım sonrasını planladığı olaylara karışan insanların tepkisel güçlerini ve enerjilerini arzuları doğrultusunda yönlendirerek daha derin ve menfaatlerine uygun bir amaca dönüştürmeleri yine toplumların içinde kabul görmüş yeni medya ve sosyal ağları kullanılarak başarıya ulaşmaları gözler önüne serilmektedir.

Mısır'da meydana gelen 25 Ocak devrimi ve sonrasında gelen darbenin seyrinde yeni medyanın ve sosyal ağların rolünü daha net bir şekilde görmüş oluruz. (aa.com.tr, 2016)

Tunus'tan başlayarak bölge ülkelerine yayılan ve adına Arap Baharı denilen süreçte, halklar yönetime karşı bir başkaldırış sergilediler. Yeni medya marifetiyle çevre ülkelere hızla yayılan bu akımdan Mısır'da etkilendi. 25 Ocak'ta başlayan ve adına 25 Ocak Devrimi denilen 18 gün süren eylemlerin sonunda 11 Şubat'ta Mısır Devlet Başkanı Hüsnü Mübarek yönetimden çekildi. (www.aa.com.tr, 2016)

Mısır'da yaşanan olaylarla ilgili yeni medyanın etkisi incelenecekse iki ayrı konu üzerinden değerlendirilmesinde fayda vardır. Yeni medya, 25 Ocak'ta başlayan eylemleri körükleyerek Mübarek'in indirilmesi sonucuna ulaşırken, Mübarek'ten sonra sivil yönetim olan Muhammed Mursi'nin yönetimi devralmasının birinci yıldönümünde farklı fraksiyonlarla yine aynı yeni medya sahnedeydi. Elbette bütün olan bitenler ve hükümetlerin yıkılması sadece yeni medya ve sosyal ağların marifetiyle olmamıştır. Ülkenin iç ve dış dengeleri de etken sebeplerdir. Ancak ana akım medyanın kontrol altında tutulduğu ve haberleşme, iletişim, gruplar arası temasın sağlandığı olayların an an gidişatının takip edildiği ve kalabalıkların meydanlarda toplanmasını sağlayan yeni medya ve sosyal ağlar oldu.

Mursi'nin Cumhurbaşkanlığının birinci yıldönümünde çıkan olaylar ve gösterilerde çok sayıda kişi hayatını kaybetti. (www.bbc.com, 2013)

Mübarek'in indirilmesi için dolan meydanlar, bu defa Mursi'nin indirilmesi için dolmuştu. Meydanlara inen insanlar farklı fraksiyonlardan olsa da, doldurulan meydan öncekinde Tahrir sonrakinde Rabia meydanı olsa da aynı rolü üstlenen bir aktör vardı o da yeni medya ve sosyal ağlar.

Konvansiyonel medyanın kontrol altında tutulduğu Mısır'da yeni medyanın kullanımı Mısırlı gençlere özgürlük sunuyordu. Çeşitli platformlarda eleştirilerini dile getiren gençler Mübarek dönemindeki demir yumruktan kurtulmanın ve Mursi'nin sunduğu özgürlüklerle paylaşımlarda bulunuyorlardı. Aynı Mısır halkı bu defa yine meydanlardaydı. Mursi'nin gelmesi ile rahat bir nefes alan Mısır halkı bu defa da Mursi'nin indirilmesi için eylemelerde bulunuyordu. Fraksiyonu farklı kalabalıklar

dönüşümlü eylem yaparcasına egemen güçlerin isteklerine farkında olmadan uyum sağlamış oluyorlardı. Mursi'nin indirilmesi için toplanan kalabalıklara karşın Mursi'nin destekçileri ve ülkedeki özgürlükçülerde Mursi lehine, ona destek vermek amacıyla Rabia Meydanında toplanıyorlardı. Ancak bu defa işin sertlik ayarı kaçmıştı. Rabia meydanında toplanan ve üzerlerinden tankların yürütülmesiyle yüzlerce insanın ölmesiyle sonuçlanan halk hareketlerinde Mursi taraftarları kitlesel olarak katlediliyor ve kamuoyu tarafından terörist ilan ediliyorlardı. (www.aa.com.tr, 2017)

Tahrirde toplanan ve özgürlük isteyen halk bu defa Rabia meydanında katledilirken yeni medya ve sosyal ağlarda olaylar tırmandırılıyor ve düşmanlık pompalanıyordu. Ana akım medyanın taraf olduğu bir ortamda yeni medya her iki tarafa da olanaklar sunarak bir güç tarafından yönetildiği gözlerden kaçıyordu. Sosyal medyadan sürekli olaylara ilişkin fotoğraflar söylemler servis edilirken kullanılan algoritmalarla kullanıcıya tercih hakkı sunulmaksızın haberler servis ediliyordu. Yeni medyanın etkin güç olma faktörünü en iyi şekilde okuyabileceğimiz Mısır olaylarında halk sosyal medya marifetiyle organize oluyor örgütleniyor ve meydanlar bir anda dolup taşıyordu. Yeni medya ve sosyal ağlar üzerinden gruplar kolayca örgütlenebiliyor ve anlık tepkilerde bulunabiliyordu. İnternetin, yeni medya ve sosyal ağların özgürlüğü beslediği, demokrasiyi güçlendirdiği ifade edilirken aslında egemen güçlerin hizmetinde olan gizli bir silah gibi kullanılan ve statükonun emrinde bireylerden toplumsal mekanizmalara kadar ulaşan güçlü ve profesyonel bir sistem mi olduğu ortaya çıkıyordu. (Telli, 2012)

Egemen güçler tarafından konular seçiliyor, ilgilenilecek olaylar saptanıyor, bu olayların sınırları belirleniyor, bilgiler süzgeçlerden geçiriliyor, bir üslup dâhilinde halka pompalanıyor ve tartışma zeminleri etüt ediliyordu. Bu şekilde halk egemen güçlerin yönlendirmesiyle konuşuyor ve olaylara tepkilerini eylemsel olarak sergiliyorlardı.

Nihayetinde Mübarek'in indirilmesi ve arkasından gelen muhafazakâr, halkın istediği, özgürlükçü olan Cumhurbaşkanı Mursi'nin de indirilmesi ve sonrasında darbeyle yönetimi eline alan Sisi isimli komutanın ülkeyi yönetmeye başlamasıyla iş neticelendirildi. Sisi'nin iş başına gelmesinin ardından ABD ve bazı Batı ülkelerinden ülkenin kalkındırılması altında büyük paraların gelmesi ve egemen güçlerin çıkarları

doğrultusunda bir yönetim anlayışını benimseyen Mısır yönetimi de bizlere şunu gösteriyor; Mübarek'in indirilmesiyle Mursi'nin indirilmesinde aynı etkin rolü oynayan yeni medya ve sosyal ağlar bir plan dâhilinde büyük resmin parçalarını oluşturarak çeşitli etkenler dâhilinde kendine düşen rolü oynayarak egemen güçlere hizmet ediyor.

Yeni medyanın konvansiyonel medyadan iş tutma tarzının farklılıklarına örnek olarak son yılların dünya gündemi olan Suriye iç savaşını da gösterebiliriz.

Suriye iç savaşının başlangıcı ve ortaya çıkan DAEŞ terör örgütü yine Suriyelilerin içinden ortaya çıkmış bir örgütken sonrasında dünyanın çeşitli ülkelerinden getirilen katiller ordusuna dönüştürülmüş bir amaç için eylemlerde bulunan bir hal almıştır. Vahşilikte sınır tanımayan ve kısa sürede büyük toprak parçalarına sahip olan örgüte tüm dünya ülkeleri karşı çıkıp terör ilan etse de büyük toprak parçalarına sahip olmalarında bir engel teşkil etmediler.

Sosyal medyadan profesyonel prodüksiyonlarla kayıtlar yapıp dünya kamuoyuna katliam servisleri yapan DAEŞ, görevi tamamlandığında sözde mücadeleden çekilmiş ve kaybetmiş olarak egemen güçlerin zafer hanelerine yazılarak dünya kamuoyuna da terörle mücadelede başarı olarak gösterilip işin gerisinde bir PYD yapılanması ve petrol rezervlerinin sahiplenmesi olayını görebilmekteyiz. Sosyal ağlardan ve yeni medyadan haberlerin sürekli servis edildiği sponsor haberlerle DAEŞ bir terör olarak vahşiliklerini sergilerken yaratılmak istenen korku imparatorluğu neticesinde halk topraklarını terk ederek mülteci olmuş ve başka ülkelere göç etmiştir. Kalan ve direnenler ise vahşice katledilerek bunlar prodüksiyon işleriyle yeni medya aracılığıyla toplumun kılcal damarlarına kadar izlettirilmiş ve insanlarda panik havası oluşturulmuştur. Ana akım medyanın gazetecilik ilkeleri doğrultusunda servisini yapamayacağı haberlerin yeni medya ve sosyal medya aracılığıyla insanlara servis edilmesi yayılma hızını artırırken etik kurallar da çiğnenmiş oluyordu. Yeni medyanın etkin gücünün en çok hissedildiği Suriye iç savaşında dünya ülkeleri müdahil olarak pastadan pay kapma telaşına düştüler.

Suriye iç savaşında yıllar süren kargaşa, çatışma insanların zihinlerini yormuş ve bitkinlik sendromu başlamışken her gün yeni bir acıyla karşılaşma ise ihtimal dâhilinde oluyordu hep. Ailelerini yitiren insanlar öfke nöbetlerine kapılıyor ve tepkisi

aynı sertlikte oluyordu. Muhalifler, rejim, DAEŞ, PYD, ABD, Rusya, Fransa, Almanya, İran hepsi savaşın içindeydi. Muhalifler kendi aralarında yüzlerce gruba bölünmüş, DAEŞ bir katil sürüsüne dönüştürülmüştü. Enformasyon saldırıları bilgilerin her an değişerek yeni bir durum yaratılması, ülkenin haritasının dahi saatlik değişimlere uğraması istenilen kaos ortamını Suriye savaşından beslenen egemen güçlerin eline veriyordu. İnsanlar bir elinde silah diğer ellerinde telefon ile savaş alanında bilgi akışını takip ediyordu. Yiyecek ekmeğin bulunmadığı savaş mahallinde sosyal medya yine vardı. İnsanlar paylaşımlarda bulunuyor savaşın nerede nasıl seyrettiğine dair bilgiler paylaşıyor bazı isimler telaffuz ediliyor ihanet veya dost kategorisine ekleniyordu. Bu enformasyon saldırılarında savaşın şiddeti içerisinde haberler teyitten uzak kabul ediliyor ve ona göre tavır belirleniyordu. Bu halde muhaliflerin onlarca parçaya bölünmesi savaş mukavemetini kaybetmesi de bundan nasibini alıyordu. Egemen güçler ve büyük dev şirketler savaşın içerisinde yeni medya ve sosyal ağları da kullanarak gerçekleri gizliyor dünya kamuoyuna bilmesini istediklerini gösteriyorlardı.

Burada önemli bir örnek tezimizde savunduğumuz gerçeği daha da anlaşılır kılacaktır.

Suriye iç savaşında insanlık dramları yaşanırken yardım kuruluşları da insanlara, savaşın çocuklarına yardım etmek için çaba sarf ediyorlardı. Suriye Sivil Savunması olan ‘Beyaz Baretliler’ diye anılan bir grubun dünya kamuoyunu nasıl yanılttıkları ortaya çıktı. Beyaz baretliler prodüksiyon işiyle insanlara yardım ediyor gibi, henüz bombalanmış bir yerde oldukları ve çocukların kimyasal silaha maruz kaldıkları gibi yalanlarla kamuoyunu yanıltıyorlardı. Dünya kamuoyunu istedikleri tarafa çeviren egemen güçlerin talimatlarıyla iş yapan ve kendilerine beyaz baretliler diyerek sivil yardım kuruluşu süsü veren insanlar dünya kamuoyunu Suriye iç savaşı hakkında gerçeklerden tamamen uzaklaştırarak egemen güçlerin savaşın içerisindeki planlarını işlemelerine yardımcı oluyorlardı. Burada önemli olan bütün bunları sosyal medya ağları ve yeni medya aracılığıyla dünyaya servis etmeleriydi. Milyonlarca izleyicisi ve takipçisi olan haber portallarında, sosyal hesaplarda bunlar paylaşılıyor ve dünya olan biteni bir yalan üzerinden okuyordu. Gerçeklerse tamamen savaş meydanlarında gömülü kalıyordu. (youtube.com, 2017)

Rejimin kimyasal silah kullanması ve sosyal medyada sadece bu haberlerin verilmesiyle konvansiyonel silahların kullanımı meşrulaştırılıyor yeni medyanın enformatik saldırılarıyla da rejim taraftarı gibi görüntülenen sivil halk yine egemen güçler tarafından vuruluyordu. Egemen güçlerin dizayn ettiği ve ileriye dönük planların işletildiği Suriye iç savaşında yeni medya ve sosyal medya marifetiyle dünya kamuoyunun dikkati istenilen yöne çevriliyor ve yine olaylar saptanıyor, sınırlar belirleniyor, dikkatler istenilen yöne çekiliyor ve gerçek karartılıyordu. Yeni medyanın dünya kamuoyundaki etkisi ve toplumların büyük kesiminin kullanım imkânı bulduğu bir ortam olurken hesabı olup ta aktif paylaşımlarda bulunmayanların dahi izleme şansını yakaladığı bir gerçeklik olmuştur.

Yeni medyanın kitlesel hareketlerdeki etkisi ve parçadan bütüne giden bir hareket kabiliyetine sahip olmasının etkilerinden bahsederken Türkiye'de yaşanan Gezi Olaylarına da bakmakta yarar vardır.

27 Mayıs 2013'te, 'Taksim Yayalaştırma Projesi' kapsamında bazı ağaçların taşınmak suretiyle yerinden sökülmesi üzerine protesto gösterileri başlatıldı.

28 Mayıs'ta eylemcilerin sayısının artması gezi parkına çadır kurmaları ve bazı milletvekillerinin de destek vermesi suretiyle eylem büyüdü. Sonrasında polisin sabaha karşı müdahalesi olayları tırmandırdı. Gezi olaylarının başlamasını takip eden günlerde başta Ankara olmak üzere 48 ilde gösteriler başladı. Gezi olaylarının başlaması bir haftayı bulmadan gösterilerin yapıldığı il sayısı 67'i buldu. (www.aksam.com.tr, 2013)

İstanbul'da bazı eylemciler çevreye zarar vermeye başladı. Polis arabalarını ters çevirmeye canlı yayın araçlarına, çevredeki araçlara, belediye otobüslerine zarar vermeye, yakmaya başladılar. Bazı eylemciler ise taksimde eylem yaptıkları yerleri temizlemekle meşgul oldular. Eylemciler arasındaki bu denli fark eylemin amacı konusunda herkesin aynı fikirde olmadığını göstermektedir.

Türkiye'nin hemen her ilinde başlayan eylemlerde yeni medya önemli bir rol üstlendi. Ana akım medyanın her ilde yüzlerce noktada canlı yayın aracı, ekip ve ekipman ya da en temelinde bir muhabir ve bir kameraman görevlendirme imkânı yokken herkesin

cebindeki akıllı telefonlar birer canlı yayın aracına dönüşebiliyordu. Sosyal medyadan sürekli bilgi akışı olayların yönlendirilmesinde kullanılıyordu.

Yeni medya ve sosyal ağlar, haber grupları, iletişim hesapları, fenomen hesaplar örgütlenmede birer araca dönüştü. İnsanlar yeni medya ve sosyal ağlar aracılığıyla hızlı bir şekilde haberleşerek örgütlenebiliyorlardı.

Sosyal ağlarda haberleşen insanlar aynı anda aynı yerde olabiliyor ya da yine haberleşme hesaplarını kullanarak farklı yere hareket edebiliyorlardı. İnteraktif eylem haline dönüşen olaylarda yeni medya hiç olmadığı kadar kullanılıyor her insan elinde telefonla süreci takip edebiliyordu.

Bu arada sahte hesaplar türemeye başladı. Ve insanlar enformatik bir saldırıya maruz kaldı. İsimsiz ve takip edilemeyen milyonlarca hesaptan bilgiler yayılmaya başladı. Eylemcilerin bazıları araçları yakıp etrafa zarar verirken diğer eylemciler de etrafı temizliyor ve eylem amaçlarının yeşil bir çevre olduğunu söylüyorlardı.

Bu arada bazı tweetler dikkat çekmeye başladı. Ağaçların sökülmesi ve çevreye verilen zararı protesto etmeye gelen insanlar başka amaçlarla oraya gelen insanların eylemlere hâkim tavırlarıyla gölgede kalıyor hatta onların yönlendirmelerine maruz kalıyor ve eylem amacı dışında bir harekete dönüşüyordu.

Çevreci olarak başlayan protesto gösterileri sosyal medyadan bazı paylaşımlarla hükümet karşıtı bir gösteriye dönüşerek eylemin dozajı artırılıyor ve insanlar sosyal hesaplardan eyleme katılmaya davet ediliyordu.

Yeni medyanın bir merkezden idare edildiği izlenimi uyandıran milyonlarca sahte hesaptan yapılan paylaşımların yanında toplumda tanınmış bazı insanların da aynı minvalde paylaşımlarda bulunması eyleme katılan insanların tek bir amaç için bir araya geldiği izlenimi canlı tutuluyor ve devlete karşı bir toplumsal hareket izlenimi servis ediliyordu.

Yeni medyadan ve sosyal medyadan farklı ülkelerdeki yaralıların görüntüleri veya bilgisayar marifetiyle düzenlenmiş özel fotoğraflar servis ediliyor ve kamuoyu bunlara inandırılıyordu. Yeni medyanın gücünü kullanan eylemciler hızlı hareket kabiliyeti ve milyonlarca paylaşımla enformasyon saldırısı gerçekleştiriyor ve insanlar artık gerçeğin ne olduğu konusunda endişeye kapılıyordu.

Gezi sürecinden sonra yayımlanan çeşitli değerlendirme ve analiz raporlarında, sürecin başlamasıyla birlikte en çok kullanılan #direngeziparki, #occupygezi ve #direnankara etiketleriyle paylaşılan 8.49 milyon mesajın etkileşimi yer alıyor. Değerlendirme sonuçlarına bakıldığında, olaylar yeni medya ve sosyal ağlar üzerinde #occupygezi etiketiyle başladığı devam eden süreçte ise bu etiketin yurtiçinde ve yurtdışında çeşitli fraksiyonlardan almış olduğu destekle ilerlediği ve #direngeziparki olarak devam ettiği açık bir şekilde görülmekteydi. 29 Mayıs günü ise toplumun tepkisinin yanı sıra ülke dışından hazırlandığı açıkça görülen çeşitli fotoğraflar ve afişler, oluşturulmuş sahte hesapların da menfi etkisiyle çok daha başka boyutlara taşındı. Bu paylaşımların sayısı oldukça yüksek sayılara ulaştı. 27 Mayıs'ta başlayan gezi olaylarının ilk gününden son gününe kadar 100 milyonun üzerinde tweet paylaşıldığı belirlendi. Yapılan değerlendirmelerde sosyal ağların herhangi birinde kullanıcı olan ya da hesabı olan herkesin gezi olaylarıyla alakalı en az bir tweeti ve paylaşımı gördüğü ifade ediliyor. Gezi olaylarının sosyal medya açısından incelendiği ve değerlendirildiği bazı analizlerde Türk twitter kullanıcılarının sayısının 1,8 milyon iken gezi olaylarıyla birlikte kullanıcı sayısının 10 milyonu aştığı görülüyor. Gezi olayları sürecinde twitterdan atılan mesaj sayısı 23.998.687 olarak tespit edildi. (Meltem Banko, 2013) (www.geziparkikitabi.com, 2013)

SONUÇ

Bu çalışmada Noam Chomsky ve Edward S. Herman tarafından ortaya konulan propaganda modeli ele alınarak ve bu modelde kullanılan yöntemler yeni medya üzerinden analiz edilerek propaganda modelinin çağdaş sürümünün değerlendirilmesi yapılmıştır. Chomsky'nin propaganda modelleri dünya örnekleriyle yeni medyaya uyarlanarak, yeni medyanın ve sosyal ağların toplumlar üzerindeki tahakkümünün gözler önüne serildiği bu çalışmada ana akım medyanın yeni medya ile kıyası da yapılmıştır. Chomsky'nin özgürlük alanı olarak gördüğü yeni medyanın, özgürlük alanları dâhilinde bireye ulaşarak arzuları ve istekleri doğrultusunda kişiye ve gruplara eylemsellik kazandırabileceği de görülmüştür. Yeni medya ve sosyal medyanın gerçekleri değil egemen güçlerin arzu ve istekleri doğrultusunda mesajlarının paylaşılmasında bireyleri etkileyen yapısı da ele alınmış, insanların özgürlük ortamları olarak gördükleri platformlarda aslında egemen güçlerin konvansiyonel medyadan sonra ellerinde tuttukları sosyal medya ve yeni medyanın da aynı amaca hizmet ettiği gerçeği gözler önüne serilmiştir.

Chomsky'nin medyanın amacına ulaşması için kullandığı yöntemlerin başlıklar altında incelendiği çalışmada, yeni medyanın bu yöntemlerle tekrar ele alınması ve günümüz dünyasındaki kıyasına da yer verilmiştir. Chomsky'nin özgürlük ortamları olarak nitelediği yeni medya ve sosyal medyanın bilakis özgürlüklerin kısıtlandığı ve mahremiyetin ortadan kalktığı, kişisel bilgilerin egemen güçlerce analiz raporlarına dönüştürüldüğü, konvansiyonel medyadan daha profesyonelce ve detaycı işlerin yürütüldüğü mecralar olduğu görülmüştür.

Bireyden topluma ulaşan yapısıyla sosyal medya marifetiyle egemen güçler, dünya kamuoyundan tüm gerçekleri saklayarak konuşulması istenileni konuşturma, tartışma sınırlarını belirleme, söylem üstünlüğünü elinde bulundurarak denetleme yetkisini kendisine kazandırma, toplumların yönlendirilmesi ve hareket kabiliyetlerini istedikleri sonuca ulaşabilmeleri için kullanabilmelerini sağlamışlardır. Dünyada yaşanan örneklerle tezde bulunurken yeni medya ve sosyal ağlarla insanların düşünce dünyaları ve tepkiselliklerinin istenilen yönde tavır almasının nasıl sağlandığı da görülmüştür.

Medyanın bir güç olarak benimsendiği zamandan bu yana, toplum üzerindeki etkileri de incelenmeye başlanmıştır. Medyanın tarafsızlık ilkesi ve etik kuralları çerçevesinde haberi üretmesi ve gerçeğin peşinde olması gerekir. Egemen güçlerin ve finans kuruluşlarının güdümünde bir medya tarafsızlığını yitirir. Medyanın bağımsızlığı demokratik toplumlarda esastır. Edward S. Herman ve Noam Chomsky, bu ilkeselliğin dünyada dejenere olduğundan, uygulanmadığından ve medyanın egemen ve güçlü sınıfın söylemini, çizgilerini ve ilkelerini belirlediğinden söz eder. Toplumun neleri izleyip neleri düşüneceğine karar verme gücüne sahip egemen güçlerin, çeşitli propaganda çalışmalarıyla da dünya kamuoyunu "sevk ve idare" edebildiğini hatırlatarak, demokratik öğreti ile işleyen sistemin birbiriyle örtüşmediğini söyler.

Chomsky'nin medyanın amacına ulaşması için uyguladığı yöntemler olarak sözünü ettiği, 'Konuları seçme', 'İlgilenilecek olayları saptama', 'Olayların hangi sınırlar içerisinde işleneceğini belirleme', 'Bilgileri çeşitli süzgeçlerden geçirme', 'Vurgu ve üsluba karar verme', 'Tartışmaları kabul edilebilir ilkeler çerçevesinde tutma' yöntemleri, ele alınarak yeni medya üzerinden incelenmesi ve çağdaş sürümünün ortaya konulması sağlanmıştır.

Bu yöntemler yeni medya ile kıyaslanarak dünya örneğinde Tunus, Mısır, Suriye gibi ülkeler üzerinden, Türkiye örneğinde ise Gezi Parkı olayları üzerinden yeni medya ve sosyal medyanın etkisi ve hizmet ettiği egemen güçlerin kontrolü ortaya konulmuştur.

Chomsky'nin yeni medyayı daha özgürlükçü ve bireylerin kendini ifade edebileceği sosyal ağlar ve gruplar olarak görmesi, aslında görünenin ötesinde yeni medya ve sosyal ağların da ana akım medyayı kontrol eden egemen güçler ve büyük finans kuruluşlarının güdümünde olduğu değerlendirilmiştir.

Yeni medya, konvansiyonel medyadan bazı değişiklikler gösterse de nihayetinde egemen güçlerin kontrolünde seyreden ve oluşturulan geniş bir ağa sahip güçlü bir sistemdir. İnternetin kullanımının bilgi almadan iletişime geçtiği dönemlerde eş zamanlı iletişim ve hızlı enformasyon imkânına sahip olan bireyler özgürlük platformları olarak gördüğü yeni medya ve sosyal ağlar üzerinden paylaşımlarda bulunmaya başlamışlardır. Kullanımı göz önünde bulundurulduğunda doğru bir yaklaşım olan bu tespitte gözlerden kaçan ise platformların sağlayıcılarının hizmet

ettiği egemen güçlerin arzuları ve istekleri paralelinde işleyişin sağlanmasıdır. Hızlı enformasyon neticesinde doğruluğu teyit edilemeyecek haberlere anında ulaşılması ve gerçekliği araştırılmadan kabul edilmesi bireyleri istemsiz bir şekilde zihinlerinin denetime açılması anlamı da taşıdığı gözler önüne serilmiştir.

Üretilmesi ve topluma sunulması uzun saatleri hatta bir günü alabilecek haberlerin akıllı telefonlar marifetiyle fotoğraf ve videolarla beslenerek anında hazırlanıp servis edilmesi zihinlerin yönlendirilmesinde büyük etkiye sahiptir. Sosyal paylaşım platformlarında hızlı ve sürekli bilgi sağlanması haberin doğruluğunun teyidini imkânsız kılarken insanların aynı yönde tepki vermesi de kişiyi o yöne sevk eder.

Sosyal medya ağları insanlara tanışma mesajlaşma imkânları vermesinin yanında gruplaşma, örgütlenme, bir amaç etrafında buluşabilme ve haberleşme imkânı da sunmaktadır. Bireylerin yeni medya ve sosyal ağlar üzerinden tanışabilmeleri, mesajlaşabilmeleri ve hatta duygusal yakınlaşma hissedebilmelerinin yanında, sosyal ağların birbirini tanımayan insanları bir amaç etrafında buluşturabilmesi de bizlere bir gerçeği göstermektedir. İnsanların sosyal ağlar üzerinden örgütlenebileceği ve bu örgütsel yapıların hareket kabiliyeti kazanabilmesi sosyal medyanın farklı bir gücünü de ortaya çıkarmaktadır. Yaşadığımız dünyada Tunus ile başlayan Arap Baharı süreci ve Türkiye'de yaşanan Gezi Olayları insanların yönlendirilebileceği gerçeğini doğrular niteliktedir. Egemen güçler, sosyal ağlar ve yeni medya aracılığıyla bu insanların örgütlenmesinden ve bir araya gelebilmelerinden bir fayda sağlayabilmektedir. İnsanlar bir duruş sergilemek adına protesto için bir araya geldiklerinde kısa bir süre sonra protestonun mahiyeti değişebilir ve farklı amaç için oraya gelen insanlar egemen güçlerin arzuları doğrultusunda tepki üretmeye başlayabilirler. Gezi olaylarında çevreci ve yeşil dostu insanların bir araya gelerek bir protest tavır takınmaları toplanma amaçlarını gösterirken bir süre sonra hükümete ve devlete yönelik anarşik söylemler protestonun asıl gayesi gibi gösterilebilmiştir. Çevreci insanların ağaçların kesilmemesi için toplandığı ve eylem mekânlarını kendilerinin temizlediği durumdan, etraftaki ağaçları ve araçları yakan çevreye zarar veren ve devleti yıkmaya yönelik dövizler açan insanların yer aldığı bir platforma dönüştüğü görülmüştür. Bu değişimde sosyal medyanın sürekli bilgi sunması ve insanları yönlendirmesi asıl gayeden uzaklaşan insanların doğruluğunu araştırmadan

sosyal medyadan aldıkları bilgilerle tepki üretmesi işin boyutunu ve seyrini çok farklı yönlere çevirmiştir.

Konvansiyonel medyaya olan insanların güvensizliği, özgürlükçü tarzıyla yeni medya ve sosyal ağların etrafında insanları buluşturmuş ve güçlü bir enformasyon sahası ortaya çıkmıştır. Mısır olaylarında ele aldığımız gibi insanlar iktidara yönelik protestoları için Tahrir Meydanına toplanırken amaçlarına ulaştıklarında bir yıl sonra tekrar meydanlarda toplanarak yeniden iktidar protestolarına başlamıştır. İki eylemde de süreç sosyal medya üzerinden yürütülmüştür. O halde sosyal medya sağlayıcılarının yönlendirmeleri bireyden topluma ulaşacak gücü elinde bulundurarak egemen güçlerin istekleri ve arzuları etrafında birleşebilmeleri imkân dâhilindedir.

Yeni medya ve sosyal ağlar hizmet ettiği egemen güçlerin istekleri doğrultusunda bireylerin zihin denetimini sağlayarak bireylerden toplumsal hareketlere ulaşacak bir potansiyeli de ortaya çıkarmaktadır. Chomsky'nin ana akım medya için söylediği yöntemler yeni medya ve sosyal medyaya da uyarlandığında sonuç, Chomsky'nin ifade ettiği gibi aslında bir özgürlük platformu değil, aksine egemen güçlerin isteklerini gerçekleştirmede kolaylık ve işlevsellik kazandırdığıdır.

Chomsky'nin medyanın amacına ulaşması için uyguladığı yöntemler üzerinden Mısır örneğini, Suriye iç savaşında yaşananları ve Türkiye'de yaşanan Gezi Olaylarını ele aldığımız bu çalışmada, yeni medya ve sosyal ağların etkin rolünü ve gücünü daha iyi görmüş olduk. Chomsky'nin burada yanıldığı nokta, yeni medyanın görünürde bireyi özgürleştiren, iletişimin bağımsız ve kolay olması, şirketlerin ve egemen güçlerin dayatmalarından uzak bir enformasyon ağının oluşması, toplumun sağlıklı bilgiye ulaşma arzusu ve burada ona sunulan müthiş hız aslında geri planda çok daha büyük bir amaca hizmet eden bir planın çerçevesi olduğudur. Yeni medya, görünürde konvansiyonel medyadan farklı olarak özgürlük vaadinde bulunurken aslında egemen güçlerin kişiye ulaşmada kullandıkları bir yöntem olarak görünmektedir. Yeni medyanın bilgiye ulaşılabilirliğinin anlık denebilecek hıza ulaşması, insanların zihninde doğru bilgiye anında ulaşma gibi görünürken aslında enformatik saldırı karşısında insanların olayların üzerinde düşünmeye fırsat bulamaması, olaylar üzerinde değerlendirme fırsatı bulamaması ve enformatik saldırı karşısında kendisini

korumaktan uzak, gelen her bilgiyi doğruluğu teyit edilmeden kabullenme sürecine girmesidir.

Yeni medya, insanlara çok sınırı olmayan bir özgür hareket kabiliyeti sunarken bu perde arkasında sosyal ağların içinde olan bireylerin düşünce dünyasına girme ve insanların fikirlerinde mühendislik yapma fırsatını elinde bulunduruyor. Ana akım medyaya mesafeli olan insanlar kendileri için bulduklarını düşündükleri yeni medya mecrasında konuşulması istenilen konuları konuşmaya, tartışılması istenen konularda tartışmaya, sınırları belli olan olayları istenilen şekilde kabul etme ve istenilen tepkileri vermeye hazır hale gelmektedir.

Alman Siyaset Bilimci ve Kitle İletişim Kuramcısı Elisabeth Noelle Neumann'ın 'Suskunluk Sarmalı' kuramından söz ettiğimiz kısımda da kişinin kendi fikirlerini diğer insanların ne düşüneceğine ve nasıl tepki vereceğine bağlaması aslında yeni medyanın da kullandığı bir yöntem olamaya başlamıştır. Yeni medyada veya sosyal medyada insanlar, gruplardan etkilenerek onlar gibi düşünmeye ve fikirlerini özgür sanılan paylaşım merkezlerinde paylaşırken diğer insanların ortaya koyduğu ortak kanıya ters olmayacak ve hatta destekleyecek şekilde paylaşımlarda bulunması yeni medyanın sosyal ağlarındaki mühendisliği ortaya koymaktadır.

Çalışmamızda bahsettiğimiz noktalardan birisi de, egemen güçlerin fikir ve düşünce denetimini sosyal medya ve yeni medya üzerinden yapmasının yanı sıra istenilmeyen bilgi ve enformasyonun paylaşımlarda yer almasını engellemektir. Mesela İran mutfağına ait bir yemeği internette araştırırken İran ile ilgili olarak terör faaliyetlerinde bulunduğu haberler ekranın köşesinde siz istemeseniz de bağlantılı olarak reklam ya da küçük haber olarak karşınıza çıkabiliyor. Bunun ters örneği de istenilmeyen haberlerin yer almasının engellenerek sizi ve internette ziyaret ettiğiniz sayfalarla paylaşımlarda bulunduğunuz sosyal ağlar yoluyla farklı mecralara yönlendirerek sizleri gerçeklerden veya ulaşmak istediğiniz bilgiden uzaklaştırabiliyor.

Çalışmamızda yer verdiğimiz suskunluk sarmalı ya da mahalle baskısı kuramına göre aksi fikirler cılızlaştıkça insanlar farkında olmadan egemen güçlerin istediği ortama doğru çekilmektedir. İnsanlar özgür fikirlerini güya özgür olan ortamlarda dile getirmekten çekinerek sessizlik sarmalına girmesi ve egemen güçlerin figüranlarının

yüksek sesle bazı konuları dile getirmesi, herkesin de bu çerçevede paylaşımlarda bulunarak fikir beyan etmesi ana akımdan farklı olarak kişi kişi zihinlere girilmesi ve egemen güçlerin ağına takılma anlamı taşır.

Kişi yeni medya ve sosyal ağlarda yerini aldığından itibaren enformasyon saldırıya maruz kalarak eylemsel olan fikirleri ortak fikir potasında eriyerek aksi fikirlerin savunucusu haline bürünmesi olağandır. Eylemsel fikirler kılıfı altında tepki hareketine katılarak başta savunmadığı ama sonrasında etki altında kalarak veya suskunluk sarmalı etkisiyle kabullendiği, sahiplendiği ve savunduğu fikirlerin gereği olarak eyleme geçen birey egemen güçlerin ekonomik ve askeri planları dâhilinde bir başlangıcın ilk adımını atmış olmaktadır.

Yeni medya ve sosyal ağların egemen güçlerin isteklerine hizmet ettiğinin bir göstergesi de, güçlü bir hafızanın oluşturulmasıdır. İnsanlar sosyal ağlardan beğendiklerini, fikirlerini, sevmediklerini, ilgilerini, kültürlerini buna benzer kendilerini ifade eden birçok paylaşımlarını sergilediklerinde egemen güçler ve büyük şirketler buradan bir menfaat elde ederek iki konuda fayda sağlamaktadırlar. Kişi hakkında bilgi edindiklerinden dolayı sponsor haberler ve reklamlarla kişinin ilgi alanlarına göre satış yaparak ticari güçlerini artırmak, ikinci olarak da kişinin siyasi ve dünya görüşüne erişerek bir analiz imkânını kendilerinde bulabilmeleridir. Bu veriler gerekli yerlere gönderilerek bir analiz raporuna dönüştürülebiliyor ve potansiyel tehlikeler de ortaya çıkmış oluyor. İnsanların yaftalanması veya kategorize edilmesi siyasi erkler tarafından da kullanıldığı Cambridge Analytica olayında görülmüştür.

Yeni medyanın ve sosyal ağların kullanım kısıtlaması kapalı toplumlarda olağan bir hale gelirken bu durum dünya kamuoyunda baskıcı ve gerici olarak nitelenmiştir. Bununla birlikte kısıtlanmış veya engellenmiş kapalı toplumlarda yeni medya ve sosyal medya bilgisayar uzmanları ya da korsanları tarafından kendilerine bir pencere açarak oradan toplumun içine girmeyi başarmıştır. Bu durumlarda sosyal ağlar daha çok alış veriş duygusal ilişkiler için değil devlete yönelik protest duruşlar ve paylaşımlar için kullanılmıştır.

Egemen güçlerin kapalı toplumlara ana akım medya ile girmeyi başaramadığından bunu yeni medya ve sosyal ağlar üzerinden başarmıştır. Sosyal medya marifetiyle

egemen güçler istedikleri toplumlarda örgütlenme yoluyla organizatörü gizlenmiş halk hareketi gibi görülmüş olayların fitilini ateşlemektir.

Konvansiyonel medyayı propagandanın en büyük enstrümanı olarak gören Chomsky, yeni medyayı daha özgürlükçü bulabilir. Ancak yeni medyanın misyonu itibarıyla egemen güçlerin enstrümanı olan medyadan çok da farklı olmadığı bilakis detaycı bir akılla aynı güçlere hizmet ettiği yakın zamanda görülmüştür. Chomsky'nin medya söylemi değişen ve gelişen dünyada yeni medya ile bir özgürlük çıkış yolu olarak değil bilakis Chomsky'nin konvansiyonel medya için geliştirdiği söylem doğrultusunda çağın gerçeklerine uygun ve çok daha detaycı bir yaklaşımla toplumları da aşarak fertlere kadar indirgenmiş planlı bir yapı ortaya koyduğu görülmektedir.

Çalışmamızda, Chomsky'nin medyanın amacına ulaşması için kullandığı yöntemler üzerinden yeni medya kıyaslaması yapılırken, Chomsky'nin konvansiyonel medya ve egemen güçlerin, işbirliği içerisinde dünya kamuoyunu gerçeklerden uzaklaştırıldığı ve amaçları doğrultusunda bir enformasyonu sağladığı örnekler ve yaşanmış vakıalar üzerinden anlatıldı.

Ancak bunun yanında Chomsky, yeni medya, dijital medya, sosyal ağlar ve bunu üreten iletişim teknolojilerini için bir özgürlük alanı görür. Devletin, egemen güçlerin, büyük şirketlerin ve tekelleşmiş medyanın denetiminden ve kontrolünden uzak bir medya olarak yeni medyayı tarif eden Chomsky, bireylerin kendilerini özgürce ifade edebilecekleri platformlar olarak yeni medya ve iletişim teknolojisini savunur. Bu yaklaşımın başlangıçta kabul edilebilir yanları olsa da bugünün şartları ve yaşanmış örnekleri ele aldığımızda, yeni medya ve sosyal ağların egemen güçlerin emrinde ve yönlendirmesinde toplumun üzerinde bir tahakküm aracı olduğu da söylenebilir. Bireylerin özgürlük alanları kendilerine sunulan platform kadardır. Ana akım medyadan alınan haberlerin güvensizliğiyle bir güven teşkil eden yeni medya ve sosyal ağlar, egemen güçlerin elini kolaylaştıran ve o güveni besleyecek yapının kendilerini gizlediği mecralar olmuştur. Bir paylaşım platformunda insanların paylaşımlarda bulunması, fikir ve düşüncelerini aktarması, kendileri hakkında bilinmesi gereken tüm bilgileri vermesi, mahremiyetin sosyal ağ sağlayıcılarla kendi arasında olduğunu düşünmesi ve o sağlayıcının izni kadar hareket edebilmesi bir özgürlük değildir. Sağlayıcının enformasyon saldırıları altında, sponsor haberlerin yönlendirmesinde ve

düşünce denetiminin kontrolünde insanlar mikroda kendi özgür alanlarında fikri yapılarını paylaşırken makroda büyük bir resmin parçası olmaktadır. Analiz raporlarına geçen düşünceleri, fikri alt yapıları, ilgi alanlarının yanında yönlendirmelerle egemen güçlerin savunması için harekete taşıdığı eylemlerin içinde kendini bulması da bunu ortaya koymaktadır.

Yeni medyanın etkisiyle insanların bakılması istenilen yöne bakması, düşünülmesi istenenleri düşünmesi, istenilen yöne doğru hareket kabiliyeti oluşturulması ferdin zihninde yönlendirildiğine dair bir iz taşımadan bunu özgürlükçülük adına şahsi fikirleri doğrultusunda yaptığını sanması yeni medyanın egemen güçlerin elinde profesyonelce ve üst bir akıl tarafından kullanılıyor olduğu gerçeğini gün yüzüne çıkarmaktır.

Yeni medya, dijital medya, sosyal ağlar ve bu teknolojilerin sağlayıcıları, Chomsky'nin özgürlük söylemlerinden uzakta egemen güçler, büyük şirketler, tekelleşmiş medya ve siyaseti dizayn eden aklın emrinde bireyleri ve bireylerden ulaştıkları toplumları yönlendirmede, harekete taşımada ve amaçları doğrultusunda tepki üretmelerini sağlamada kendilerine hizmet eden sistem ve yapılardır.

KAYNAKÇA

Aristoteles. (tarih yok). *Peri Hermenia.* (M. c. SanMartin, Çev.) madrid: Escuela de Filosofia Üniversidad Arcis.

Chomsky, N. (1993). *Medya Gerçeği.* (A. Yılmaz, Çev.) İstanbul: Tüm Zamanlar Yayıncılık.

Chomsky, N. (1997). *Demokratik İdeallerin Çöküşü.* İstanbul: Pınar Yayınları.

Chomsky, N. (2000). *Terörizm Kültürü* (2. Baskı b.). (T. Cevdet, Çev.) İstanbul: Pınar Yayınları.

Chomsky, N. (2002a). *Amerikan Müdahaleciliği* (Beşinci Baskı b.). (T. Doğan, & B. Zeren, Çev.) İstanbul: Aram Yayıncılık.

Chomsky, N. (2002b). Uluslararası Terörizm Görünüş ile Gerçek. C. Güzel içinde, *Silinen Yüzler Karşısında Terör* (B. S. Şener, Çev., s. 217-254). Ankara: Ayraç Yayınevi.

Chomsky, N. (2004). *Korsanlar ve İmparator* (2. Baskı b.). İstanbul: Yeni Zamanlar Yayınları.

Chomsky, N. (2008). *Medya Denetimi* (2 b.). (E. Baki, Çev.) İstanbul: Everest Yayınları.

Chomsky, N. (2010). *İktidarı Anlamak.* İstanbul: bgst Yayınları.

Chomsky, N. (2014). *Halk Üzerinden Kazanç Neoliberalizm ve Küresel Düzen.* (S. Evren, Çev.) İstanbul: Everest Yayınları.

Chomsky, N. (2015). *Demokratik İdeallerin Çöküşü.* Ankara: Everest.

Chomsky, N. (2015). *Dünyayı Kim Yönetiyor.* (D. Barsamian, A. Naiman, Dü, & Ö. Çiftçi, Çev.) İstanbul: İnkılap Kitabevi.

Chomsky, N. (2015). *Geleceği Kurgulamak* (2. Baskı b.). (G. Fırat, Çev.) İstanbul: İnkılâp Kitabevi Yayın Sanayi ve Ticaret AŞ.

Chomsky, N., & Achcar, G. (2007). *Tehlikeli Güç - ABD'nin Dış Siyaseti ve Ortadoğu Terör, Demokrasi, Savaş ve Adalet Üzerine Diyaloglar.* İstanbul.

Coşkun, S. (2018). Sosyal Bilimlerde Metodoloji Problemleri. *Dört Öge*(13), 59-72. Haziran 2022 tarihinde alındı

Çam, Ş. (2008). *Medya Çalışmalarında İdeoloji Epistemolojik ve Metodolojik Sorunlar.* Ankara: De Ki Basım Yayım.

Erdoğan, İ., & Alemdar, K. (2005). *Öteki Kuram* (Genişletilmiş 2. Baskı b.). Ankara: Erk Yayınları.

Gadamer, H. -G. (2008). *Hakikat ve Yöntem.* (İ. Y. Hüsamettin Arslan, Çev.) İstanbul: Paradigma.

Güngör, N. (2011). *İletişim Kuramlar Yaklaşımlar.* Ankara: Siyasal Kitabevi.

Güzel, C. (2002). Korkusun Korkusu: Terörizm. C. Güzel içinde, *Silinen Yüzler Karşısında Terör* (s. 7-19). Ankara: Ayraç Yayınevi.

Herman, E. S., & Chomsky, N. (1999). *Medya Halka Nasıl Evet Dedirtir Kitle İletişim Araçlarının Ekonomi Politiği.* (İ. Kaplan, Çev.) Adana: Minerva Yayınları.

Herman, E. S., & Chomsky, N. (2012). *Rızanın İmalatı Kitle Medyasının Ekonomi Politiği* (2 b.). (D. E. Abadoğlu, Çev.) İstanbul: bgst Yayınları.

Herman, E. S., & O'Sullivan, G. (1999). İdeoloji ve Kültürk Endüstrisi Olarak "Terörizm". N. Chomsky , E. S. Herman, G. O'Sullivan, & A. George içinde, *Terörizm Efsanesi* (s. 49-103). Ankara: Ayraç Yayınevi.

Hoffer, E. (1980). *Kesin İnançlılar Kitle Hareketlerinin Anatomisi.* (E. Günur, Çev.) İstanbul: Tur Yayınları.

Kaya, A. (2009). *İktidar Yumağı Medya-Sermaye-Devlet.* İstanbul: İmge Yayınları.

Mattelart, A. (2005). *İletişimin Dünyasallaşması* (3. Baskı b.). (H. Yücel, Çev.) İstanbul: İletişim Yayınları.

Meltem Banko, A. R. (2013). *Gezi Parkı Sürecine Dijital Vatandaş'ın Etkisi.* geizparki kitabı.

Özsoy, O. (1998). *Propaganda ve Kamuoyu Oluşturma.* İstanbul: Alfa Yayınları.

Palmer, R. E. (2003). *Hermenötik.* (İ. Görener, Çev.) İstanbul: Anka Yayınları.

Platon. (2016). *Kratylos.* (E. Gören, Çev.) İstanbul: Dergah.

Schiller, H. (2005). *Zihin Yönlendirenler* (2. Baskı b.). (C. Cerit, Çev.) Ankara: Pınar Yayınları.

Severin, W. J., & Tankard, J. W. (1994). *İletişim Kuramları: Kökenleri, Yöntemleri ve Kitle İletişim Araçlarında Kullanımları.* (A. A. Bir, & N. S. Sever, Çev.) Eskişehir.

Sönmez, M. (2003). *Filler ve Çimenler* (2. Baskı b.). İstanbul: İletişim Yayınları.

TDK. (2016, Nisan 17). *www.tdk.gov.tr*. Türk Dil Kurumu: http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.57136be27a1d33.51603641 adresinden alındı

Telli, A. (2012). Mısır Devrimi'nde Sosyal Medyanın Rolü. *Bilge Strateji, 4*(7), 76-105.

Topakkaya, A. (2020). *Antik Yunan'dan Günümüze Hermeneutik.* nobel.

Yaylagül, L. (2008). *Kitle İletişim Kuramları* (2. Baskı b.). Ankara: Dipnot Yayınları.

Zimmerman, J. (2020). *Hermeneutik: Kısa Bir Giriş.* say.

(2013, Temmuz 1). Nisan 20, 2022 tarihinde www.bbc.com: www.bbc.com/turkce/haberler/2013/06/130630_misir_gosteriler yayınlanma tarihi 01.07.2013 adresinden alındı

(2013, Haziran 12). Nisan 21, 2022 tarihinde www.aksam.com.tr: www.aksam.com.tr/guncel/gezi-parki-olaylari-nedir-nasil-basladi-neler-yasandi-iste-gun-gun-gezi-eylemleri/haber-212253 adresinden alındı

(2013, Haziran 24). Aralık 27, 2021 tarihinde www.geziparkikitabi.com: www.geziparkikitabi.com adresinden alındı

(2016, Ocak 25). Nisan 20, 2022 tarihinde aa.com.tr: https://www.aa.com.tr/tr/dunya/25-ocak-devriminden-bugune-misir-/510169 adresinden alındı

(2016, Ocak 25). Nisan 20, 2022 tarihinde www.aa.com.tr: https://www.aa.com.tr/tr/dunya/25-ocak-devriminden-bugune-misir-/510169 adresinden alındı

(2017, Ağustos 14). Nisan 24, 2022 tarihinde www.aa.com.tr: www.aa.com.tr/tr/dunya/adim-adim-rabia-katliami/884154 yayınlanma tarihi 14.08.2017 adresinden alındı

(2017, Haziran 14). Nisan 21, 2022 tarihinde youtube.com: https://www.youtube.com/watch?v=lmoUXeeFRRo adresinden alındı

(2018, Mart 20). Nisan 12, 2022 tarihinde bbc.com: https://www.bbc.com/turkce/haberler-dunya-43469094 adresinden alındı

(2018, Mart 22). Nisan 12, 2022 tarihinde Yenisafak.com: https://www.yenisafak.com/teknoloji/zuckerberg-cambridge-analytica-sessizligini-bozdu-3179700 adresinden alındı

ÖZGEÇMİŞ

KİŞİSEL BİLGİLER

ORCID	0000-0003-0166-4194
Adı Soyadı	Ahmet Turan Latif YILDIZ
Doğum Yeri	
Doğum Tarihi	

LİSANS EĞİTİM BİLGİLERİ

Üniversite	Anadolu Üniversitesi
Fakülte	İşletme
Bölüm	İşletme

YÜKSEK LİSANS EĞİTİM BİLGİLERİ

Üniversite	Çankırı Karatekin Üniversitesi
Enstitü	Sosyal Bilimler Enstitüsü
Anabilim Dalı	Felsefe

YABANCI DİL BİLGİSİ

İspanyolca	B2

İŞ DENEYİMİ

Çalıştığı Kurum	Diyanet İşleri Başkanlığı
Görevi/Pozisyonu	Muhabir, Editör
Tecrübe Süresi	20 Yıl

KATILDIĞI

Kurslar	Sunuculuk ve Spikerlik, Medya İletişim Atölyesi, Proje Yazma

İLETİŞİM

Adres	
E-mail	