

## Çerçeveleme Kuramı Bağlamında Kamuoyu Oluşturmada Spin: Birinci Körfez Savaşı

Spin in Forming Public Opinion in the Context of Framing Theory: 1st Gulf War

Muharrem ÇETİN, Doç. Dr., Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi, E-posta: cetinm@gazi.edu.tr  
Yunus Emre TOPRAK, E-posta:emretoprak0633@gmail.com

### Anahtar Kelimeler:

Kamuoyu,  
Çerçeveleme  
Kuramı,  
Spin, Körfez  
Savaşı, Medya  
Manipülasyonu

### Öz

Günümüzde hükümetler aldıkları kararların benimsenmesini ve uygulanmasını sağlamak amacıyla yönetilenlerin onayına gereksinim duymaktadırlar. Yönetilenlerin onaylamadığı kararların uygulanabilirliği son derece zor olmaktadır. Bunun için yönetimler, yönetilenlerin kanaatlerini öğrenme yolunu tercih ederler. Alacakları kararlara ve yapacakları faaliyetlere halktan destek alamayacaklarını bildikleri zaman yönetimler, halkın desteğini sağlamaya yönelik kanaat oluşturma çalışmaları yaparlar. Başka bir ifadeyle kamuoyu oluşturmaya çalışırlar. Kamuoyu kavramı özellikle, sanayileşme ve şehirleşmeyle birlikte literatürde yer almaya başlamıştır. Okuryazar oranının artması ve kitle iletişim araçlarının yaygınlaşması, demokrasilerde kamuoyunun önemini artırmıştır. Demokratik yönetimler, kararlarında ve faaliyetlerinde her zaman halkın desteğine gereksinim duymaktadır.

Demokrasilerde sağlıklı bir kamuoyunun oluşması ve gelişmesi; medyanın halka, yönetim ve yürütme ile ilgili sağlıklı ve doğru haber aktarması ile mümkündür. Bunda kitle iletişim araçlarıyla olayların ve haberlerin sunulduğu çerçeveler önemlidir. Amerikan politika belirleyicileri ve medyası Körfez Savaşı boyunca hikaye üreterek uyguladıkları spin faaliyetlerinde, epizodik çerçeveler kullanarak kamuoyu oluşturmaya çalışmışlardır. Bu çalışmada Körfez Savaşı'nda Amerikan hükümeti ve medyası tarafından uygulanan spin faaliyetleri üzerinde durulmuştur.

### Keywords:

Public Opinion,  
Framing Theory, Spin,  
Gulf War, Media  
Manipulation

### Abstract

Nowadays governments need confirmation of ruled people to make their decisions adopted and put into practice. The application of decisions which are not confirmed by ruled people is very difficult. Therefore, administrations prefer to understand the notion of the ruled people. When they are aware of not being supported by public about their decisions and activities, governments attempt to create a notion to obtain acceptance. In other words, they try to create a public opinion. The concept of public opinion has started to take place in literature in conjunction with industrialization and urbanization. The importance of public opinion has increased in democracies concurrently with the rise of literacy and mass communication devices. Democratic administrations always need public support in their decisions and activities.

In democracies, public opinion's forming and developing is properly possible through media's transferring correct news about administration and execution to public. In this issue, the frames, in which the events and news are presented by the mediation of mass communication devices, are important. American policy determiners and media tried to create public opinion using episodic frames in spin activities that were applied by making up stories all through the Gulf War. In this study, spin activities of American government and media in Gulf War have been dwelled upon.

## Giriş

Günümüzde kitle iletişim teknolojisindeki gelişmeler sonucu medya, kamuoyu oluşturmanın en önemli araçlarından biri haline gelmiştir. Medyayı kontrol edenlerin, toplumun düşünsel ve duygusal olarak biçimlenmesinde önemli rollerinin olduğu söylenebilir. Günümüzde toplumların haber alma kaynaklarının başında medya gelmektedir. Medya, bireylerin ve toplumların düşünce ve kanaatlerinin oluşumunda önemli bir konuma sahiptir.

Medya, özellikle uluslararası krizlerde ve savaşlarda siyasi ve askeri otoritelerin karar ve politikalarının, toplum tarafından onaylanması sürecinde aktif rol oynamaktadır. Bu bağlamda medya, düşünürler, akademisyenler ve siyasilerin söylemlerinden faydalanarak kamuoyunda yönetim lehine bir algı oluşturabilir. Oluşturulan olumlu kanaatler ile yöneticiler, kararlarının icraata dönüşmesi sürecinde, halkın desteğini alabilirler. Böylece medya, karar vericiler ile halk arasında fikir birliğini inşa etme ve sürdürme konusunda çok kritik bir görev üstlenmektedir.

Medya için hükümet yetkililerinin açıklamaları, haber değeri taşır. Ancak, yetkililerin her söylemi, herhangi bir değerlendirmeye tabi tutulup gerekli araştırmalar yapılmadan ve hükümetin muhtemel yönlendirme niyeti göz önünde bulundurulmadan okuyucu ve izleyiciye aktarılırsa, medya hükümet tarafından yönlendirilmiş olur. Bu durumdaki medya, sadece kağıt üstünde nesnedir. Gerçekte ise bu nesnellikten söz etmek mümkün değildir (Chomsky vd., 2004: 37). Medyanın politik kurum ve şahıslar tarafından yönlendirilmesi durumunda egemen olarak algılanan görüşler, daha da güç kazanırken, alternatif görüşler azalmaya başlar. Bu durum toplumda suskunluk sarmalının oluşmasına neden olur.

İnsanlara savaş değerlerine saygılı olmayı aşılama ve bu değerlerin takdir edilmesini sağlamak önemlidir. Bu amaçla tarihi olayları tamamıyla ya da bazı yönleri ile çarpıtmak suretiyle, olayların başka türlü gösterilmesi sağlanabilir. Eğer yöneticiler, medya ve eğitim sistemi üzerinde tam bir hakimiyet kurarlarsa, savaşın saldırganlara ve canavarlara karşı bir savunma olduğu yönünde bir kamuoyu oluşturabilirler (Chomsky, 2008: 15-17). Böylece, toplumun savaş gibi birçok yıkıcı etkisi olan bir duruma bile rıza göstermesi sağlanabilmektedir. Bu süreçte organik aydınlar medya vasıtasıyla “sağduyu” ve “doğal olan” kavramları üzerinden siyasi iktidarın kararlarını destekleyici rıza üretimi faaliyetinde bulunabilirler.

Günümüzde savaşlar cephelerin yanı sıra enformasyon alanında da cereyan etmektedir. Körfez Savaşı iletişim teknolojilerinin en yoğun biçimde kullanılması ve savaşın insanlara bir film gibi naklen seyrettirilmesi özellikleri ile, hem iletişim hem de harp tarihinde önemli bir yere sahiptir. Körfez Savaşı sürecinde Amerikan hükümeti ve Pentagon yetkilileri Amerikan kamuoyunu etkilemek amacıyla medya aracılığıyla spin faaliyetlerini etkin bir şekilde kullanmışlardır. Bu çalışmada Amerikan yetkililerince yürütülen spin uygulamaları ile gerçeklerin nasıl manipüle edilerek medya aracılığıyla kamuya aktarıldığı çerçeveleme kuramı bağlamında ele alınmaktadır.

## Çerçeveleme Kuramı

Araştırmacılar, kitle iletişim araçlarının bilgi dağıtma işleminin bir unsuru olarak, bir gerçekliği yorumladıkları konusunda hemfikirdirler. Haber gerçekliğin yeniden inşasıdır ve kendi dünya görüşlerini yansıtabilmek maksadıyla haberi yapanlar tarafından bilinçli olarak inşa edilmiş bir üründür (Güran, 2013: 300). Çerçeveleme kuramına göre medya sadece gündem belirlemekle kalmaz, gündem belirlemenin yanı sıra belli niteliklerin güncel önemini bireylere aktarır. Medya, haberleri gerçekte değişik nedenlerden dolayı değişik biçimlerde çerçeveler (Güran, 2013: 301) ve sunar. Gündem belirleme insanların ne hakkında düşüneceğini etkilerken, çerçeveleme kuramı ise insanların ne hakkında düşüneceklerinin yanı sıra nasıl düşüneceklerine de vurgu yapmaktadır.

Çerçeveler iletişim sürecinde, iletişimci, metin, alıcı ve kültür olmak üzere en az dört konumda bulunmaktadır (Entman, 1993: 52). Bu bileşenler çerçeve inşası, çerçeve kurma, çerçevelemenin bireysel ve toplumsal seviyeleri aşamaları olup, çerçeveleme sürecinin birbirinden ayrılmaz parçalarıdır. Hikaye konusu (nükleer güç, bütçe açığı, toplumsal reform, politik kampanyalar, reklam kampanyaları ya da askeri bir çatışma) ne olursa olsun çerçeveler bilinçli olarak tasarlanmış güçlü söylemsel ipuçlarıdır (D'Angelo, 2002: 873). İletişim, çerçeve inşası ile çerçevelerin ve izleyici eğilimlerinin birbirlerini karşılıklı etkilemesini ele alan, çerçeve kurmayı içeren dinamik bir süreçtir. Çerçevelemenin bireysel yönü, maruz kalınan çerçeveleme neticesinde bir konu hakkındaki tutum değişikliği olabilir. Çerçevelemenin toplumsal yönü ise politik toplumsallaşma, karar alma ve kolektif hareketler gibi toplumsal süreçleri biçimlendirme şeklinde olabilmektedir (De Vreese, 2005: 51-52).

Toplumsal süreçlerin biçimlendirilmesi ise bireylerin tutum ve davranışlarını etkilemekle olmaktadır. Bir psikolojik objeye karşı kişinin davranış, düşünce ve duygu yönünde gösterdiği eğilim olan tutum; karmaşık, değişebilir ve öğrenilebilir bir olgudur. Kültürün endüstrileşmesi ve kitle iletişim araçlarının yaygınlaşması neticesinde tutumu biçimlendiren en büyük güç olan medya, çerçevelemenin hem bireysel, hem de toplumsal yönüne doğrudan etki edebilmektedir. Bölgemizde yaşanan gelişmeler göz önünde bulundurulduğunda, çerçevelemenin toplumsal yönü olan politik toplumsallaşma örneklerine rastlanmaktadır.

Medyanın toplumsal anlamda üç temel görevi vardır. Birincisi; medya seçici bir şekilde toplumsal bilgiyi inşa eder. İkincisi; toplumun çeşitli görünümünü yansıtmının yanında tercih edilmiş anlam ve yorumlamalar önererek, toplumsal bilgiyi uyarlar ve sınıflandırır. Üçüncüsü; medya münakaşa, istişare ve tasarlama süreci boyunca, spesifik bir mesele hakkında toplumsal fikir birliğine önderlik eder. Çerçeveler, münakaşanın ne hakkında olduğu ve bu münakaşanın özünün ne olduğunu anlamada yorumlamalar sunar (Yeo vd., 2007: 3).

Price vd. (1997: 486) çerçeveleme etkisini; mesajın düzenlenişi, içeriğin seçimi veya tematik yapısı gibi bir mesajın önemli niteliklerinin belli fikirleri hedef kitle için uygunlaştırarak, bu fikirlerin mobilize edilmesi ve yorumlanması olarak tanımlamışlardır. Son yıllarda gerek askeri, gerekse siyasi kurumlar, kamuoyunun erişimine açtıkları sosyal medya hesapları vasıtasıyla, kendilerini sosyal sorumluluk sahibi, kamu yararını

gözetin ve halkın yararına uygulamalar yapan organizasyonlar olarak göstermekte gayet başarılıdırlar. Söz konusu resmi sayfalar dikkatli bir biçimde incelendiğinde, paylaşılan içeriklerin tamamına yakınının sosyal medya çerçevelenmeleri ile kurumları olumlu tanıtan içerikler olduğu görülebilir.

Bir konu hakkındaki haberlerin miktar ve nitelikleri üzerinde; çıkar grupları, politika belirleyicileri, medya gündemi ile çerçeveleri biçimlendirmekle ilgisi olanlar ve haberciler etki sahibidirler (Özarlan, 2007: 18). İletişimciler, söyleyeceklerine karar verme aşamasında, inanç sistemlerini düzenleyen genellikle şemalar olarak adlandırılan çerçeveler tarafından yönlendirilen, bilinçli veya bilinçsiz çerçeveleme muhakemelerinde bulunurlar (Entman, 1993: 53).

**Tablo 1: Çerçeveleme Etki Türleri**

| <b>İsim</b>                           | <b>Tanım</b>   | <b>Mekanizma</b>   |
|---------------------------------------|--|--|
| <b>Etkinleştirme Etkisi</b>           | -Mevcut şemaların etkinleştirilmesi<br>-Mükerrer etkinleştirme (önceleme)  | -Kısa dönemli uygulanabilirlik<br>-Uzun dönemli erişilebilirlik  |
| <b>Dönüştürme ve Oluşturma Etkisi</b> | -Mevcut şemaların medya çerçevesine uygun olarak dönüştürülmesi<br>-Tamamen yeni şemaların veya şemalar arasındaki bağlantıların oluşturulması | -Uyumlu ve birikmeli medya sunumu<br>-Şemaların alt türlere ayrılması                                  |
| <b>Tutumusal Etki</b>                 | -Mevcut tutumlar veya kanaatler arasında değişim   | -Tutumların bilişsel unsurunda değişiklik yaparak tutumların değerlendirmeci unsurunda değişim sağlama |

(Scheufele, 2004: 412; Özarlan, 2007: 49)

Herhangi bir haberin oluşturulmasında, haberi oluşturan haberciler çerçeveleri seçmekte ve bu çerçevelerin toplumla temasını keserek toplumsal bilinçliliğin tam olarak oluşmasına imkan vermemektedirler (Özarlan, 2007: 28). Scheufele'a (2004: 411) göre okuyucu/izleyici anlayışlarının oluşumu ve dönüşümüyle alakalı medya çerçevelerinden kaynaklanan üç tür çerçeveleme etkisinden söz edilebilir. Bunlar; etkinleştirme, dönüştürme ve oluşturma ile tutumsal etkilerden oluşmaktadır.

Politikacılar politik konuları çerçeveleyerek, meseleye uygun olan ya da olmayan şeyleri tanımlarlar (Ryan vd., 2001: 176). Politik iletişim ortamının bir unsuru olarak çerçeveleme; toplumsal inşa edicilik kavramının ilkeleri üzerinden tanımlanmalıdır. Medya, okuyanların ve izleyicilerin kamusal olayları yorumlayabilmesi ve tartışabilmesi maksadıyla aktif olarak bilgi alınacak kaynağın çerçevelerini oluşturur. Neuman vd.’ye (1992) göre kitle iletişim araçları, izleyici ile ilgili kesin kanaatlerini göz önünde bulundurarak hikayelerine spin katarlar (Scheufele, 1999: 105). Böylece akla değil, propaganda gibi duygulara hitap etmekte ve hedef kitlenin duygusal eğilimlerine hitap eden çerçeveler aracılığıyla iletiyi sunmaktadırlar.

Kamuoyu, çerçeveleme olayları ve konuları ile medya tarafından etkili bir şekilde biçimlendirilir. Çerçeveleme, olayı sunan ve tanıtan bir iletişim kaynağı içerir. Çerçeveleme kavramı hem medya içerik araştırmalarına hem de medya – kamuoyu ilişkisi çalışmalarına rehberlik ederek iletişim disiplinlerine ivme kazandırmıştır (De Vreese, 2005: 51). Bu noktadan hareketle etkin halkla ilişkiler şirketleri medyaya etki ederek, kamuoyu oluşturma sürecinde temsil ettiği kurum ya da kuruluşun çıkarlarını öne çıkarabilmektedirler.

### **Kamuoyu Kavramı**

İngilizce’de “public opinion” sözcükleri ile kullanılan kamuoyu kavramı Batı dillerine Latince’deki “publieus” ve “opinion” sözcüklerinden türetilerek girmiştir. Dilimize batılı ülkelerden geçen bu kavram için “amme efkârı”, “kamu efkârı”, “halk efkârı”, “efkarumumiye” gibi karşılıklar kullanılmıştır (Atabek, 2002: 223).

Kapani (1997: 146) kamuyu, “herhangi bir sorun hakkında fikir ve kanaat sahibi olan kişilerden meydana gelen bir grup veya gruplar”; oyu “rasyonel, kesin, pozitif bilgiye dayanan bir fikirden ziyade; az çok belirli bir eğilim, bir görüş, daha doğrusu bir kanaat”; kamuoyunu ise, “belli bir zamanda, belli bir tartışmalı sorun karşısında, bu sorunla ilgilenen kişiler grubuna veya gruplarına hakim olan kanaat” olarak tanımlamıştır. Kamu kavramı, Roma’da ve Antik Yunan’da ayrıcalıklı yurttaşları, Ortaçağ’da soyluları, 16. yüzyıldan itibaren hükümdar ve ona hizmet edenler ile devlet dairelerini tanımlamak için kullanılmıştır. 17. yüzyıldan itibaren ise bugünkü anlamında, toplumun tamamını kapsayacak şekilde kullanılmaya başlanmıştır (Atabek ve Dağtaş, 1998: 195).

İlk kez 1741 yılında İngilizler tarafından “halkın düşüncesi” olarak kullanılan kamuoyu kavramı, 1744 yılında Rousseau tarafından “toplumun tavrı” anlamında kullanılmıştır. 1780’lerde kamuoyu kavramını yaygınlaştıran ilk kişi olarak, Fransa Krallığı’nın Maliye Bakanı Necker bilinmektedir. 18. ve 19. yüzyıllarda şehirleşme, demokratikleşme, sanayileşme, kitle iletişim araçları ve okuryazarlığın artışı ile birlikte yaygınlaşan kamuoyu olgusu ancak 20. yüzyılın başından itibaren gerçek anlamda bilim adamlarının dikkatini çekmiştir (Atabek, 2002: 223-224). “En büyük karar ve yargı organı halktır” görüşünden yola çıkan Hegel kamuoyunu, “bireylerin genel sorunlar üzerine kanaat, düşünce ve önerilerini belirttikleri subjektif ve formel özgürlüğünün toplamı” olarak tanımlamaktadır (Yücedoğan, 1997: 86).

Çoğunluk ve yoğunluk (etkinlik) kamuoyunun belirmesinde rol oynayan başlıca faktörlerdir. Bu faktörlerden yoğunluk faktörü, çoğunluk faktörüne göre daha ağır basmaktadır. Belirli amaçlara yönelmiş ve iyi örgütlenmiş grupların görüşleri, kararsız kalabalıkların eğilimlerinden daha etkili olmaktadır (Kapani, 1997:147-148). Bu bağlamda amaçları doğrultusunda vizyon ve stratejilerini belirlemiş örgütsel yapılar, etkili iletişim yöntemleri kullanarak kendi seslerini daha etkin bir şekilde duyurabilir ve kamuoyunu yönlendirmede başarılı olabilirler.

Kamuoyunun oluşmasında; kişilik yapısı ile ilgili psikolojik faktörler, sosyal çevre, iş ve meslek grupları, yüz yüze yapılan temaslar ve kanaat önderleri ile radyo, televizyon, gazete, dergi, sinema gibi kitle iletişim araçları rol oynamaktadır (Kapani, 1997: 148-150). Günümüzde bu kitle iletişim araçlarına, internet tabanlı bloglar ve sosyal medya araçları da eklenebilir. Ana akım medya kuruluşları da internet ve sosyal medyanın gelişimi ile birlikte “vatandaş gazeteciliği, blog ve sosyal medya” gibi kavramların önemini kavramış ve bu kaynaklardan elde ettikleri içerikleri kendi haber akışlarında kullanmaya başlamışlardır.

Sosyal bilimciler, bireyin davranışını ve kanaatini, bireyin ailesinin, çalışma grubunun ve içinde yaşadığı toplumun davranış ve kanaatleri ile ilişkilendirirken; siyaset bilimciler, kamuoyunu devletin yasama, yürütme ve yargıdan oluşan üç erkenden oluşan davranışını biçimlendiren norm olarak açıklamaktadırlar. Bu bağlamda kamuoyu kişisel ve siyasal olmak üzere iki farklı şekilde kullanılmaktadır (Gökçe, 1996: 211). Demokrasilerde kamuoyunun düzgün bir şekilde oluşması ve gelişmesi; medyanın halka yönetim ile ilgili sağlıklı ve doğru haber aktarması ile mümkündür. Denetim gücünü elinde bulunduran medya kamuoyu duyarlılığının oluşumundaki en önemli araçtır (Gezgin, 2002: 17-18). Medya hem küçük gruplar etrafında oluşan özel kamuoyunun, hem de toplumun genelini ilgilendiren konular etrafındaki genel kamuoyunun biçimlenmesinde etkili konumdadır (Atabek ve Dağtaş, 1998: 192). Bu konumu itibarıyla kamuoyu ile etkileşimde oldukça hassas bir araç olan medya; toplumların içinde buldukları durum ve koşulları, toplumun çıkarlarına olan kurumları ve korunması gereken değer yargılarını zedelememelidir (Yücedoğan, 1997: 86).

Kamuoyunun biçimlenmesi demokratik rejimler, totaliter rejimler ve gelişmekte olan ülke rejimlerinde farklılıklar gösterebilir (Atabek ve Dağtaş, 1998: 192). Gerçek anlamda bir kamuoyu ancak düşünce özgürlüğünün olduğu, fikirlerin serbestçe yayılabildiği, temel hak ve özgürlüklerin sağlandığı hukuki ortamlarda oluşabilir. Çoğulcu demokratik sistemin, kamuoyunun baskısız bir şekilde oluşmasına olanak tanıyan en uygun sistem olduğu söylenebilir. Totaliter rejimlerde mevcut rejimin görüşleriyle bağdaşmayan düşüncelerin yayılması söz konusu olamayacağından; propaganda yoluyla mevcut yönetim tarafından biçimlendirilen güdümlü bir kamuoyundan söz etmek daha doğrudur. Az gelişmiş ülkelerde ise gerçek anlamda bir kamuoyundan bahsetmek oldukça güçtür. Çünkü, sosyo ekonomik, siyasal ve kültürel yetersizlikler kamuoyunun oluşmasını olumsuz yönde etkiler (Kapani, 1997: 153-155).

Welch ve Comer (1975: 5) kamuyu, özel kamu ve genel kamu olarak iki başlıkta incelemişlerdir. Atabek ve Dağtaş’a (1998: 202) göre genel kamu, toplumun genelini

ilgilendiren konuların ele alındığı kişiler ve grupları ifade eder. Toplum genelinde tartışılan her konu genel kamuyu ilgilendirmeyeceğinden; yerel sorunların ve sınırlı sayıda insanları ilgilendiren meselelerin ele alındığı özel kamular oluşur. İnsanların gündelik yaşamları ile alakalı olarak kahvehane, meydan, toplantı salonu gibi yerlerde toplanarak bir sorun hakkında ortak kanaate varmaları sınırlı bir insan grubunu ilgilendirdiğinden özel kamu ile ilgilidir. Bununla birlikte özellikle internetin gelişimi ile mekanın ortadan kalkması, kamusal alanların da giderek azalması ve sanal mekanların oluşması söz konusu olmaktadır.

Oysaki nesnel bir kamuoyunun oluşması için geniş bir tartışma atmosferi bulunmalı, bu tartışmalarda akılcı argümanlar kullanılmalı ve farklı görüşlerin ifade edilmesine izin verilmeli ve ortaya çıkan genel kanaat hayata geçirilmelidir (Kılıç, 2009: 153). İnsanların sosyal olarak varlıklarını sürdürdükleri ve bunun da iletişim aracılığı ile gerçekleştiği göz önünde bulundurulduğunda, nesnel bir kamuoyunun oluşması tek ve bütüncül bir kamusal alanın varlığına bağlıdır.

Yönetim açısından kamuoyu desteği başlangıçta elde edilmek istenen bir kavram iken sonradan yönetimce olumlanan kanaatlerin desteklenmesine dönüşebilmektedir. Bu durum uzun vadede yönetim ile kamu arasındaki ilişkiyi olumsuz etkileyebileceği gibi, ilişkinin tamamen kopmasına da neden olabilmektedir (Tayfun, 2014).

### **Spin Kavramı**

Halkla ilişkilerde genellikle olumsuz bir terim olarak algılanan spin; “bir olay veya bir durumun, kişinin kendi çıkarı doğrultusunda şekillenmesini sağlamak için, tek taraflı ve kendi lehine yorumlarla yönlendirilmesi” olarak kullanılmaktadır (Görgün, 2006: 311). 1990’ların ortalarına kadar siyasi kampanya danışmanlarının etik olmayan davranışları ve aktiviteleri anlamında kullanılan spin; günümüzde halkla ilişkiler personelinin sorunlu bir durumu olumlu hale getirmek için ortaya koyduğu her türlü çaba olarak tanımlanmaktadır (Çınarlı, 2004: 168). Bu çabalar genellikle geleneksel ve sosyal medya üzerinden yapılmaktadır. Bu da, “spin doktorları” olarak nitelenen kişilerin kitle iletişim araçları, editörleri ve sahipleri ile yakın ilişkiler içerisinde olmalarını zorunlu kılmaktadır.

Spini, kaynak ve alıcı arasındaki mesaja farklı bir görüntü ya da bakış açısı verilmeye çalışılan bir süreç olarak tanımlamak mümkündür. Bu süreçte mesaj, iletişim döngüsünde kendi doğal mecrasından çıkartılıp başka mecralara saptırılır ve mesajın içeriğine belli bir görüş noktası ya da ideoloji katılmış olur (Görgün, 2006: 309). Böylece, liderleri, kurumları ve onların politikalarını halk tarafından olumlu olarak algılanacak imajlara dönüştürme söz konusu olmaktadır.

En etkili spin doktorları hükümet, iş dünyası ve medya arasındaki bağlantıda görev yapanlardır. Bu kişiler çok değişik kaynakların fikirlerini ve mesajlarını medyaya taşıma yeteneğine sahiplerdir (Sumpter ve Tankard, 1994: 25). Bricknell’e göre “spin doktor” temsil ettiği kişi ya da kurum hakkında hedef kitleye erişebilecek olumsuz eleştirileri önlemeye çalışır. Ancak, önleyememişse de bu olumsuzlukları lehine çevirmeye yoğunlaşır. Örneğin; spin doktor, “haberlin bir adım önünden koşarak, adı bahis oyunlarına karıştığı için gazetelerin manşetine taşınabilecek bir spor takımının skandal haberini, rutin bir spor haberine dönüştürmeyi becerebilir” (Aktaran Görgün, 2006: 307).

Halkla ilişkilerde amaç; şirketin durumunu en iyi şartlarda etkin bir biçimde sunmak ve beklenen zorlukların önüne geçmeye çalışmak iken, spinde amaç; olayların olumsuz yöne çevrilmesini proaktif olarak engellemek ve rakiplerden önce harekete geçmeye çalışmaktır. Halkla ilişkiler; basın açıklamalarına, basın konferanslarına, konuşmalara, şirket reklamlarına ağırlık verirken, spinde; dolaylı halkla ilişkiler araçlarına başvurulur. Örneğin spin doktorlar; editörler ve yayımcılarla ilişki kurar, gazetecileri çalıştırdıkları medya kuruluşlarında ziyaret etmeye önem verirler. Halkla ilişkilerde ahlâk sahibi ve doğru sözlü olmaya vurgu yapılırken, spinde, doğru olmaya sadık kalmayan yöntemlere vurgu yapılır. Halkla ilişkiler şirket, hükümet ve kamuoyunun ortak çıkarlarını vurgularken; spin doktor yöntemi, müşterinin olayları yorumlayışının medyada yansıtılmasına önem verir (Sumpter ve Tankard, 1994: 24; Görgün, 2006: 316). Bu haliyle spin halkla ilişkilerden ziyade propagandaya daha yakın durmaktadır. Halkla ilişkiler olanı olduğu gibi herhangi bir çarpıtmaya, yanıltmaya ve gereksiz abartmaya yer vermeden yansıtırken propagandada bunun tam tersi bir durum söz konusudur. Bir olay gerektiğinde abartılır ve gerektiğinde de çarpıtılır. Önemli olan istenilen ve elde edilmesi düşünülen sonuçlara ulaşılmasıdır.

Bilgiye ulaşmada gazeteciye ihtiyaç duyan birey; aynı zamanda gazeteci tarafından filtrelenmiş ve çerçevelenmiş haberi okumak durumunda kalmaktadır (Görgün, 2006: 312). Bu durum kontrol edildikleri siyasi ya da ekonomik kurum ve kuruluşlar tarafından yönetilen gazete sayısını da gün geçtikçe arttırmaktadır. Günümüzde gerek ulusal gerekse uluslararası basında, yansız olarak nitelendirilebilecek gazete sayısının oldukça az olduğu bir gerçektir.

Haber cansız ve ruhsuz bir şey değildir, kasten ve bilinçli olarak üretilmektedir. Haber insanların davranış ve hareketlerini biçimlendirir. Haber değeri olan olaylar, rastlantı sonucu oluşmazlar. Bu olaylar bir amacı gerçekleştirmek, düşüncelerimizi ve hareketlerimizi etkilemek için dikkatlice planlanırlar (Ewen, 2008: 22-23). Planlanmış haberlerde hikaye, dikkatli bir şekilde inşa edilmektedir. İnşa edilen haberler, özellikle de haberi planlayanların kontrol ettikleri medya aracılığı ile hızlı bir şekilde kamuoyuna servis edilir. Bu yönüyle medya, siyasi otoritenin kararını ve faaliyetlerini çerçevelemek suretiyle kamuoyunda olumlu bir şekilde algılanmasına hizmet etmektedir.

Richards'a göre son 20 yılda spinin artmasının nedeni medyadır. Milyonlarla iletişim içinde bulunmak isteyen insanlar kulaktan kulağa yöntemine güvenmemekte ve reklamı da ekonomik anlamda karşılayamamaktadır. Bu nedenle spinin, medya patlamasının doğal bir sonucu olduğu değerlendirilmektedir (Aktaran Görgün, 2006: 312).

Politik spin hakkındaki medya tartışmaları ise; bakanlar ve onların danışmanları tarafından medya gündemini belirlemede daha fazla söz sahibi olmak için oynanan taktik oyunlar üzerine yoğunlaşmaktadır (Burton, 2007: 187). Sumpter ve Tankard'a (1994: 20) göre politik spin, "politik tepkileri kontrol etmek amacıyla haber algılarının kasıtlı olarak gölgelenmesi" biçiminde tanımlanabilir.

Patterson 1994 yılında Amerikan seçim kampanyalarının politik yayınlarını analiz etmiştir. Bu analiz sonucunda "konu yayını" ve "stratejik yayını" olmak üzere iki tip politik yayına dikkat çekmiştir. Kerbel ise 1998 yılında bu iki yayına "meta yayını" tipini eklemiştir (Esser vd., 2001: 16-17).



Tablo 2: Politik yayıncılığın gelişim aşamaları

|                | <b>Konu Yayımları</b><br><b>(1900' den itibaren)</b> | <b>Stratejik Yayın</b><br><b>(1972' den itibaren)</b> | <b>Meta Yayın</b><br><b>(1998' den itibaren)</b> |
|----------------|--|---|--|
| <b>Şema</b>    | Politik şema   | Oyun şeması   | Sahne arkası şema                                |
| <b>Çerçeve</b> | Tanımlayıcı  | Yorumlayıcı   | Öz - çözümsel                                    |
| <b>Yayın</b>   | Tarafsız   | Fikir savunucu  | Spontane   |
| <b>Kaynak</b>  | Politikacılar<br>(Ana kaynak)                        | Gazeteciler<br>(Ana kaynak)                           | Spin doktorları<br>(Yeni kaynak)                 |
| <b>Konu</b>    | Politik konular                                      | Kampanyalardaki<br>uyuşmazlıklar                      | Medya manipülasyonu                              |

(Esser vd., 2001: 17)

Savaş zamanlarında hükümetler, vatandaşlarını harekete geçirmek için bazen manevi zarar ve acıya sebep olsa da politikaları için destek inşa etmek durumundadırlar. Kaçınılmaz bir şekilde ülkeyi yönetenler mesajlarını yayması için aralarında basın da bulunduğu demokratik kurumlara güvenmek durumundadırlar (White, 2005: 653).

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

Halkla ilişkilerin önemli isimlerinden birisi olarak kabul edilen Bernays, 1. Dünya Savaşı sırasında “Demokrasi için dünyayı güvenli bir yer yapmak” sloganı ile halka savaşı satan ve geniş çaplı Amerikan propagandasının aracı olan Birleşik Devletler Basın ve Halkla İlişkiler Komitesi’nde görev yapmıştır (Ewen, 2008: 3). 1917 yılında Başkan Wilson tarafından kurulan Basın ve Halkla İlişkiler Komitesi çoğunlukla gazeteleri kullanarak savaş propagandası yapsa da medyanın savaştaki önemini ciddi anlamda farkına varan ilk kişi Hitler olmuştur. Nazi Almanyası iletişim çalışmaları ile hem kendi halkı üzerinde rıza üretimi sağlamış, hem de diğer ülkelerdeki insanlar içinden taraftar toplamıştır. Bu süreçte Hitler, kitle iletişim araçlarını - özellikle de radyoyu - kontrol etmiş, halkla ilişkiler firmaları ile anlaşmış ve gazeteleri kontrol altına almıştır. Savaş propagandasının dehası olarak bilinen Gobbels, Nazi gündemini başarılı bir şekilde Alman ulusuna aktarmıştır (Yıldız, 2007: 4-5). Bu bağlamda Birleşik Devletler Basın ve Halkla İlişkiler Komitesi’nin 1. Dünya Savaşı sırasında yaptığı faaliyetler ilk spin çabaları olarak nitelendirilebilir. Ancak, ilk spin örneklerinin, Hitler ve Gobbels önderliğinde 2. Dünya Savaşı sırasında birçok iletişim aracının eş zamanlı kullanımı ile verildiğini söylemek daha gerçekçi olur.

## **Bir Spin Uygulaması Olarak Körfez Savaşı**

Irak'ın Kuveyt'i işgalinin ardından, Amerikan birlikleri Suudi Arabistan'a yönelik muhtemel bir tehlikeyi önlemek bahanesiyle Körfez'e yerleşmiştir. ABD'ye 35 ülke destek vermiştir. Koalisyonun katılımcıları Suudi Arabistan, Kuveyt, Büyük Britanya, Fransa, Mısır ve Suriye olmuştur. Filistin Kurtuluş Örgütü Irak'a bağlılığını açıklasa da, hiç bir devlet Irak'a gerçek anlamda bir destekte bulunmamıştır. İran, genel anlamda savaşa destek vermezken, Türkiye ise Irak petrol boru hattını kapatmış ve koalisyon güçlerine hava üslerini kullanma teklifinde bulunmuştur (Freedman ve Karsh, 1991: 6).

Amerikan askeri birlikleri, Irak'ın Kuveyt'i işgal etmesinden 5 gün sonra 7 Ağustos 1991'de Suudi Arabistan'a konuşlanmış ve daha çok savunma doktrini içeren Çöl Kalkanı adı verilen harekatı başlatmıştır. Çöl Kalkanı Harekatı, Çöl Fırtınası Harekatı olarak adlandırılan koalisyon güçlerinin hava taarruzlarının başladığı 16 Ocak 1991 tarihine kadar devam etmiştir.

23 Şubat 1991'de kara harekatı başlamıştır. Koalisyon güçlerinin öngörülen taarruz istikametinde bulunan bazı Irak askeri birlikleri ciddi bir direnç gösterse de koalisyon güçlerinin üstün ateş gücü ve hareket kabiliyeti karşısında tutunamamışlardır. Irak'ın aşırı derecede övünülen kimyasal kapasiteli topçu silahlarının kullanıldığına dair de yeterli bir kanıt ortaya çıkmamıştır. Kara harekatının başlamasının üzerinden 48 saat geçmeden 25 Şubat 1991 gece yarısında, Saddam Hüseyin birliklerine düzenli bir şekilde Kuveyt'ten geri çekilme emrini vermiş ve iki gün sonra da Birleşmiş Milletler kararlarına uyacağını ilan etmiştir (Freedman ve Karsh, 1991: 33-34).

Körfez Savaşı, bir savaşın ilk kez televizyondan naklen yayınlanması açısından televizyonculuk tarihindeki ilklerden birisidir. Körfez Savaşı'nda savaş haberleri, televizyon görüntüleri ve canlı yayınlar tarihte ilk defa son teknoloji ürünü silahlarla beraber kullanılmıştır. CNN yayın sinyalleri iletişim teknolojileri vasıtasıyla tüm dünyaya dağıtılmıştır. Amerika Birleşik Devletleri tarafından kurulan yayın havuzlarında toplanan gazeteciler, kendilerine verilen mihmandarlar nezaretinde savaş bölgelerine götürülmüş ve bu bölgelerden yayın yapmışlardır (Çakar, 2003: 25). Mihmandarların, muhabirlerin görmeleri gereken bölgeleri gösterdikleri, görmemeleri gereken bölgeleri ise göstermediklerini söylemek için kahin olmaya gerek yoktur. Böylece kamunun tarafsız bilgi ve haber edinmesinin önüne geçilmiş olmaktadır.

## **Birinci Körfez Savaşı'nın Çerçevesi**

ABD'de sıradan vatandaşlar ve politik elitler Körfez Savaşı öncesi beş aylık dönemde askeri yapılanma meselesini etraflıca tartışırken, haber anlatımları hükümetin savaş hakkındaki uygulamaları üzerinde artan bir fikir birliği olduğu kanısı oluşturmuş ve bu kanıyı kamuoyuna resmetmiştir (Mueller, 1993: 83; Allen vd., 1994: 256). Irak'ın Kuveyt'i işgalini takip eden zamanda sıradan insanlar gibi kongre üyeleri ve diğer elitler de harekatın desteklenip desteklenmemesi konusunda ikiye bölünmüştür. Ama birkaç ay sonra Başkan Bush'a Irak harekatı konusunda Amerikan tarihinde daha önce görülmemiş

oranda bir destek verilmiştir. Savaşı destekleyici yönde kamuoyunun biçimlendirilmesinde medya önemli bir rol oynamıştır (Reese ve Buckalew, 1995: 40).

Ruffini'ye (1992: 283) göre haber programlarının birçoğu Bush yönetiminin Basra Körfezi'ndeki askeri politikalarına muhalif çabaları görmezden gelmiştir. Amerikan medyasında 8 Ağustos 1990'dan 3 Ocak 1991'e kadar Körfez Krizi ile alakalı yapılan 2855 dakikalık TV yayınlarının yaklaşık % 1'ini oluşturan yalnızca 29 dakikası, Amerika Birleşik Devletleri'nin Körfez'e asker çıkarmasına muhalif haberlerden oluşmaktadır (Allen vd., 1994: 257).

Çerçevelemede, politik oyuncular dilsel imaları; konuları tanımlamak, anlamlandırmak ve onları daha geniş politik olaylara bağlamak için kullanmaktadırlar. Esasen çerçeveler, kamunun politik fikir mücadelesinin sınırlarını belirler (Callaghan ve Schnell, 2005: 2). Günümüzde Amerikan ordusu, Amerikan halkının askeri müdahalelere rıza göstermesini sağlamakta gayet başarılıdır. Bu rıza hakimiyetinin temeli 1990 ve 1991'de Çöl Kalkanı ve Çöl Fırtınası Harekatları esnasında atılmıştır (Astore, 2003) günümüzde de hala etkili bir biçimde sürdürülmekte olduğu görülmektedir.

Medya spini modern savaş düzeninin bir gerçeğidir. Çöl Fırtınası Harekatı'nın konsepti; savaşın Amerikan kamuoyuna nasıl sunulacağı konusunda medya spini gerçekliğinden muazzam derecede etkilenmiştir (Felman, 1993: 31-32). McDaniel ve Fineman (1991: 31) Çöl Fırtınası Harekatı Komutanı Orgeneral Norman Schwarzkopf'un basın önünde görünüşünü; Beyaz Saray, Pentagon, Dışişleri Bakanlığı ve CIA'in her gün, gün doğmadan çok dikkatli bir şekilde organize ettiği medya spininin bir parçası olan şaşırtma taktikleri olarak tarif etmişlerdir.

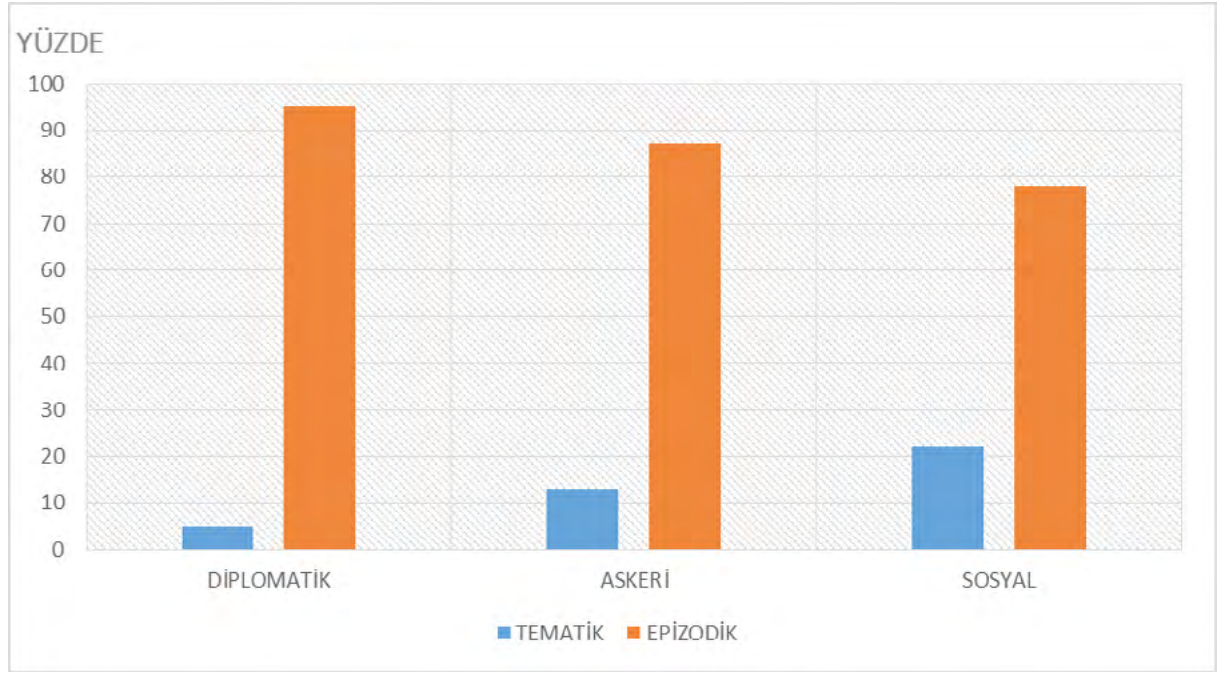
ABD Genelkurmay Başkanı Colin Powell Aralık 1990'da Milli Savunma Üniversitesi'ndeki konuşmasında, askeri başarının en önemli anahtarlarından birisini halkla ilişkiler ve politikanın ileri düzeyde birbirini anlaması ve bu anlayışın askeri alanda icraya dönüşmesi olarak tanımlamıştır. Powell'a göre bir komutan görevini icra edip birliklerini emniyete alır almaz yüzünü televizyona dönmelidir. Çünkü hikayeyi iyi kurgulayamaz ise, o günkü muharebeyi kazanmasına rağmen savaşı kaybedebilir (Woodward, 1991: 155).

Pratkanis ve Aronson'a (1992) göre savaş yalnızca mermilerden, tüfeklerden ve tanklardan ibaret değildir. Aynı zamanda ikna edici taktikleri, kelimeleri ve iletişim çevresini barındırır (Hiebert, 2003: 249). ABD Donanma Enformasyon Subayı Tuğgeneral Brent Baker, A.B.D. Deniz Harp Okulu Dergisi'nde Çöl Fırtınası Harekatı'nda kara, hava ve deniz savaşları kadar savaşın öncesinde, savaş sırasında ve sonrasında kelimelerin ve imajların da hızlı bir mücadelesi olduğunu vurgulamıştır (Felman, 1993: 33).

Çerçeveler tematik ve epizodik olarak sunulabilir. Tematik çerçeveler politik konuları ve olayları ele alırken; epizodik çerçeveler spesifik bir olaya ya da kişiye yoğunlaşır (Callaghan ve Schnell, 2005: 4). Tematik çerçevelemede izleyiciler milli problemler için kültürel normları, ekonomik durumları ve kamu yetkililerinin hareketlerini içeren genel toplumsal faktörleri sorumlu tutma eğilimindedirler. Epizodik çerçevelemede ise izleyiciler milli problemler için toplumsal faktörleri değil; bireylerin veya grupların davranışlarını

sorumlu tutmaktadırlar. Körfez Krizi meselesinde Irak'ı Kuveyt'ten çıkarmak için uygun stratejinin belirlenmesi aşamasında epizodik çerçevelemenin kolayca yayılan sunumu ile askeri tercihlerin; diplomatik ve ekonomik tercihlere nazaran daha fazla güçleneceği umulmuştur (Iyengar ve Simon, 1993: 379).

**Tablo 3: Ocak-Şubat 1991 döneminde Körfez Harekatı haberlerinin Amerikan televizyonlarında çerçevesi**



(Iyengar ve Simon, 1993: 378)

İzleyicilere, her gün Amerika Birleşik Devletleri ve Irak arasında giderek büyüyen çatışmanın yeni epizotları (bölümleri) sunulmuştur. Amerikan basını, çatışmanın ortaya çıkışı ve gelişimindeki temel etkenleri, bölgedeki çekişmelerin tarihi süreci, Irak ve Kuveyt'in sosyoekonomik ve kültürel yapıları vb. çevresel sunumları içeren tematik çerçevelere nadiren yer vermiştir (Iyengar ve Simon, 1993: 377).

Hiç bir Amerikan vatandaşı Kuveyt'i özgürleştirmek için maliyetli bir savaş istememiştir. Bu yüzden seçim zamanında olumlu bir geribildirim alabilmek için; kamuoyuna çabuk ve kolay bir zafer kazanmak izlenimi vermek siyasi iktidar için çok önemli bir amaç olmuş, bu amacı gerçekleştirmek için de ABC, CBS ve NBC kanalları araç olarak kullanılmışlardır (Astore, 2003). Amerikan askeri kaybının ülke içi siyasi desteği azaltacağına farkında olan Amerikan yönetimi, savaş planlarını büyük ölçüde hava harekatı ve kısa bir kara harekatı yapacak şekilde oluşturmuştur. Savaş esnasında yoğun bir medya planlaması yapılmıştır. Amerikan hükümeti savaşı yayınlayan Amerikan ve yabancı gazeteciler için bir haber havuzu oluşturmuştur. Amerikan medyası

da daha önce görülmedik bir şekilde vatanseverlik teması işlenen epizodik çerçeveler oluşturmuştur (Cull, 2006: 2). Medyaya getirilen haber havuzu sistemi gerçekte örtülü bir sansür olarak nitelenebilir. Savaşı takip eden medya mensupları gördükleri ve bilgi sahibi oldukları haberleri değil, askeri yetkililer tarafından oluşturulan haberleri vermek durumunda kalmışlardır.

Kamuyu Bilgilendirmeden Sorumlu Savunma Bakan Yardımcısı Pete Williams tarafından; muharebe alanındaki tüm gazetecilerin resmi olarak oluşturulan medya havuzu mensubu olması ve faaliyetlerine kamuyu bilgilendirme subaylarının nezaret etmesi, tüm röportaj ve görüntülerin yayımlanmadan önce kamuyu bilgilendirme subayları tarafından güvenlik taramasından geçirilmesi ve ciddi şekilde yaralanan Amerikan askerleri ile ilgili haber yapılmamasının teşvik edilmesi gibi çeşitli kısıtlamalar içeren yeni basın ilkeleri geliştirilmiştir (Snyder, 2003: 15).

Allen vd. (1994: 272) göre Amerikan hükümetinin savaş politikasının sembolik olarak çerçevesi, Amerikan halkının savaşa destek vermesine etki etmiştir. Birincisi seçilen dilin özelliği ve CNN tarafından adaptasyonu sağlanan kaynakların sembolik olarak çerçevesi; ikincisi ise protestolar ve savaş karşıtı görüşlerin negatif anlamda sunulmaları üzere savaş yayıncılığına iki değişik açıdan yoğunlaştırılmıştır. Medyanın sessizlik sarmalına katkısı sadece karşıt görüşleri olumsuz bir biçimde sunmak ile sınırlı kalmamış; vatanseverlik, milliyetçilik ve askerlik ruhu gibi sembolik değerlere başvurarak kamuoyunun savaşı olumlu bir şekilde değerlendirmesini de sağlamıştır.

Çöl Kalkanı ve Çöl Fırtınası Harekatlarını içeren Körfez Krizi ve Savaşı'nda Amerikan politikasında medya faktörü önemli rol oynamıştır. Vietnam Savaşı'ndan alınan dersler sonucu, Körfez Savaşı planlamasında uluslararası bir koalisyonun varlığı, Birleşmiş Milletler kararları ile desteklenmiş bir hareket ve sınırları kesin olarak belirlenmiş bir savaş alanı gibi konulara önem verilmiştir (Cull, 2006: 2). BM kararı ile hareket edilmesi Körfez Harekatı'na hukuki bir meşruiyet kazandırmıştır. Ancak, savaşın gerekli olduğuna halkı inandırma ve halkın nezdinde savaşın meşruiyet kazanması medya aracılığıyla olabilmektedir.

Başkan Bush, Beyaz Saray'da 12 Eylül 1990 tarihinde çekilen ve Irak televizyonunda 16 Eylül 1990'da Arapça altyazı ile yayınlanan konuşmasında, Irak halkına seslenmiş; Amerika Birleşik Devletleri'nde olduğu gibi, Irak ve tüm dünyada da hareketin gerekliliği ve kaçınılmazlığı konularında kamuoyu oluşturmayı amaçlamıştır:

“Bizim Irak halkı ile bir meselemiz yok. Birçok kez söyledim ve şimdi de tekrar edeceğim. Bizim tek maksadımız Saddam Hüseyin tarafından emri verilen işgalin karşısında durmaktır” (New York Times, 13 Eylül 1990).

Başkan Bush'un Amerikan hükümetinin bitmek bilmez bir şekilde yürüttüğü diplomatik girişimlere, hareketin sebeplerine ve hukuki meşruiyetine dair açıklamalarda bulunduğu savaş duyurusu bir çok televizyon kanalı tarafından Amerikan halkına duyurulmuştur:

“...İki saat önce, müttefik hava kuvvetleri Irak ve Kuveyt'teki askeri hedeflere hava taarruzuna başladı. Söylediğim gibi taarruzlar devam etmektedir. Şu an için kara kuvvetleri dahil değildir. Bu çatışma, Irak diktatörünün 2 Ağustos'ta küçük ve savunmasız komşusu Kuveyt'i işgali ile başladı. Arap Ligi ve Birleşmiş Milletler üyesi olan Kuveyt ezildi, insanlarına zalimce davranıldı. Beş ay önce

Saddam Hüseyin Kuveyt karşısında bu acımasız savaşı başlattı. Bu akşam bu savaşa müdahil olduk. Aylardır Birleşmiş Milletler ile diğer birçok ülkeyi kapsayan ve neredeyse bitmek bilmeyen diplomatik girişimleri takip eden bu askeri hareket, Birleşmiş Milletler ile mutabık kalınarak ve A.B.D. Kongresi'nin de onayı alınarak hayata geçirildi..."(CNN, 16 Ocak 1991).

Bush'un Irak halkına ve dünya kamuoyuna hitaben yaptığı konuşmaların Kara Harekatı'nın ciddi bir Irak direnci ile karşılaşmadan kısa bir sürede hedefine ulaşarak sonlanmasına katkı sağladığı değerlendirilmektedir.

Savaş duyurusunun ardından yapılan birçok televizyon yayını Başkan Bush'un açıklamaları etrafında şekillenmiştir. 16 Ocak 1991 tarihinde CNN canlı yayınında Muhabir Robert Vito San Diego'da bulunan denizci asker eşleri ile Körfez Harekatı hakkında bir görüşme gerçekleştirmiştir. Robert Vito, görüşmede denizci eşlerinin kim olduğu, nerede görevli olduğu, savaşı destekleyip desteklemedikleri, Başkan Bush'un savaş konuşmasını nasıl değerlendirdikleri ve söz konusu savaş hakkında neler düşündükleri gibi sorular sormuştur. Asker eşlerinden Deneise, askerlerin "Çılgın Adam" Saddam Hüseyin'i yenip tekrar ülkelere döneceklerini, Kay Hunter, harekatı tam anlamıyla desteklediğini ifade ederken; Charlotte ise Saddam Hüseyin'in yaptıklarının bedelini ödeyeceğini ifade etmiştir (CNN, 16 Ocak 1991).

Çöl Fırtınası harekatının planlama esnasında Amerikan politikacıları ve askeri yetkilileri koordineli bir şekilde medya vasıtasıyla Amerikan kamuoyuna Amerikan ordusunun Irak ordusuna oranla daha üstün teknolojik savaş araçlarına sahip olduğunu aktarmışlardır. Burada amaç, Amerikan halkında; bu teknolojik üstünlüğe sahip Amerikan ordusunun savaşı çok kısa bir sürede ve minimum zayıyla başarılı bir şekilde bitireceği algısını oluşturmaktır.

Televizyonlar, uydu aracılığıyla muhabirleri ile Beyaz Saray, Pentagon, Suudi Arabistan'daki askeri üstlerde görev yapan yetkililerle, haber stüdyolarında konuk ettikleri emekli Amerikan askeri yetkililerin görüşlerini aktarmışlardır. Bunda amaç, kamuoyunda; bombardımanın sivillere zarar vermeden sadece askeri ve endüstriyel hedefleri büyük bir başarı ile yok ettiği imajını vermektir. Siyasi yetkililerin söylemlerinin haber kaynakları tarafından eleştirisiz kabulü; kamuoyunda çabuk ve temiz bir zafer algısının oluşması ile sonuçlanmıştır. Savunma Bakanlığı'nın beyanlarını nakledemediklerinde, haber spikerleri sürekli olarak silahların performanslarını ve Irak ordusunun Amerikan bombardımanına karşılık vermedeki yetersizliği konularına değinen emekli askerlere dönmüşlerdir (Astore, 2003). Medya, dürüst gazetecilik prensiplerini ciddiye alıp uygulamış olsaydı, haber programlarında emekli askerlerin bu kadar fazla görünmesi ve kolay zafer algısının vurgulanması yerine savaşın ABD, Irak ve bölgeye yönelik olası maliyetlerinin kamuoyuna anlatılması gerekirdi. Özellikle bölgede oluşması muhtemel kaosun uzun süre etkisinin devam edeceği ve bölgeyi etkileyeceği dünya kamuoyuna aktarılabilirdi.

Askeri olaylar acımasızdır. Irak'ın Kuveyt'i altı ay boyunca işgali de şüphesiz öyleydi. Amerikalılar, Irak ordusunun Nazi ordusundan aşağı kalır bir yanı olmadığı konusunda senaryolar üretmeliydi (Holland, 2014). Amerikan halkının neredeyse tamamına yakını Kuveyt'in haritadaki yerini bile bilmiyordu. Böyle bir durumda savaşın amacının sadece "Kuveyt'i özgürleştirmek" olarak kamuoyuna sunulması hata olabilirdi.

Teknolojik üstünlük ile çabuk ve kolay bir zafer algısının yanında Amerikan çıkarlarının da açık ve net bir şekilde belirtilmesi gerekiyordu. Bu yüzden Amerikalı yetkililer Suudi Arabistan sınırında konuşlanmış Irak askeri birlikleri hikayesini üreterek, ABD'nin en büyük petrol tedarikçilerinden olan Suudi Arabistan'a yardım etmekle Amerikan çıkarlarının korunacağı algısını kamuoyuna sunmuşlardır.

Holland'a (2014) göre Bush'un dayanağı, Irak'ın Suudi Arabistan'ı da kuşatması ihtimaliydi. Çok gizli uydu görüntüleri verilerine göre, Pentagon yetkilileri 1990 yılının Eylül ayı ortalarında 250.000 kişilik Irak ordusunun 1500 tankıyla beraber Suudi Arabistan sınırına dayanarak, ABD'nin en büyük petrol sağlayıcısını tehdit edeceğini değerlendiriyordu. Bush, Ağustos 1990'da Körfez'de Amerikan birliklerini konuşlandığı açıklaırken, bu hareketin amacının Suudi Arabistan hükümetinin kendi vatanını korumasını desteklemek olduğunu ifade etmiş; barış için doğru olanın yanında olmak, yanlış olana da karşı durmak için Amerikan halkından destek istemiştir. Ama St. Petersburg Times'dan Jean Heller, Bush hükümetinin ortaya koyduğu iddiaları tatmin edici bulmayarak, Amerikan istihbaratın Suudi Arabistan sınırında olduğunu iddia ettiği büyük ve tehditkar orduyu görebilmek için iki farklı ticari uydunun görüntülerini incelemiştir. Sonuç bomboş çölden başka bir şey değildir. Jean Heller, kendi gördüğü görüntüleri yanlışlayan bir delil için Dışişleri Bakanı Dick Cheney ile irtibat kursa da, aldığı cevap sadece; "Bize güvenin" olmuştur.

Medya, Saddam Hüseyin'in kamuoyuna negatif olarak sunulması için çaba sarf etmiştir. Bazı medya organları "Kuveyt'in ırzına geçilmesi" tabirini kullanarak Saddam Hüseyin'i Kuveyt halkına zalimce işkence yapan bir yabani olarak tarif etmiştir. Bu süreçte medya Saddam Hüseyin için "dünyanın en tehlikeli adamı", "Ortadoğu'yu yönetmek isteyen deli adam", "Bağdat kasabı", "teröristlerin babası", "hayalperest" gibi tanımlamalar kullanmıştır. Bununla birlikte Saddam Hüseyin sürekli olarak Hitler ile kıyaslanmıştır. Irak ordusu ise "şeytanlar" olarak tarif edilmiştir. Medya bunlarla birlikte Irak askerlerinin Kuveyt'te bebekleri katlettiği ile ilgili dedikoduları da yayımlamıştır (Kamioka, 2001: 67).

Ekim 1990'da Kongre İnsan Hakları Komitesi'nde yapılan bir konuşma savaş senaryolarından birisinin üretiminde kritik bir rol oynamıştır. Bu konuşmada sadece ilk ismini veren Nayirah adındaki genç bir kız; Kuveyt'in Al – Adan Hastanesi'nde gönüllü olarak çalışırken Irak askerlerinin bebekleri kuvözlerinden alarak onları soğuk zeminde ölüme terkettiğine tanıklık ettiğini belirtmiştir (Cull, 2006: 15). Nayirah'ın anlattıkları bomba etkisi yaratmış, tanık olduğunu iddia ettiği olaylar o akşam ABC kanalının "Nightline" ve NBC kanalının "Nightly News" haber programlarında yayımlanmıştır. Yedi senatör genç kızın sözde tanıklık ettiği olaylara konuşmalarında yer vererek kamuoyuna savaşa destek vermeleri çağrısında bulunurken, Bush da bu hikayeyi on farklı konuşmasında tekrar etmiştir (Holland, 2014).

Kuvöz hikayesi Amerikan halkının askeri hareketi destekleyip desteklememe konusundaki fikirlerini önemli oranda etkilemiştir. Amerikan halkı, Kuveyt'teki Al- Adan Hastanesi'nde kuvözdeki 15 bebeğin ölüme terk edilmesine gözyaşlarıyla tanıklık ettiğini iddia eden ve 10 Ekim 1990'da Kongre İnsan Hakları Komisyonu üyelerini, anlattığı hikaye ile şok eden 15 yaşındaki Kuveytli kız çocuğu Nayirah'ın kim olduğunu öğrenmek

isteyebilirdi. Bunu engellemek için, California'dan Demokrat Tom Lantos ve Illinois'den Cumhuriyetçi Edward Porter'den oluşan Kongre Grubu Başkanlık Heyeti, Nayirah'ın işgal altında yaşayan ailesinin herhangi bir misillemeye kurban gitmesini önlemek ve onları korumak için Nayirah'ın kimliğinin gizli tutulması gerektiğini açıklamışlardır (Mac Arthur, 1992).

Nayirah Kuveyt'in Amerikan Büyükelçisi Saud Nasir al-Sabah'ın kızıydı. McArthur'a (1992) göre Nayirah'ın kongre üyelerinin dikkatini nasıl çektiğinin bir açıklaması bulunmaktadır. Lantos'un ve de Porter'in askeri müdahale yapılması için kongrede lobi faaliyetlerinde bulunan Özgür Kuveyt Vatandaşları Girişimi için çalışan Hill ve Knowlton PR firması ile yakın ilişkileri vardı. Hill ve Knowlton PR Firması Başkan Vekili Gary Hymel; Lantos ve Porter ile Özgür Kuveyt Vatandaşları Girişimi Başkanı Hassan al-Ebraheem'in yaptıkları görüşmeyi organize etmiştir.

Tom Regan'a göre Özgür Kuveyt Vatandaşları Girişimi, Amerikan halkının savaş konusunda siyasi otoriteye destek vermesi amacıyla kampanya ve lobi faaliyetlerinde bulunması için Hill ve Knowlton PR Firması'na 10,7 milyon dolar ödeme yapmıştır. Regan'a göre bu çok normaldir. Çünkü firmanın başkanı Craig Fuller, Ronald Reagan'ın başkan vekili olarak görev yaptığı sırada George Bush'un başdanışmanı olarak görev yapmıştır (Holland, 2014). Cull'a (2006: 15) göre kuvöz hikayesi Batı dünyasında çok fazla ilgi görmesine rağmen, Arap dünyasında çok da fazla ilgi görmemiştir. Spin, Amerikan kamuoyundan olumlu geribildirim alabilmek amacıyla daha çok Amerikan halkına yönelik yapılmıştır. Amerikan kamuoyunda savaşın kaçınılmaz olduğu, kuvvet kullanmaktan başka seçenek kalmadığı ve Amerikan çıkarlarının korunması gerektiği algısı oluşturulmaya çalışılmıştır.

## Sonuç

Dünya kamuoyunda savaşın meşruiyetinin sağlanması için Amerikan siyasi otoritesi söylemlerinde defalarca diplomatik girişimlerde bulunulduğu, buna rağmen Saddam Hüseyin'in bu girişimleri çok da önemsemediği vurgulanmıştır. Bununla birlikte her fırsatta Birleşmiş Milletler şemsiyesi altında alınan kararlara dikkat çekilerek savaşın haklı hukuki sebepleri, basın aracılığı ile kamuoyuna duyurulmuştur.

Amerikan siyasi ve askeri otoriteleri tarafından üretilen hikayeler basın tarafından genellikle epizodik olarak çerçevelenmiş; bu çerçevelerde savaşın sorumlusunun Saddam Hüseyin ve ordusu olduğu algısı oluşturulmaya çalışılmıştır. Epizodik çerçevelerle üretilen hikayeler, medya vasıtası ile hızlı bir biçimde yayılmış ve Amerikan kamuoyunun savaşa olumlu bakması sağlanmıştır. Bununla birlikte "Bağdat Kasabı", "Yeni Hitler", "Bebek Katilleri", gibi söylemler ile hem Saddam Hüseyin hem de Irak Ordusu üzerinde imaj manipülasyonu yapılmıştır.

Propaganda uzmanı bilim adamları, kitle iletişim araçlarını ve özellikle yeni iletişim teknolojilerini (uydular) savaş öncesinde ve esnasında etkin bir şekilde kullanmışlardır. Ayrıca bölgede görev yapan gazeteciler için bir haber havuzu kurularak, kamuyu bilgilendirme subaylarının güvenlik kontrolünden geçmeyen haber ve dokümanların



medyaya servisi engellenmiştir. Haber havuzlarında kolay ve çabuk zafer algısının, teknolojik üstünlüğün, savaşın meşruiyetinin ve Amerikan çıkarlarının çerçeveslendiği bazı haberlerin yapılması teşvik edilirken, gazeteciler özellikle Amerikan ordusunun kayıp ve yaralıları hakkında haber yapılmaması konusunda yönlendirilmeye çalışılmıştır.

Siyasi liderler CIA ve Pentagon vasıtasıyla spini etkin bir şekilde kullanmışlardır. Kritik görevdeki komutanlar basın açıklamalarını her gün Pentagon ve CIA'den aldıkları taktikler doğrultusunda spin oluşturmuşlardır. Böylece, başta Amerikan kamuoyu olmak üzere diğer ülkelerin kamularının Körfez Savaşı'nın gerekli olduğuna ikna edilebildiği söylenebilir.

### Kaynakça

Allen, B., O'Loughlin, P., Jasperson, A. ve Sullivan, J. L. (1994). "The media and the Gulf War: Framing, Priming, and The Spiral of Silence". Polity. 27(2): 255-284.

Astore, W. (2003). "Spinning Desert Storm: TV Coverage of a Pentagon Production", The Contrary Perspective Ağ Sitesi: <http://contraryperspective.com/2013/12/18/spinning-desert-storm-tv-coverage-of-a-pentagon-production/>, Erişim tarihi: 05 Aralık 2015

Atabek, N. (2002). "Kamuoyu, Medya ve Demokrasi". Kurgu Dergisi, (19), ss. 223-238.

Atabek, N. ve Dağtaş, E. (1998). *Kamuoyu ve İletişim*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Kütüphane ve Dokümantasyon Merkezi.

Burton, B. (2007). *Inside Spin: The Dark Under Belly of the PR Industry*. Allen and Unwin.

Callaghan, K. ve Schnell, F. (2005). *Framing American Politics*. University of Pittsburgh Press.

Chomsky, N., Herman, E., Peterson, D. ve Podor, J. (2004). *Medyanın Kamuoyu İmalatı* (çev. A.Köymen, E. Kalak, H. Alpmen, Ö. İnciler, I. Esendir). İstanbul: Chiviyazıları Yayınevi.

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

Çakar, M. (2003). "Savaş ve Medya". Pivolka Özel Sayısı, ss. 25-27.

Çınarlı, İ. (2004). "Döngü Uzmanları (Spin Doctors), Medyatik Yalan ve Kamu Manipülasyonu". İletişim, 1(1), 165-174.

Cull, N. J. (2006). "The Perfect War: US Public Diplomacy and International Broadcasting During Desert Shield and Desert Storm", 1990/1991. Transnational Broadcasting Studies, 15, 1-45.

D'Angelo, P. (2002). "News Framing as a Multiparadigmatic Research Program: A Response to Entman". Journal of Communication, 52(4): 870-888.

De Vreese, C. H. (2005). “*News framing: Theory and typology*”. Information Design Journal+ Document Design, 13(1): 51-62.

Entman, R. M. (1993). “*Framing: Towards Clarification of a Fractured Paradigm*”. Journal of Communication, 43(4): 51-58.

Esser, F., Reinemann, C., ve Fan, D. (2001). “*Spin Doctors in the United States, Great Britain, and Germany Meta Communication About Media Manipulation*”. The Harvard International Journal of Press/Politics, 6(1): 16-45.

Ewen, S. (2008). *PR!: A Social History of Spin*. Basic Books.

Felman, M. D. (1993). *The Military / Media Clash and The New Principle of War: Media Spin*. Alabama: Air University Press.

Freedman, L. ve Karsh, E. (1991). “*How Kuwait Was Won: Strategy in the Gulf War*”. International Security. pp. 5-41.

Gezgin, S. (2002). “*Medyanın Toplumsal İşlevi ve Kamuoyu Oluşumu*”. İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, (1), ss.11-20.

Gökçe, O. (1996). “*Kamuoyu Kavramının Anlam ve Kapsamı*”. Kurgu Dergisi, (14), ss. 211-227.

Görgün, A. (2006). “*Türkiye’de Yeni Bir İletişim Eğilimi: Spin Doctor*”. 2. Ulusal Halkla İlişkiler Sempozyumu, Kocaeli.

Güran, M. S. (2013). “*Çerçeveleme Teorisinin Halkla İlişkilerde Kullanımı*”. Selçuk Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Enstitüsü Türkiyat Araştırmaları Dergisi, (34), ss. 299-314

Hiebert, R. E. (2003). “*Public Relations and Propaganda in Framing The Iraq War: A Preliminary Review*”. Public Relations Review, 29(3): 243-255.

Holland, J. (2014). “*The First Iraq War Was Also Sold to the Public Based on a Pack of Lies*”, Moyers and Company Ağ Sitesi: <http://billmoyers.com/2014/06/27/the-first-iraq-war-was-also-sold-to-the-public-based-on-a-pack-of-lies/>, Erişim tarihi: 12 Kasım 2015

Iyengar, S. ve Simon, A. (1993). “*News coverage of the gulf crisis and public opinion a study of agenda-setting, priming, and framing*”. Communication Research, 20(3): 365-383.

Kamioka, N. (2001). “*Support Our Troops: The US Media and the Narrative of the Persian Gulf War*”. The Japanese Journal of American Studies, (12): 65-81.

Kapani, M. (1997). *Politika Billimine Giriş* (Onuncu Basım). Ankara: Bilgi Yayınevi.

Kılıç, S. (2009). “*Kamuoyu Oluşum Sürecinde Sosyal Hareketler ve Medya*”. Niğde Üniversitesi İİBF Dergisi, 2(2): 150-167.

MacArthur, J. R. (06 Ocak 1992). “Remember Nayirah, Witness for Kuwait?”. The New York Times.

McDaniel, A. ve Fineman, H. (Şubat 1991). “The President’s Spin. Patrol: How the Administration Wages its PR War”. *Newsweek*.

Mueller, J. (1993). *American Public Opinion and The Gulf War*. Pittsburgh U Press.

Neuman, R. W., Just, M. R. ve Crigler, A. N. (1992). *Common knowledge. News and the construction of political meaning*. Chicago: University of Chicago Press.

Özarslan, H. (2007). *Çerçeveleme Yaklaşımı Açısından Haber Çerçevelerinin İzler Kitle Düşünceleri Üzerindeki Etkisi*, Doktora Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.

Pratkanis, A. ve Aronson, E. (1992). *Age of propaganda. The Everyday Use and Abuse of Persuasion*. New York: W. H. Freeman and Company.

Price, V., Tewksbury, D. ve Powers, E. (1997). “Switching trains of thought the impact of news frames on readers’ cognitive responses”. *Communication Research*, 24(5): 481-506.

Reese, S. D. ve Buckalew, B. (1995). “The militarism of local television: The routine framing of the Persian Gulf War”. *Critical Studies in Media Communication*, 12(1): 40-59.

Rosenthal, A. (13 Eylül 1990). “Bush Tapes Message for the Iraqi TV”. *New York Times*.

Ruffini, G. (1992). “Press Failed to Challenge The Rush to War”. *The Media and The Gulf War*.

Ryan, C., Carragee, K. M. ve Meinhofer, W. (2001). “Theory into practice: Framing, the news media and collective action”. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 45(1): 175-182.

Scheufele, D. A. (1999). “Framing as a Theory of Media Effects”. *Journal of Communication*, 49 (1): 103-122.

Scheufele, B. (2004). “Framing-effects Approach: A Theoretical and Methodological Critique”. *Communications*, 29(4), 401-428.

Shaw, B. (16 Ocak 1991). “President George H.W. Bush addressing the nation from the Oval Office”. Washington: CNN.

Snyder, J. B. (2003). *Seeing Through the Conflict: Military-Media Relations*. US Army War College Strategy Research Project.

Sumpter, R., Tankard, J. W. (1994). “The Spin Doctor: An Alternative Model of Public Relations”. *Public Relations Review*, 20(1): 19-27.

Tayfun, R. (2014). Kamuoyu Oluşum Süreçleri Perspektifinden Kamuoyunu Anlamak. Aysel Aziz, Suat Sungur (Ed.), *İletişim Ve...* içinde (253-269). İstanbul: Hiperlink.

Vito, R. (16 Ocak 1991). *Interview with Military Wives*. San Diego: CNN.

Welch, S., ve Comer, J. (Eds.). (1975). *Public Opinion: Its Formation, Measurement and Impact*. Mayfield Pub. Co.

White, A. (2005). “*Truth, Honesty and Spin*”. *Democratisation*, 12(5): 651-667.

Woodward, B. (1991). *The Commanders*. New York: Simon and Schuster.

Yeo, E. H., Park, K. W. ve Arabi, A. (2007). “*News Framing West Nile Virus æ an Outbreak of New Health Hazard*”. *Journal of Humanities and Social Sciences*, 1(2): 1-14.

Yıldız, N. (2007). *Tanklar ve Sözcükler*. İstanbul: Alfa Basım Yayınları.

Yücedoğan, G. (1997). “*Medya-Kamuoyu İlişkisi*”. İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Hakemli Dergisi, (6): 83-87.