



# Middle Black Sea Journal of Communication Studies

*International Peer-Reviewed Journal*

<http://dergipark.gov.tr/mbsjcs>



Research/Araştırma

Middle Black Sea Journal of Communication Studies. 2017. 2(1): 8-15



## Küresel Medya ve İletişim Anlayışında Aktüel Enformasyondan Dezenformasyona Yöneliş\*

**Nurhayat Yoloğlu<sup>1</sup>**

Ondokuz Mayıs Üniversitesi

İletişim Fakültesi, Gazetecilik Bölümü

### Özet

Enformasyon, günümüzde medya olarak adlandırdığımız kitle iletişim araçlarının temel ögesidir ve gerek seçim, gerek hazırlanış gerekse yayılım süreçlerinde yeni dünya düzenine paralel bir değişim göstermektedir. Bu çalışma, küreselleşen medya anlayışında aktüel enformasyonun değişim sorunsalını ele almakta ve özellikle savaş ve kriz dönemlerinde enformasyondan dezenformasyona yönelik sorununu medya etiği ve medya politikaları açısından incelemeyi amaçlamaktadır. Çalışma sırasında betimsel yöntem kullanılmış, ayrıca küresel medyada geniş ve etkin yer almış olan Körfez Krizi, Balkanlardaki çatışmalar ve 11 Eylül terör saldırıları medya etiği ve medya politikaları açısından incelenmiştir. Sonuç olarak küreselleşen medya içeriğinde değişen iletişim anlayışında, propaganda ve imaj oluşturma adına dezenformasyona yoğun bir yöneliş olduğu saptanmıştır. Çalışma sonucunda uluslararası medya alanında dezenformasyonu önlemeye yönelik bir takım öneriler ortaya konmuştur.

**Anahtar Kelimeler:** Enformasyon, Aktüel Enformasyon, Dezenformasyon, Medya ve İletişim Etiği

## From Actual information to disinformation in Globalizing Media and Communication

### Abstract

Information, as one of the basic elements of the means of mass communication which is called media, shows a paralld change with the world order in selection, preparation and expansion periods. This research takes on the change problematic of the actual information in globalizing media perception and aims to examine the problem of departure from information to disinformation from the viewpoint of media ethics and media policies, especially in war and crisis periods. Methodology of description is used in the research and also Golf Crisis, conflicts in Balkans and September 11 terrorist attacks which have been extensively and actively appeared in the global media, have been examined from the viewpoint of media ethics and media policies. As a result, it has been established that there is an intensive towards disinformation on behalf of creating image and propaganda in the changing communication understanding in globalizing media content. As a consequence of the research, some offers have been put forth for avoiding disinformation in the international media area.

**Key Words:** Information, Actual Information, Disinformation, Media and Communication Ethics

© 2017 OMU

\* Bu çalışma, Prof. Dr. Gül Batuş tarafından yönetilen "Küreselleşen Medya Anlayışında Aktüel Enformasyondan Desinformasyona Yöneliş Sorunu" isimli doktora tezinden türetilmiştir.

<sup>1</sup> Yrd. Doç. Dr., Tel.: +90 362 312 19 19/ 4732 E-Mail adresi: nurhayat.yologlu@omu.edu.tr

## 1. Giriş

İnsanlar ve hayvanlar yaşamlarını sürdürebilmek ve nesillerini devam ettirebilmek için genetik kodlardan oluşan kalıtımla ilgili enformasyonlara sahiptirler. Ancak insanları hayvanlardan ayıran en büyük fark onların enformasyonel oluşumlarıdır. Enformasyonel oluşum yüksek ayrımlı konuşma, bilinçli olma, dış dünyayı algılama, gelişmiş işbölümü, kültür, tecrübelerin diğer nesillere aktarımı (sözlü ve sözsüz kodlama), eğitim ve geleneklere sahip olunması anlamında kullanılmaktadır.

Birey ve halkın enformasyonel oluşum hakkının temelleri sosyal enformasyon güdüsünün içinde yer almaktadır. Buna göre prensipte günümüz insanı Descartes'ın "Cagito ergo sum" (düşünüyorum, öyleyse varım) mantığını takip ederek kesin bilgiye giriş yolu olan şüpheyi araç olarak kullanarak dünyayı yeni formatlara sokabilecek bilgilere sahip, değerli bir vatandaş konumunda bulunmayı istemektedir. Aynı zamanda kişisel ve toplumsal yaşamının oluşumu için önemli, güncel dokümanları elde etmesini garanti eden yasal bir silaha sahip olmayı talep etmektedir. Bu silah enformasyon hakkı ve ifade özgürlüğüdür. 4 Temmuz 1776 tarihinde yayınlanan "Amerikan Bağımsızlık Bildirgesi"nde, insanlık tarihinin en önemli olaylarından biri olan 1789 Fransız Devrimi sonucu açıklanan "İnsan ve Vatandaş Hakları Bildirgesi"nde ve 10 Aralık 1948 tarihinde Birleşmiş Milletler Örgütü İnsan Hakları Komisyonunca hazırlanıp kabul edilen "İnsan Hakları Evrensel Bildirgesi"nde serbest düşünce ve ifade özgürlüğünün insanın en değerli hakkı olduğu belirtilmektedir. Buna göre her vatandaşın, serbestçe yazma, konuşma ve basma hakkına sahip olması ve hiçbir kanunun bu özgürlüğün kötüye kullanımını tanımaması gerektiği vurgulanmaktadır.

Günümüzde modern teknolojik iletişim araçları ve bilgi transferi sonucu bireyler yalnızca devletin sınırladığı bilgilerle yaşamamaktadırlar. Artık dünya çapında bir bilgi akışı ve buna bağımlı bireylerden söz edilmektedir. Üstelik bu bilgi akışı yalnızca kültürel gelişme ile ilgili olarak değil, dünya çapında ekonomik çevre yönetimiyle de ilgilidir. Küreselleşmiş dünya düzeninin görünen aktörleri, ulus-ötesi medya girişimcileridir ve onlar bilgi adına hareketlilik veya durağanlık oluşturmaktadırlar. Bacon'un söylediği gibi bilginin güç olduğu ve bilgiyi elinde bulunduranın hakimiyetinin, daha fazla hissedildiği günümüzde gerçek ve objektif bilgiye daha çok ihtiyaç duyulmaktadır. Çünkü küresel dünya düzeninde artık daha çok tek yönlü seçicilik, dezenformasyon ve manipülasyon tehlikesi yaşanmaktadır.

Medya ve iletişim alanındaki dezenformasyon sorununa dikkat çekmek için yazılan bu makalenin birinci kısmında genel olarak Enformasyonun önemi, tanımı ve temel özelliklerine değinilmiştir. Sonra aktüel enformasyon ve aktüel enformasyonun gerçeklik ve objektiflik olguları vurgulanmıştır. Daha sonra dezenformasyon konusu 11Eylül ve Balkanlardaki çatışma örnekleri altında medya etiği açısından incelenmiş, makalenin sonuç bölümünde dezenformasyon sorununun çözümüne yönelik önerilerde bulunulmuştur.

## 2. Enformasyon Kavramı ve Temel Özellikleri

Latince *Informatio* kelimesinden türetilen kavram eski Roma'da *Çıçero* gibi felsefi düşünürler tarafından bilinen ve kullanılan bir kavramdır (Seiffert, 1970: 24). *in-forma-tio* kelimelerinin birleştirilmesiyle oluşturulmuştur. "forma" bir biçim, "tio" bir faaliyetin sonucunu bildirmek amacıyla kullanılan bir ektir. Kelime ve ekler birleştirildiğinde bir düzene sokma, biçimlendirme, ortaya çıkarma, birşey sunma gibi anlamlara gelmektedir. Ancak Enformasyonun taşıdığı anlam, kelime anlamından daha geniştir. Örneğin, eski Roma'da *Enformation* kavramı, bir öğretmen tarafından ders aracılığıyla verilen eğitimi anlatmak veya pedagojik eğitim ve yöntemlerinin açıklanması ve bildirilmesi biçiminde verilen eğitimi ifade etmek için kullanılmıştır (Seiffert, 1970: 26).

Enformasyon kavramının Türkçe karşılığı olarak, danışma, tanıtma veya haber alma, haber verme, haberleşme kavramları kullanılmaktadır. Ancak enformasyon kavramının bütün anlamlarını tek bir terim altında karşılayan Türkçe bir karşılık bulunmamaktadır. Bu nedenle bu çalışmada "enformasyon" kavramının kullanılması tercih edilmiştir.

Geçmişten günümüze kadar olan süreye bakıldığında, enformasyon kavramı kullanımının zamana bağlı olarak modern, teknik ve ticari gelişmelerden etkilendiği ve sürekli bir gelişme gösterdiği görülmektedir. Enformasyonun, kısaca tanıtma, açıklama, aydınlatma anlamlarında kullanılış biçimi günümüzde kullanılan haber, bildiri, duyuru, ileti anlamıyla daha çok örtüşmektedir. Bu bağlamda Tokgöz'e (2000) göre enformasyon, "kişinin bir durum karşısında vaziyet alacağı ortam hakkında koşulları kurup, düzenlemesine yarayan herhangi bir içeriktir". Tokgöz gibi kitle iletişim açısından kavrama yaklaşan Diesbach'a (1977: 63) göre enformasyon kavramı altında özel faktörlerden, etken faktörlere kadar birçok uyarımlar, bulgular, özel simgeler, bazı olaylara ait geçmiş bilgilerle bağlantılara dayanılarak çıkarılan yeni benzerlikler, durumlar ve gerçekler yer almaktadır.

Hagen (1995) enformasyonun temel özelliklerini; önem, nicelik, gerçeklik, açıklık, şeffaflık, objektiflik, çeşitlilik, aktüellik olarak sıralamaktadır.

## 3. Aktüel Enformasyon Kavramı ve Temel Özellikleri

Enformasyonun önemli özelliklerinden biri olan aktüellik özelliği şimdiki zamana ait bir haber içeriğinde, bir gerçeğın, bir durumun, bir düşüncenin ve bir ifadenin yer almasıyla ilgili bir özelliktir (Clausse, 1962: 16). Bir olayın aktüel olması o olaya dikkat çekilmesi, ilgilerin o olaya yönlendirilmesi anlamına gelmektedir. Aktüel enformasyon aşğıdaki bölümlerden oluşur:

*Kamuoyunu ilgilendiren ve devlet görevlileri tarafından duyurulan enformasyonlar:* Bunlar genel olarak herkesi ilgilendiren veya özel olarak belirli bir kesimi ilgilendiren, bilgi verici enformasyonlardır. Örneğın hava durumu, ya da yol durumunu bildiren haberler bu kapsam içinde değerlendirilir.

*Muhabirler tarafından verilen, güncel olaylar üzerine olan haber içerikleri:* Örneğın parlamento haberleri, resmi açılış ve kutlama haberleri gibi.

*Kitle iletişim Araçları kanalıyla verilen, uzmanlık gerektiren alanlarda problem çözümüne yardımcı haber içerikleri.*

*Karışık haberler diye adlandırılan, kaza, skandal gibi haber içerikleri:* Bu tip enformasyonlar, genellikle gazetelerin ilk sayfalarında yer alırlar ve vurucu bir etki yaparlar.

### 3.1. Aktüel Enformasyonda Gerçeklik Olgusu

Gerçeklik kavramı içinde çeşitli unsurlar bulunur. Örneğın yaşadığımız dünya ve günlük hayatın gerçekliğı, yaşamadığımız ama ikinci ve üçüncü elden edilen bilgilendiğimiz gerçeklik, algılanan gerçeklik, konuşulan gerçeklik ve medya gerçekliğı olarak sıralanabilirler.

Medya gerçekliğı kavramı sözü edilen bütün bu unsurları kapsayan ama üzerinde dünya politikalarının etkisi görülebilen, seçicilik ve kurgulama uygulamalarını da içine alabilen bir kavramdır (Werner, 2001: 21). Medya gerçekliğinde dünya sanki kumanda düğmeleriyle yönetilmekte ve insanlar hoşlarına gitmeyen ortamları bile uzaktan kumanda aleti ile değıştirebileceklerine inanmak istemektedirler.

### 3.2. Aktüel Enformasyonda Objektiflik Olgusu

İlk kez 1861-1865 yılları arasında Amerikan İç Savaşı sırasında gazetecilerin haber verme konusunda karşılaştıkları sorunları gidermek amacıyla ortaya konulan ve haberin özlü olarak verilmesini sağlayan 5 N ve 1 K ile ters piramit kuralı gibi kuralların uygulanması sonucu ortaya çıkan objektif haber verme anlayışı enformasyonun bir meta olarak değerlendirildiğı günümüzde üzerinde en çok tartışılan konulardan biri olmuştur.

Bu tartışmaların odağında, “Gerçek nedir? Önemli olan nedir? Gerçek ve önemlilik birbirinden ayrılabilir mi?” gibi sorulara verilen farklı cevaplar bulunmaktadır. Burkard’a (2002) göre “bir yazı işleri müdürünün haber seçimi kararının arkasında kişisel kararları yatar. Ama ona göre, o önemli olanı seçmiştir”. O halde objektiflik nedir? Objektif olarak haber vermenin temelinde haberin taraf tutmadan, dengeli bir biçimde sunulması yatmaktadır. Objektif habercilik anlayışı, subjektif olmayan, olgulara dayalı bir habercilik anlayışını tanımlamak için kullanılmaktadır. Buna göre objektif haber verme anlayışında beş temel öğeden söz edilmektedir (Siegfried, 1994):

*Bir konunun mümkün olduğunca karşı bakış açılarıyla birlikte sunumu,*

*Söylemlerin gerçeğe dayalı sunumu,*

*Haberin tüm ana geçerli noktalarının sunumu,*

*Yorum ve olguların birbirinden kesinlikle ayrılmış sunumu,*

*Yazarın kendi tutum, yorum ve katılımının etkisini mümkün olduğunca azaltarak sunumu.*

Objektif haber vermenin önde gelen savunucularından sayılan Samuel Bowles, yorumlayıcı haberciliğe (interpretative reporting) dikkati çekerek, haber ve yorumun mutlaka birbirinden ayrılması gerektiğini belirtmektedir (Tokgöz, 2000, 310). “Haber mi, yorum mu önde gelmeli?” tartışması günümüzde objektiflik olgusunun yalnızca ideal bir olgu mu, yoksa Tuchman’ın (Schmidt, 1994) belirttiğı gibi rutin bir kural mı olduğuna dair tartışmaları da beraberinde getirmiştir.

Bu konuda Lippman, gazetecinin tam olarak objektif kalamayacağını söylerken, haber üzerinde hüküm verme sürecine dikkati çekmektedir (Schmidt, 1994: 226). Bu görüşlere benzer görüşler, haber ajanslarının verdiği dış kaynaklı haberler için de ileri sürülmekte, uluslararası medya organizasyonlarının az gelişmiş veya gelişmekte olan ülkeler hakkındaki olumsuzlukları sürekli haber malzemesi yaparak taraflı bakış açısı sundukları belirtilmektedir (Rigel,2000).

## 4. Dezenformasyon Kavramı ve Küreselleşen Medya İçeriğinde Dezenformasyonun Yeri

Dezenformasyon kavramı, genel olarak bilimin bütün dallarında kullanılan bir kavramdır. Çünkü burada bir bilginin kasıtlı veya kasıtsız olarak yanlış sunulması, deforme edilmesi söz konusudur. Konuya kitle iletişim açısından bakılacak olursa, dezenformasyon enformasyonun değıştirilmesi, çevrilmesi, çarpıtılması, saptırılması, suiistimal edilmesi

suretiyle politik amaçlarla kamuoyu düşüncesinin manipüle (yönlendirme) edilmesidir. Çözülebiyecek politik bir problemin halkın yanlış bilgilendirilmesi, dezenformasyon kullanılması yüzünden akıllıca çözülememesi buna örnek verilebilir (Steinbuch, 1989).

Dezenformasyon medyada her zaman kasıtlı olarak kullanılmaz. Ancak kamuoyunu yanlış düşünmeye sevk eden her enformasyon dezenformasyon olarak değerlendirilir. Örneğın medyada, " yapılan bir baskın sonucu evde silah bulundu" başlıklı bir haber okur veya izleyicide "patlayıcı silah" olarak algılanır. Ancak sonuçta evde bulunan bu alet, normal olarak hepimizin evinde bulunan bir bıçak da olabilir. Çünkü hukuk dilinde bıçak kesici bir silahtır. O yüzden böyle bir başlık hukuk açısından doğrudur fakat insanları yanlış düşünmeye yönelttiği için bilgi açısından bir dezenformasyon içermektedir.

Dezenformasyonu kimler ve hangi amaçlarla kullanmaktadır? Bu sorunun cevabı çok geniş bir alanı kapsamaktadır. Bu alan içinde ulusal ve uluslararası politika, gizli servis görevleri, medya, şirket ve holdingler gibi hedef kitlenin tutum ve düşüncesini değiştirmekten yarar bekleyen kurum ve kişiler yer alabilirler (Çınarlı, 2014). Dezenformasyonun yayıldığı kanallar çeşitlidir. Bu kanallar, gazete, dergi, radyo, televizyon gibi medya araçları olabildiği gibi halkın arasına karıştırılan provokatörler de olabilmektedir. İletişimin bir kolu olan ikna edici iletişimde kullanılan bazı yöntemler, dezenformasyon hazırlanmasında da kullanılmaktadır. Dezenformasyon, enformasyon toplumunun bir problemidir ve toplumlara zarar verir.

#### 4.1. Medya Etiği Açısından Dezenformasyon

Medya etiği kavramı bir etik kuramının yeni kuruluş biçimi ya da bir değer öğretisinin veya normunun yeni bir kuruluş biçimi değil, etik sorunların özel bir biçimidir ((Wiegerling, 1998: 1). Bu sorunlar antropolojik etik sorunları gibi tüm alanlarla yeniden ilişkilendirilebilen sorunlardır. Bir medya etiği betimsel etik formunun ilk sırasında yer almaktadır.

Medyada kullanılan dezenformasyon konuları arasında insanlara atılan kişisel iftiralar, azınlıklara ve yabancılara uygulanan olumsuz yansımalar ön planda yer almaktadır. Steinbuch'a (1989) göre günümüzde eğer elektronik medyada birinin yok edilmesine karar verilmişse, bunun için artık belge bile aranmasına gerek duyulmamaktadır.

#### 4.2. Medyada, Manipülasyona ve Dezenformasyona Dayalı Propaganda Yöntemleri

Manipülasyona ve Dezenformasyona dayalı propaganda çalışmalarında uygulanan en önemli yöntemler şunlardır (Hahne, 1985: 34-42):

*Korku yaratma:* İlk adım korku yaratmaktır. Bazen reklam psikolojisinde de bu yöntem uygulanır. Örneğın, bazı reklam spotlarında, korku ve suçluluk duygusu aşıl原因an hırçın, saldırganlık görülür. Eğer bu modern arabayı kullanmazsan şöyle olur gibi.

Manipülatör en önce korku duygusunu aşılır, ardından bunu körükler, daha sonra kendi istediği yolu, çözüme yardım olarak ortaya koyar. Önerilen yol basittir. Eğer bu ürünü veya çözümü veya kişiyi seçerseniz, korkmanıza gerek kalmaz.

*Duyguları yoklama:* İdeoloji daima duygusal ve telkin edicidir. Çünkü ideoloji ütopyik olarak gerçeğe uyan bir durum değildir. Sinyal bugünün rüyası, yarının gerçeğidir. Dayanışma, grup dinamiklerini harekete geçirir. Bu yüzden manipülasyon kitleye gereksinim duyar.

*Gerçekleri ve gerçek amacı gizleme:* Manipülasyon aslında dezenformasyondur. Yani bilinçli yanlış enformasyondur. Buna bağlı olarak politika bilimcisi Prof. Manfred Hättich'in yaptığı bir araştırma, gösterilere katılan pek çok kişinin aslında gösterinin arkasındaki gerçek nedeni bilmediklerini ortaya koymuştur. Onlar barış için gösteri yaptıklarını zannetmektedirler. Hättich'e göre manipülasyon daha çok reşit olmayan kitle insanına gereksinim duymaktadır (Hahne, 1985)

*Bilinen kavramları işgal etme:* Eski kavramlara yeni içerikler getirilir. Din kitabındaki kavramlara yeni anlamlar yüklenir. Örneğın çocuk aldırma yerine, gebeliğın sona erdirilmesi, ya da ötenazi yerine, ölüme yardım kavramlarının kullanılması gibi.

*Görüş birliğı oluşturma:* Hahne'ye göre, halkın afyonu, bugün medyadır. Medya bazı kültürel değerlerin değişmesine yol açabilir. Zaman içinde toplumun ortak değer yargıları değişebilir. Eskiden normal sayılan ortak değerler, bugün için anormal olarak değerlendirilebilir. Bu değişimde medyanın katkısı çok büyüktür.

*Çarpıcı kelimelerle vurma, sloganlaştırma:* Reklam dili ince bir çarpıcı konuşma dilidir. Sloganı olmayan firma, spotu olmayan ürün (veya politikacı) yoktur. Sloganlar anlamı kısaca anlatır ve duygusallaştırır, eleştiriyi engeller, sözde mantıkla kandırır. "Barışa silahlı ulaşılır", "Silahlanma öldürüyor", "Bir daha asla savaş" gibi. Nazi dönemine ait bir slogan "beyaz kefen yerine, nazi gömleğini tercih et!" biçimindedir. Renkler değişir, manipülasyon stratejileri hep aynı kalır. Sloganlar bazen gerçeği yalar.

*Yanlış otorite bildirim:* Kibirli ve haksız iddialarda özellikle ölmüş otorite işgal edilir. Çünkü ölümler kendilerini savunamazlar. Örneğın 50'li yıllarda Almanya'da terör olayları içinde yer alan Klaus Reiner Rühl uyguladıkları stratejiyi

anlatırken idealleri için otoriter, sözü geçen kişilere gereksinim duyduklarını, onları da politikacılar, bilim adamları ve din adamları arasından aradıklarını belirtmektedir.

Bütün bu yöntemler güç, savaş ve enformasyon arasındaki ilişkilerle güdüleme ve eyleme geçirme durumunun nedenselliği üzerine bir bakış açısı ortaya koymaktadır.

## **5. Savaş ve Çatışma Haberlerinde Dezenformasyon Örnekleri: Körfez Savaşı, Balkan Ülkelerindeki Çatışmalar, 11 Eylül Terör Saldırısı**

### **5.1. Körfez Savaşı ve Medyatik Dezenformasyon**

Körfez Savaşı (Kuveyt Savaşı) kullanılan iletişim teknolojileri ve haberler konusunda yapılan spekülasyonlarla küresel gündemi en çok meşgul eden olaylardan biridir. Savaşla ilgili olarak, çeşitli propaganda ve dezenformasyon çalışmaları yürütülmüştür. Örneğin Kuveyt'in eski Eğitim Bakanı olan Dr. Al İbrahim Irak'ın işgaline karşı kurulan "citizens for a Free kuwait" oluşumunun başkanlığını yapmış aynı zamanda 1990 yazında Amerika'da Hill ve Knowlton halkla ilişkiler firmasında görev almıştır. Bu kuruluş Irak kuvvetlerinin Kuveyt'de bir hastahaneye girdikleri ve 312 bebeği küvezlerinden alıp, yere atarak ölüme terk ettikleri haberini üretmiştir. Haberin yanlış olduğu anlaşılmasına rağmen savaş sonuna kadar bu haberin yanlış olduğu medyada yer almamıştır. Tam tersine hükümet bu haberi Irak'a karşı operasyon için iç politikada malzeme olarak kullanmıştır (Grimm, 1996: 231).

Körfez savaşında bir başka dikkati çeken nokta söylem özellikleridir. Körfez Savaşı sırasında en çok modern savaş ve iletişim araçlarından, askeri hareketlilikten, psikolojik savaş yönetiminden, diplomatik aktivitelerden ve televizyon haberlerindeki spekülasyonlardan söz edilmiştir.

CNN tarafından yapılan ve diğer ülkelere de satılan canlı yayınlar dünyanın her yerinden anında izlenmiştir. Savaşın başladığı 17.1.1991 tarihi ile, savaşın bittiği 28.2.1999 tarihleri arasında, toplam televizyon izlenme oranı %88 olmuştur. Kriz döneminde televizyon gazeteciliğinin seçicilik aktivitesi ve duygusallaştırma stratejilerinde negatifliğin oranı %55, pozitifliğin oranı ise %31.9'dur (Grimm, 1996).

Körfez Savaşı haberleri olayın başında ve sonunda bir hareket heyecanı uyandırmış, olayın ortasına gelen dönemde ise varolan dikkat azalmasını önlemek için, "gelecekte ne olacak?" türünden bulmaca oyunlarıyla ve duygusal sunum teknikleriyle izleyici ilgisi sürdürülmeye çalışılmıştır. Medyatik sunum düzlemindeki biçim kuralları, kurgu ve gerçeğin örneklem yapısı tarafından, kurgulanmış eğlence haberleri biçiminden çıkarılıp, gerçekçi haberler biçimine taşınmış, böylece eğlence ve enformasyon eğilimi amaçları arasındaki sınır ortadan kalkmıştır. Televizyon körfez Savaşını realist olmayan bir duruma getirmemiş, ama enformasyon yayınları üzerinde uzun metrajlı bir filmin, sahneleme şeması kullanılmıştır.

Körfez Savaşındaki kriz iletişimi bugün Postman'ın Kuramında belirttiği gibi kültür karamsarlığı için neden oluşturulamakta, ölümlle eğlenmek yerine, ölümlle ilgili medya enformasyonlarının çok fazla sunumlarına sıklımamız, tehlikeyi daha gerçekçi kılmaktadır (Postman, 1985).

### **5.2. Balkan Ülkelerindeki Çatışmalar ve Medyatik Dezenformasyon**

Kökleri 6. ve 7. Yüzyıllara dayanan Balkan ülkelerindeki iç çatışmalarda ulusculuk konusu önemli bir rol oynar. Çatışmanın taraftarları olan Arnavutlar, Sırpalar ve Hırvatlar ulusculuk ve Büyük Avrupa düşünceleri nedeniyle Osmanlı İmparatorluğu, Almanya, Avusturya, Rusya ve daha birçok ülkenin yüzyıllardır politik ilgisini çekmiştir (Retberg, 2001: 44). Bu nedenle bölgede sürekli güç çatışmaları yaşanmıştır.

Mart 2001 tarihinde Makedonya'ya giren Arnavut güçlerin ilk hedef olarak bölgesel radyo ve televizyon kanallarını ellerine geçirmeyi amaçlaması ve ele geçirilen bu kitle iletişim araçlarından halkı korku ve güvensizliğe itici yayınlar yapılması rastlantı sayılmamaktadır, çünkü enformasyonu sıkıyönetim altına alarak güvensizlik ve korku yaratmak savaş stratejilerinin bir parçasıdır (Claude, 2001: 282). NATO'nun olaylara müdahale etmesinden sonra eski Yugoslavya'da medyanın geliştirilmesi alanında faaliyet gösteren uluslararası kuruluşlar bu topraklara yeni vericiler yerleştirmek için ortak yardım kararı almış ve bunu uygulamışlardır. Bu örnek medyanın savaş ve çatışma durumlarındaki önemli rolünü açıkça göstermektedir. Bir yandan, parçalanmış Yugoslavya'nın Avrupa Birliği'ne alınmasının birçok alanda olduğu gibi medya alanında da iyileşmelere neden olacağı düşünülürken, diğer yandan eski Yugoslavya'daki iç çatışma haberlerinin ulusculuk kuramının genel kabulünü arttırdığı vurgulanmaktadır (Reljic).

### **5.3. 11 Eylül Terör Saldırısı ve Medyatik Dezenformasyon**

11 Eylül 2001 sabahı medyanın başkenti sayılan Newyork Kentinde bulunan ikiz kulelere iki uçak, Washington-Pentagon'a (Savunma Bakanlığı) bir uçak saplanmış, aynı sıralarda Pitsburg yakınlarında bir yolcu uçağı içindekilerle birlikte düşmüştür. Terör saldırısı olduğu anlaşılan bütün bu olaylar bir saat içinde bütün dünyanın şaşkın bakışları

altında olup bitmiştir. Bu saldırılar televizyon kanallarında "Amerika'ya saldırı" sloganları ile izleyicilere iletilirken, aynı zamanda yeni bir dönemin başladığının ilk işaretlerini de vermektedir (Gökdağ, 2001).

11 Eylül saldırılarının ardından Amerikan medyasında reyting kavgasına girilmeden eldeki görüntüler paylaşılmıştır. Medya kuruluşları mali açıdan kayba uğrayacaklarını bilmelerine rağmen reklamları kaldırarak kesintisiz canlı yayın yapmışlardır. Medyayı oluşturan gazeteler, televizyon kanalları, dergiler, radyolar ve internet hepsi ayrı koldan yoğun bir enformasyon yarışına girmişlerdir.

Amerika'da gazeteler aynı gün erken baskı yaparak, olayı okuyucularına aktarmışlardır. Özellikle ikiz kulelerin çökmesi ile birlikte bu kulelerde bulunan vericilerin de çökmesi sonucunda cep telefonlarının büyük kısmı çalışmaz duruma gelmiş, bu olaya bağlı olarak gazeteciler ve bağlı oldukları kurumlar arasında iletişim aksaklıkları yaşanmıştır. Ayrıca olayın ardından felç olan trafik nedeniyle, gazeteciler kurumlarına ulaşma problemi yaşamışlardır. Ancak, bütün bu engellere rağmen 11 Eylül günü gazeteler erken baskı yapmayı başarmışlardır. Ayrıca New York Times, Washington Post, Wall Street Journal, Los Angeles Times, Hollywood Reporter gibi gazeteler baskı sayılarını artırmışlardır. New York Times, 11 Eylül günü 410.000, iki gün sonra ise 900.000 tiraja ulaşmıştır. Bu dönemde dergiler de özel sayılar çıkarmış, tirajlarını arttırmışlardır. Örneğin, Time dergisi 7 milyon, Newsweek 2 milyon tiraja ulaşmıştır (Gökdağ, 2001: 65). Bu dönemde radyolar, II. Dünya Savaşı'ndan sonra sürekli azalan itibarlarını yeniden kazanmışlar, televizyonlar üç gün boyunca reklam almaksızın canlı yayınlarla olayı tüm dünyaya aktarmışlardır. Ancak bu olumlu etkilerin yanısıra, bir yandan canlı yayın sürelerinin artması diğer yandan reklam gelirlerinin azalması nedeniyle medyanın uğradığı mali kayıplar, savaşın medya ekonomisine getirdiği olumsuz yansımalar olmuştur.

11 Eylül saldırısının ardından, bir süre sonra Amerika, terör saldırılarından sorumlu tuttuğu Bin Ladin'i ve onun örgütü olan El-Kaide yi koruduğu gerekçesiyle Birleşmiş Milletleri de arkasına alarak Afganistan'a saldırmıştır.

Amerika'ya yapılan bu terör eylemi, bütün dünyada medya formatlarını, medya stratejilerini değiştirmiştir. Bu yeni stratejide en çok dikkati çeken nokta enformasyonun aktüellik özelliğinin bir tarafa bırakılarak, sürekli "tekrar" lara yer verilmesidir. Bu çerçevede, özellikle ikiz kulelerin çöküşü görüntüleri tekrar tekrar verilmiştir (Wiedermann, 2002).

11 Eylül saldırısı haberleri, söylem özellikleri, görüntü ve fotoğrafın etkili kullanımı ve enformasyona getirilen kısıtlamalar bakımından önem taşımaktadır. ABD Savunma Bakanlığı'na bağlı olarak 1966 yılından beri faaliyette bulunan ve 1972 yılında kara propaganda yaptığı suçlaması ile soruşturmalar geçirmiş olan Enformasyon İşleri Bürosunun (USIA) faaliyetleri dikkat çekicidir. 11 Eylül 2001 saldırısı sonrası ve Afganistan Savaşı sırasında daha önce 11 Mart 1992 tarihinde medya ile Pentagon arasında imzalanan dokuz maddelik "Havuz Sistemi" protokolü tekrar devreye sokulmuştur. Bu protokol ile gazetecilerin savaş ve kriz zamanlarında uyması gereken etik kodlar, kurallar, sınırlamalar belirlenmiştir (Werber, 2002).

## 6. Sonuç

1991 yılından sonra çağdaş yaşamın ekonomi, uluslararası ilişkiler, toplum, siyaset ve din gibi birçok unsurunu etkileyen ve bu unsurlardan etkilenen bir süreç olarak tanımlanan küreselleşme sürecinde, kitle iletişim araçlarının toplumsal işlevi ve buna bağlı olarak enformasyon işlevi daha fazla ön plana çıkmıştır. Ancak bu dönem kısaca medya diye adlandırdığımız kitle iletişim araçlarının enformasyon işlevini gerçekleştirmesi konusunda şüphe ve şikayetlerin daha çok arttığı dönem olmuş, medyanın bireyin ve toplumun enformasyon hakkını gereği gibi kullanabilmesine olanak tanıyıp tanımadığı ve küreselleşme sürecinde medyatik enformasyonun, enformasyonun bozulmuş biçimi olan, dezenformasyona dönüşüp dönüşmediği soruları tartışılmaya başlanmıştır.

Bu çalışmada ortaya çıkan bulgulara göre enformasyon kullanımı konularında bir takım değişimler saptanmıştır:

*Paranın dolaşımının söz konusu olduğu serbest piyasa koşullarında, bilgi ve enformasyon da, birer mal gibi algılanmaktadır.* Bu bağlamda, küresel düzende rekabetçi koşullarda çabuk tüketilen bir mal durumuna gelen enformasyon, özellikle objektiflik ve gerçeklik özelliklerinden çok şey kaybetmiştir. Küresel kamuoyunda yer alan medya içeriğine bakıldığında, gerek içerik seçiminde, gerekse medya söylemlerinde, Lippman'ın 1922 yılında ortaya koyduğu, "medyanın seçicilik ve yapılandırma kıstasında ön yargıların etkin olduğu" konusundaki tezinin, bugün de geçerli olduğu görülmektedir.

*Bugünkü modern iletişim araçları ve bilgi transferi sonucu, bireyler yalnızca devletin sınırladığı bilgilerle yaşamamaktadırlar.* Bireyler artık dünya çapında bir enformasyon akışına daha fazla bağlıdırlar. Üstelik bu bilgi akışı yalnızca kültürel gelişme ile ilgili değil, dünya çapında ekonomik çevre yönetimiyle de ilgilidir. Bu konuda medyanın gündem kurması, daha fazla önem kazanmıştır. Buna göre, Noelle-Neumann'ın kuramında çıkarılan, "kitle iletişim araçlarınınca ele alınmayan olay ve konular, kamu gündeminde yer alamazlar" tespiti, güncelliğini korumaktadır.

*Ulusötesi medya girişimcileri küreselleşmiş dünya düzeninde, görünen aktörlerdir.* Onlar, bilgi adına hareketlilik veya duraganlık oluştururlar. Ancak dünyaya bakıldığında, bu hareketlilik ve duraganlığın eşit bir biçimde yayılmadığı

görülmektedir. Buna göre gelişmiş ve gelişmekte ol medya dağılımı, gerekse enformasyonun girişi yönünden büyük eşitsizlikler vardır. Endüstri ülkeleri ve özellikle çok gelişmiş batı ülkeleri dünya pazarına hakimdir.

*Günümüzde, medya etiği ve gerek medyanın kendi medya politikası, gerekse devletlerin medya politikaları sonucu enformasyon büyük ölçüde bozularak, dezenformasyona dönüşmüştür.* Bunun sonucunda bugün, yalnızca uluslararası haber ajansları tarafından duyurulmuş haberler, haber değeri taşımakta bu haberlerle kurgulanmış bir küresel kamuoyu oluşturulmaktadır. Geri kalmış veya gelişmekte olan ülkeler, bu kurgu içinde yalnızca savaş, felaket veya suç haberleriyle rol alabilmektedirler.

*Özellikle savaş ve kriz dönemlerinde daha fazla dezenformasyon sorunları yaşanmaktadır.* Körfez Savaşı ile yoğunlaşan, Balkanlardaki çatışmalarda yükselişe geçen propaganda ve manipülasyonla beslenmiş medyatik düşman imajı, 11 Eylül saldırılarının ardından doruk noktaya çıkmıştır. Savaş ve kriz dönemlerinde medyanın bir propaganda aracı olarak kullanıldığı görülmektedir. Buna göre, devletlerin iç ve dış politikalarında uygulanan savaş propagandası; enformasyonun sınırlanması, enformasyona sansür uygulanması ve dezenformasyon, abartılı enformasyon hazırlanıp, yayılması biçiminde karşımıza çıkmaktadır.

Savaş ve kriz dönemlerinde dezenformasyona karşı uluslararası alanda yapılacak düzenlemeler daha fazla önem kazanmaktadır. Çünkü küresel alanda gerek medya etiği gerekse medya politikaları açısından enformasyon hakkına yönelik saldırılar, ancak uluslararası alanda alınacak ve uygulaması denetlenecek kararlar ve yapılacak işbirliği ile çözülebilecektir.

Bu bağlamda, özellikle Birleşmiş Milletlerin Barış Koruma Dairesinin (Department of Peace Keeping: DPKO) , sivil ve insani örgütlerin önleyici kamuoyu çalışmalarını düzenli yürütmeleri, “Barış Gazeteciliđini” sağlayıcı tedbirleri uygulayabilmeleri sorumlu ve bağımsız bir medya anlayışını sağlayabilecektir. Bu konuda yapılacak olan harcama, savaş ve kriz yönetimine gerek duyulmadığı zamanlarda yapıldığında, savaşın yaratabileceği kötü sonuçlarından daha ucuza gelecek ve daha yararlı olabilecektir.

#### **Kaynakça**

- Burkard, R. (2002). *Kommunikationswissenschaft: Grundlagen und Problemfelder*, 4. Afl., Wien: Böhou.
- Çınarlı, A. (2014). „Döngü Uzmanları (Spin Doctors), Medyatik Yalan ve Kamu Manipülasyonu“, *Galatasaray Üniversitesi İleti-ş-im Dergisi*, 1 (1), . Retrieved from <http://dergipark.gov.tr/gsuilet/issue/7378/96594> s.165-174.
- Claude, N. (2001). “Medien in Makedonien: Zwischen Kriegshetze und Friedensförderung”, *Südosteuropa Mitteilungen*, Jg. 41, N. 3, s. 282-289.
- Clausse, R. (1962). *Publikum und Information: Entwurf einer ereignisbezogenen Soziologie des Nachrichtenswesens*, Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Diesbach, V. (1977). *Völkerrechtliche Garantien der Presse und Informationsfreiheit*, Heidelberg: Rechtswissenschaften Fak.
- Gökdağ, R. (2001). *Amerikan Medyasında 11 Eylül*, İstanbul: E-Yayınları.
- Hagen, L. M. (1995). *Informationsqualität von Nachrichten: Messmethoden und ihre Anwendung auf die Dienste von Nachrichtenagenturen*, Opladen: Westdeutscher.
- Hahne, P. (1985). *Die Macht der Manipulation: Über Menschen, Medien und Meinungsmacher*, Stuttgart: Hanssler.
- Grimm, J. (1996). “Informationsleistungen von Medien in Krisenzeiten: Anomalien des Zuschauerhaltens während des Golfkrieges”, *Informationskontexte für Massenmedien:Theorien und Trends*, Hrsg. Peter Lundes, Opladen: Westdeutscher Verlag, s. 227-263.
- Patzelt, W. J.(2001). *Einführung in die Politikwissenschaft*, 4. überarb. Afl., Passau: Wissenschaftsverlag.
- Postman, N. (1985). *Wir amüsieren uns zu Tode: Urteilsbildung im Zeitalter der Unterhaltungsindustrie*, Überset. Reinhard Kaiser, Frankfurt am Main: Fischer.
- Reljic, D. (1998). *Killing screens: Medien in Zeiten vom Konflikten; eine Studie des Europäischen Medieninstitus mit Unterstützung der Europäischen Kulturstiftung*, Amsterdam: Droste.
- Rettberg, J. (2001). “Völkerrecht-Recht für Völker?: Frieden als Kriegsziel im Kosova Krieg”, *Praxis Geschichte*, Jg. 14, Nr .4, s. 44-47.
- Rigel, N. (2000). *İleti Tasarımında Haber*, İstanbul, Der.

N. Yoloğlu, *Küresel Medya ve İletişim Anlayışında Aktüel Enformasyondan Dezenformasyona Yöneliş*

Seiffert, H. (1970). *Information über die Information*, München: C.H. Beck.

Siegfried, S. W. (1994). "Mediengattungen, Berichterstattungsmuster, Darstellungsformen, Die Wirklichkeit der Medien", Hrsg., K. Merten, S. J. Schmidt, S. Weischenberg, Opladen: Westdeutscher,

Steinbuch, K. (1989). *Die desinformierte Gesellschaft: für eine zweite Aufklärung*, Herford: Busse.

Tokgöz, O. (2000). *Temel Gazetecilik*, Ankara: İmge.

Werber, N. (2002). "Der Terrorismus ist ein Effekt der neuen Medien: Zur Rolle der Wiederholung als medialer Strategie", *Medien+Erziehung*, Jg. 46, Nr. 1.

Wiegerling, K. (1998), *Medienethik*, Stuttgart: Metzler.