

Toplumsal Kontrol Mekanizmasını Tersine Çevirme Girişimi Olarak “Bio-Haber Talebi”

Necla Odyakmaz Acar¹

Öz

Medya, toplumu yönlendirmede ve denetlemede en önemli araçlardan biridir. Özellikle kapitalist üretim sisteminin gelişmesiyle artan ve çeşitlenen ürünlerin pazarlanması amacıyla medyanın kullanımı son derece önem kazanmıştır. Medya içeriklerinin tümü tüketimin artırılması amacıyla hazırlanmaktadır. Eğlendirme, bilgilendirme, uyuşturma, büyüleme, özendirme ve daha birçok yöntemle toplum tüketime güdülenmektedir.

İmaj yaratıcıları olan ileti tasarımcıları tarafından oluşturulan medya içerikleri, günümüz toplumunu yönlendiren, elindekiyle yetinmesini değil de her zaman daha fazlasını arzulamasını sağlayan yanlış bilinç yaratıcılarıdır. Kişiyi arzu nesnesine dönüştüren medya içerikleri, yarattığı arzuyla, bireyi, kapitalist sistemin bir kölesi haline getirmektedir. Medya içeriklerinin neredeyse tümü tüketim amaçlıdır, ancak en etkili, niyetini ustaca gizlemesi ve gerçeği verdiği iddiasıyla bireyi savunmasız yakalaması bakımından diğerlerine oranla daha tehlikeli olan haberdir.

Bu makale, Ignacio Ramonet'nin ürettiği ve iletişim çalışmalarına yeni eklenen bir kavram olan bio-haber kavramını literatürle taraması yoluyla açıklamayı amaçlamaktadır. Makalede, Ramonet'nin 'gazeteciliğin doğasına, amacına uygun, çarpıtılmamış, eksiltilmemiş bilgiler içeren, bilgilendirici, bilinçlendirici haber' olarak tanımladığı bio-haber'in neden ve nasıl ortadan kalktığı üzerinde durulmakta ve tekrar bio-habere ulaşmak için neler yapılması gerektiği ele alınmaktadır.

Makale, kapitalist sistemin küreselleşmesine bağlı olarak medyanın sahiplik yapısının, teknolojisinin ve ideolojisinin değişmesinin bio-habere etkilerini açıklamaya çalışmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Bio-haber, Ignacio Ramonet, Toplumsal Kontrol, Enformasyon Toplumu.

Social Control Mechanisms As An Attempt To Reverse: “Bio-News Request”

Abstract

Media is one the most important tools in controlling and directing the society. The usage of media in marketing has gained great importance especially due to the progress in the capitalist production system which resulted in the increase in the amount and variety of the products. All the contents of the media coverage is prepared with the intention of increasing the consumption. The society is being directed to the consumption by utilisation of variety of methods such as entertainment, information, fascination, encouragement, etc...

¹ Yrd. Doç. Dr. İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi.

The media contents which are prepared by the image creators who are professional message designers are today being used in directing the society to overconsumption, and not to be satisfied with what they got so that a bigger consumer society can be created and the individuals will be rendered as slaves of the capitalist system. The most effective media content are the news because the news has inherent pretence of conveying the facts to the people this way the news programmers could be used in concealing the intentions of the message designers thus reducing the defence systems of the consumers.

This article's aim is by using literature review to explain the concept of bio-news which has been created by Ignacio Ramonet and recently included in the communication studies. In this article Ramonet describes the bio-news as a concept which is suitable to the nature and purpose of press and which contains informative and enlightning news which has not been diverted from its course or which has not been diminished in its content and he also tells us why and how the above described bio-news have been eradicated and also talks about what should be done in order to reach the bio-news again.

This article also attempts to explain the effects of globalization and its related subjects, such as change in ownership structure of the media, and its technology and ideology, on the bio-news.

Keywords: Bio-news, Ignacio Ramonet, Social Control, Information Society.

Giriş

Bilgi ve enformasyon arasındaki ayrım çoğu akademisyenin üzerinde anlaştığı bir konudur. Enformasyon hiçbir zaman gerçek bir bilgi değildir. Bilginin kurgulanmış, değiştirilmiş, açıklanması kapitalist sistem için tehlike oluşturmayacak hale getirilmiş biçimidir. Dolayısıyla enformasyon toplumu olarak adlandırdığımız günümüz toplumu da bilgi toplumu olma özelliği göstermez. Son yıllarda küresel ekonomik iktidarın merkezi konumundaki sanayi ülkelerinde yapılan araştırmaların sonuç belgelerinde 'bilgi toplumu' için (knowledge society), 'bilgiye dayalı ekonomi' için (knowledge-based economy) ya da 'bilginin yönlendirdiği ekonomi' için (knowledge-driven economy) kavramları kullanılırken 'enformasyon toplumu' için (information society) kavramının kullanılıyor olması da bilgi (knowledge) ve enformasyon (information) arasındaki uçurumun açıldığının göstergesidir.

Bu kavramların rastgele seçilmediği aşikardır, dolayısıyla bir dönem Türkiye Teknoloji Geliştirme Vakfı danışmanlığı da yapmış olan Aykut Göker'in (2001) şu tespitine ortak olabiliriz: "sanayi toplumları bir yandan enformasyon toplumuna dönüşmeyi; ama, öte yandan da bilginin motor görevi gördüğü bir ekonomi, (knowledge-driven economy), kurmayı öngörüyorlar. Hattâ, bazı güncel politika dokümanlarında daha da ileri gidiliyor; enformasyon toplumuna (information society) geçiş sürecinde, öncelikle, bilgi toplumuna (knowledge society) geçişin teknolojik şartları yaratılmaya çalışılıyor". Yani Yeni Dünya Düzeni dediğimiz düzen, toplumun büyük bir kesimini Enformasyon Toplumuna dönüştürmeyi öngörürken; geri kalanını -seçilmişlerin oluşturduğu küçük bir kesimi- Bilgi Toplumuna dönüştürmeye çabalıyor.

Bilgi sahibi olmanın iktidar olmayı getirdiği bir sistemde, bilginin paylaşılmasını beklemek akılsızlıktır. O halde sistem bu akılsızlığımızı fark etmemizin önünü kesmelidir. İşte bunu yapmanın yolu, enformasyon ve bilgi arasındaki ayrımı ortadan kaldırmaktır. Belgelerde kesin çizgilerle birbirinden ayrılan bu iki kavram, siyasi ve ekonomik iktidarın söylemlerinde aynıdır. Üstelik, yaratılan yanlış bilinç, iletişim teknolojilerini –ki bunlar enformasyon yaymak için geliştirilmiş teknolojilerdir- kullanarak istediğimiz bilgiye ulaşabileceğimiz yanılgısını yaratmaktadır. Bu söylemlerde, iletişim araçları -özellikle bilgisayar ve internet- kullanıcı olmak, bilgi toplumu ve bilgi çağı bireyi olmakla eşdeğerdir. Oysa bu iletişim teknolojileri kişiyi enformasyon toplumuna dahil eder. Enformasyon toplumu ise, kapitalist sistemin, düşünmeyen, sorgulamayan, yaşadığı hayattan zevk alan, dolayısıyla bu hayata devam etmek için daha çok çalışma arzusu duyan kişiler üretmek için kullandığı bir manipülasyon sistemidir ve iktidarını meşrulaştırma alanıdır.

Batının, Klasik Çağ'dan bu yana iktidar mekanizmalarını gerçekleştirme anlayışında derin bir dönüşüm yaşanmıştır. Artık tasarruf hakkı, iktidar mekanizmasının en önemli biçimi olmaktan çıkıp, boyun eğdirdiği güçleri kısıktırma, güçlendirme, denetleme, gözetleme, çoğaltma ve düzenleme işlevlerine sahip olan parçalar içinde bir parça haline dönüşmüştür. İktidar; artık silmek, eğmek ya da yok etmek yerine, üreten, güçlendiren ve düzenleyen bir iktidar olma eğilimindedir (Foucault; 1993: 140).

Foucault'ya göre iktidarı güçlü kılan şey, işleyişinin sadece olumsuz düzlemde gerçekleşmemesidir. "İktidarın olumlu etkileri vardır" der Foucault; "bilgi üretir, zevk yaratır, sevimidir." Eğer yalnızca baskıcı olsaydı, ya yasağın içselleştirilmesini ya da öznenin mazoşizmini kabul etmemiz gerekirdi". Bununla birlikte iktidar; Jeremy Bentham'ın Panoptikon'undan çıkan bir bakış gibi, toplumun ve bireylerin adeta kılcal damarlarına sızarak tüm ilişkileri biçimlendirir hale gelmiştir. Bir biyo-iktidar, bedensel-iktidar ağı vardır. Foucault'nun bu önermesine göre, beden siyasal bir alanın içine doğmuş durumdadır ve iktidar ilişkileri onun üzerinde doğrudan bir müdahale meydana

getirmektedir; onu kuşatmakta, damgalamakta, terbiye etmekte, ona azap çektirmekte, onu işe koşmakta, törenlere zorlamakta, ondan işaretler talep etmektedir (Çam, 2013).

Küresel sermayenin geliştirdiği yeni iktidar anlayışı, enformasyon toplumuna dayalı, toplumsal bilgisizleştirmeyle sağlanan denetimdir. Dolayısıyla, enformasyon bombardımanı ile bilgisizleştirilen ve aptallaştırılan kişilerden oluşacak yeni toplum, soru sormayan, sorgulamayan, iktidarın icraatlarına rıza gösteren, edilgen bireylerin oluşturduğu bir toplum biçimidir. Enformasyon toplumu dediğimiz bu toplum, iletişim teknolojilerindeki gelişimin, 'bilgi'ye erişimi kolaylaştırdığı yanılığını temel alır.

Oysa kolaylaşan bilgiye erişim değil, 'codified knowledge' yani 'kodlanmış/açık bilgi'ye erişimdir. Ama, 'tacit knowledge' yani 'gizli/örtük bilgi'ye erişim, eskisinden çok daha zor hâle gelmiştir. 'Kodlanmış bilgi', bazı kodlar (örneğin bir dil) kullanılarak, iletilebileceği, saklanabileceği ve taşınabileceği bir ortama aktarılmış bilgidir. Diğer bir deyişle, kodlanmış bilgi, belli bir sisteme göre düzenlenerek, bir bildiriye/iletiye (mesaja) dönüştürülmüş ve böylece herkese açık hâle getirilmiş bilgidir. 'Örtük bilgi' ise, bir sisteme göre düzenlenmiş olarak hazır bulunmayan, açıkça ortaya konmamış olan bilgidir. 'Know-how' olarak andığımız türden bilgi örtük bilgidir. Örtük bilgi ancak, onu kazanmış olan beyinlerde bulunabilir; uzmanların dolaşımıyla, etkileşimiyle, uzmanlar arasında yaygınlaşabilir (Göker, 2001).

Sanayi toplumlarının evrilmekte olduğu -bilgiye dayalı ekonominin belirleyiciliğinde ve toplumsal yapının enformasyonla üretildiği- toplum yapısının egemen olacağı bir dünyada, pazardaki rekabet üstünlüğü, bilgisayarların taşımadığı örtük bilgiye sahip olmakla mümkün olacaktır. Fikri mülkiyet haklarının, tam da enformasyon toplumuna evrilme sürecinde, Uruguay Turu Nihai Senedi²yle küresel ölçekte güvence altına alınması bir tesadüf değildir (Göker, 2001). Bu çerçevede Fikri Mülkiyet Hakkı adı altında toplumdan gizlenen örtük bilgiler yerine, açık hale getirilmiş/kodlanmış/kurgulanmış bilgiler (yani enformasyon), toplumda her şeyden haberdar hissi yaratarak, bilgi boşluklarının veya bilgi kirliliklerinin üstünü örter. Bu da küresel iktidarın hegemonyasını üreten ve sürdüren söylemin sorgulanmasını engeller.

Kapitalist sistemin sürekli genişleme ve sermayenin yeniden üretimini amaçlayan ekonomik yapısı, aşırı üretim veya sermaye birikiminin gerçekleşmemesi durumunda bunalıma girer, tüketimden kaynaklanan krizler ortaya çıkar. Tüketim krizleri yanında, üretim, taşımacılık, dağıtım (pazarlama anlamında) krizleri de görülmektedir. James Beniger'in 'Kapitalizmin Kontrol Krizleri' adını verdiği bu krizlerin aşılama boyutu sistemin değişim değerini temel almasıdır (Geray, 2003: 29). Üretimin ve dağıtımın kitlesel boyuta ulaşması, talebin ve tüketimin kontrolü olmaksızın tam anlamıyla gerçekleştirilemez. Böylesi bir kontrol de, ürünlere yönelik talebin arttırılmasını/kışkırtılmasını ve devam etmesini sağlayacak bir biçimde, izleyicilere mal ve hizmetler hakkında enformasyonu iletmeyi; aynı zamanda izleyicilerin tüketim davranış, eğilim ve tercihleri konusunda bilgi toplamayı, yani kontrol edilenden kontrol edene tersine geri beslemeyi gerektirmektedir. Bugün reklamcılıkla ilişkilendirdiğimiz pek çok iletişim ortamı, kontrol devriminin başlangıcından bu yana, kitle tüketiminin kontrolü amacıyla kullanılmaktadır. (Geray, 2003: 33)

Kapitalist sistem, kontrol krizlerini yaşamamak ya da en aza indirmek için türlü yollar denemektedir.

2 Ticarete liberalizasyonu bütün dünyada, ekonomik bir norm olarak egemen kılmayı amaçlayan ve GATT müzakerelerine taraf ülkelerin onayıyla 31.12.1994'te yürürlüğe giren Dünya Ticaret Örgütü (WTO) Kuruluşa Anlaşması ve Ekleri (kısaca 'Uruguay Turu Nihai Senedi' olarak anılan anlaşma, TBMM tarafından 26.1.1995 tarih ve 4067 sayılı yasayla onaylanmış ve 31.12.1994 tarihi itibarıyla yürürlüğe girmiştir. Bu anlaşma ve ekindeki 'Ticaretle Bağlantılı Fikri Mülkiyet Hakları Anlaşması' için bkz. Resmi Gazete, 25 Şubat 1995, Mükerrer Baskı.

Öncelikle üretim, dağıtım, iletişim vb. teknolojileri bu yönde geliştirmekte; siyasi, sosyal, kültürel ortamı düzenlemekte; ekonomik faaliyetler alanını -40'lı yıllarda Bretton Woods, 90'larda MAI ve Uruguay Turu Nihai Senedi vb.- uluslararası anlaşmalarla pürüzsüzleştirmenin yollarını bulmaya çalışmaktadır. Günümüz iletişim teknolojileri ise sisteme sağladığı mükemmel denetim olanaklarıyla, sermayenin küreselleşmesinin teknolojik altyapısını oluşturmaktadır. İletişim teknolojileri hem sermayenin gizli bilgilerini kapalı devre bir aktarımla küreselleştirmekte, hem de açık bilgileri yine küresel çapta kitleselleştirmektedir. Bilgi kırıntılarıyla süslenmiş enformasyon bombardımanı ile toplumsal kontrole yardımcı olan medya, ürettirip biçimlendirilen ve dolaşıma sokulan iletilerle toplumu da biçimlendirmektedir. Yani McLuhan'ın "teknolojiler yalnızca insanların kullandığı icatlar değildir, insanları yeniden icat eden araçlardır" (Özgen, 2011: 94) dediği anlamda bir karşılıklı etkileşim vardır. Frankfurt Okulu da kitle medyasını bu etkileşim üzerinden eleştirmekte ve 'kitle medyası tarafından standartlaştırılmış ürünlerin aynı standartlıkta bireyler oluşturacağını' (Özgen, 2011: 94) öne sürmektedir.

1. Medya ve Toplumsal Kontrol

Sistemin, 2. Dünya Savaşı sonrası yoğunlaşan, 'sermayenin birikimini maksimuma çıkarma ve bu sermaye birikiminin toplumsal yapı ve kurumlara egemen olması' anlayışı ve sistemin 1970'lerde yaşanan ekonomik kriz sonrası yeniden yapılanma sürecine girmesi sonrasında zorunlu hale gelen toplumsal kontrol, yeni düzeni destekleyen toplumsal yapıları güçlendirmeyi gerektirmiştir. Bu yapıların en etkilisi olan kitle iletişim araçları, teknolojileri geliştirilerek kitleselleştirilmiş ve dünyayı Armand Mattelart'ın 'gezegen köy'üne veya Marshall McLuhan'ın 'küresel köy'üne dönüştürecek güce erişerek medya adını almıştır. Pierre Bourdieu'nün 'enformasyonun dögüsel dolaşımı' diye adlandırdığı bir tekdüzelik içinde yayınlarını sürdüren medya "söyleminin homolojik etkisiyle, toplumsal dünyada birikmiş nitel farkları yok ederek, genelleştirilmiş ve yüzeysel tek tip düşüncelerin ve basamaklılığın egemen bir değer olarak kutsanışına yol açarak" (Köse, 2004: 71) toplumdaki kültürel çeşitliliğin yok edilmesini sağlamıştır.

Neoliberalizmin etkin olduğu bu yeniden yapılanma döneminde öncelikle medya başta olmak üzere birçok alanda kamu hizmeti ve kamu yararı anlayışı terk edilmiştir. Yeni düzenin etkin silahı medya, magazinleşme, tekelleşme ve uluslararasılaşma eğilimleri göstermiş ve bunun sonucunda alternatif medya olanakları zayıflamıştır. Bu süreçte, medya yöneticilerinden oluşan yeni bir sınıf yaratılmış ve bu sembolik seçkinler, medyanın ideolojik işlevlerine yeni bir boyut getirmiştir. Bütün bunlar, toplumsal eşitlik ve özgürlük gibi temel değerler üzerinde aşındırıcı bir etki yapmıştır. (Şen ve Avşar, 2012: 43) Bugünün kapitalist iktidarı, iletişim teknolojileri vasıtasıyla, insanları başka bir dünyanın var olmadığına inandırdığı ölçüde devamlılığını sağlamaktadır. Mchesney ve arkadaşlarının da vurguladığı gibi "Gerçekte kapitalist bir toplum, çoğunluğun demoralize ve depolitize edildiği koşullarda en iyi biçimde işler; yani toplum, gerçekleştirilmesi mümkün olan iyi bir dünyanın oluşması için gerekli toplumsal değişim umudundan vazgeçtiği, bu nedenle kamusal yaşamı göz ardı ettiği ve toplumsal piramidin en üstünde yer alan tüm kararları terk ettiği noktada faal hale gelir. Financial Times'in tespit ettiği gibi, kapitalist demokrasinin başarıya ulaşması 'ekonominin politikasızlaştırılması' ile mümkündür." (McChesney, vd. 2003: 26) İktidar, devlet-vatandaş arasındaki ilişkileri, bireyin mevcut durumu kaderiymiş gibi algılamasını sağlayarak doğallaştırmıştır. Sonuçta, bireyler statükonun kendi aleyhlerine olacağını bilse de, bunu kaderci bir yaklaşım içinde "kabul" etme eğilimi taşırlar (Damlapınar, 2002: 69).

Medyanın farklılıkları yok ederek, küresel benzeşme yarattığı bu evrede en fazla yozlaşma kültür alanında görülmektedir. Çünkü toplumu denetleme, yönetmenin en etkili yolu kültür emperyalizmiyle yerel kültürü değişime uğratmaktır. Özellikle, 70'li yıllarda akademik anlamda tartışılmaya,

araştırılmaya başlanan popüler kültür ise, küresel kültürün yansıması olarak, bu değişimde en büyük rolü oynamıştır. Kısaca, “kentteki gündelik yaşam kültürü” olarak nitelendirilen popüler kültür sahası, kapitalizmin ideolojisini içinde barındırır ve bu sistemin devamı için çalışarak, toplumu tüketime özendirir. Popüler kültür, sanayi sonrası toplumların -üretimin çeşitlenmesi, üreticilerin çoğalması, rekabetin artması gibi etkenler dolayısıyla- kontrol altında tutulma zorunluluğu sonucu doğmuştur. Talebin önceden kestirilebilir ve sürekli olması, yatırımların riskinin azaltılması üreticiler için son derece önemlidir. Bu da ancak talebin güdülenmesiyle sağlanır. İletişim teknolojilerinin gelişmesi, kitlenin talebin artmasını ve kontrolünün kolaylaşmasını sağlar.

Pek çok yazar, popüler kültürün en önemli görünümü olan kitleleşmiş serbest zaman etkinliklerinin başlangıcı olarak, Roma İmparatorluğu dönemini vermektedir. Roma’da cumhuriyetin çöküntüye uğramasıyla kurulan imparatorluk, siyasal ve kültürel bozulmaya neden olmuştur. Tıpkı, aydınlanmanın getirdiği demokrasi ve eşitlik anlayışının, yerini modern dönemde kitle toplumuna bırakması gibi, “Ekmek ve Sirk” de demokrasinin tam karşısına dönüşmesinin sonucunda ortaya çıkmıştır. “Ekmek ve Sirk” formülü, Roma İmparatorluğu döneminde, çalışmayan kitlelerin anarşiye kaymamaları için devlet tarafından beslenmelerini, barındırılıp eğlendirilmelerini sağlamak üzere uygulanmaktaydı. (Aydoğan, 2000: 140) Günümüzde de popüler kültür, bireyleri tüketime yönlendirmenin en kolay yoludur ve bunu, eğlence, haz ve zevk dünyasının kapılarını açarak ve insanların bu kapıdan girip, kendilerini ve gerçekliği unutmalarını sağlayarak yapar. Toplumların medya yoluyla bilgilendirilmekten çok, eğlenceye boğulması, bilginin eğlenceyle harmanlanarak gerçeklerin gizlenmesi bugün de geçerli olan bir tutumdur. Halkın gündemini değiştirerek, bilgi boşluğu yaratarak, gerçekleri çarpıtarak toplumsal bir bilinçsizlik ortamına neden olan medya, halkın olup bitenin farkına varmasını ve sorgulamasını engellemek için her türlü yolu denemektedir.

Boetie (1995: 49), eğlenceyle uyutulan halkların düştüğü durumu şöyle betimliyor:

“Tiyatrolar, oyunlar, gösteriler, acayip hayvanlar, madalyonlar, tablolar ve diğer uyuşturucular eski halklar için kulluklaşmanın yemi, özgürlüğü yitirmenin bedeli, tiranlığın araçlarıdır. Eski tiranlar bu çareyi, bu uygulamayı, bu yemleri uyrukları boyunduruk altında uyutmak için kullanırlardı. Böylece gözlerinin önünde olan bu eğlenceliklerini güzel bulup onlardan hoş bir haz alan aptallaştırılmış halklar, küçük çocuklar gibi, fakat onlardan daha kötü bir biçimde, budalaca hizmet etmeye alıştırlardı; çünkü küçük çocuklar hiç olmazsa minyatürlerle süslü kitapların parlak resimlerine bakmak uğruna okumayı öğrenirlerdi.”

2. Haberin Toplumsal Kontrol Sağlamadaki İşlevi

Birey üzerinde yoğun bir tüketim baskısı uygulayan kapitalist sistem, bu gücünü tüketiciye hissettirmeden, en hoş, en eğlenceli, en rahat şekilde medya üzerinden kurar. Medyada yer alan reklamlar açık bir tüketime çağrı alanlarıdır. Reklamlarda doğrudan hedef kitlenin o ürünü alması öğütlenir. Ancak reklam her zaman hedefine ulaşmayabilir. Çünkü insanlar artık günde yüzlerceyle karşılaştıkları reklamlardan sıkılmaya, onlardan etkilenmemeye başlamışlardır. Reklamı algıladıkları an o ortamı terk etme –televizyon ise kanalı değiştirme, gazete ise sayfaları atlama vs.- yolunu seçmektedirler. Öyleyse kapitalist sistemin yeni bir yöntem gereksinimi vardır ve bu yöntem çok geçmeden keşfedilir: Haberler.

Gerçeği yansıttığı varsayılan haberler, medya tüketicisinin en çok etkilendiği medya içeriğidir. Eşik

bekçilerinin haberi seçerken göz önüne aldıkları haber değerlerinde yanlış davranmaları toplumun yapısını olumsuz yönde etkiler. Uluslararası çıkar çevrelerinin olumlu yönleriyle haberlere fazlaca konu olması toplumun bu çevrelere karşı olan tavrını yumuşatabilir. Böylelikle bu çevrelerin ürünleri, düşünceleri toplumda kolayca kabul görür.

Van Dijk (1999: 367), haber değeri anlayışını "seçkin kimselere, örgütlere ve uluslara medyada yeğlenimsel bir yer verilmesini sağlayan ve böylece bunların iktidarlarının tanınması ve meşrulaştırılması sonucunu doğuran ideolojik ve mesleki ölçütler" diye tanımlayarak, bu değerlerin bilinçli olarak yaratıldığı izlenimini uyandırmaktadır. Bu da bizi, bilinçli olarak oluşturulan haber değerlerinin eşik bekçilerinin işini kolaylaştırdığını ve sunulan haberlerin seçimini meşrulaştırdığını, düşünmeye sevk etmektedir. Nitekim yapılan bir çok araştırma medya yöneticilerinin, haber seçiminde, mesleki ilkelerden çok iktidarın, reklamverenin ve medya sahibinin çıkarlarıyla örtüşen haberleri tercih ettiklerini ortaya koymuştur. Yöneticiler için "neyin haber olduğunu değil, neyin haber olmadığını" bilmek daha önemli hale gelmiştir. Patron bir özelleştirme ihalesine girmişse, işçilerin özelleştirme karşıtı gösterilerini haberlerine yansıtmak yöneticinin işini kaybetmesine neden olmaktadır. Bu nedenle özellikle 1990 sonrası Türk medyasında bilgilendirici habere rastlamak zorlaşmıştır (Tılıç, 2001: 62-63).

Güç/İktidar ilişkileriyle örülü toplumsal alana ilişkin anlam çerçeveleri oluşturan ve mevcut güç/ iktidar ilişkilerini yeniden üreten haber metinleri, bu egemen ilişkileri sorgulayan ve eleştiren bir içerikten yoksundur. Ana akım medyanın hak ihallerini haber yapmaması ve madunları (yoksulları, kadınları, çocukları) temsil etmemesi demokrasilerde medyanın kamusal sorumluluğu üzerinde düşünmek için tartışılması gereken temel sorunlardır. Ekonomi haberlerinde sendikalar, işçi hakları, sosyal güvenlik, yoksulluk gibi konular yerine iş ve finans dünyası, kamu-özel sektör işbirliği gibi daha çok sermaye kesimine yönelik konulara yer verilmektedir. Ekonomi haberlerinin çerçevesi, medyanın ekonomik ve sosyal haklara odaklı çoğulcu ve eşitlikçi bir anlayışı dışladığını ve neoliberal ideoloji ile uyumlu olduğunu göstermektedir (Şen ve Avşar, 2012: 43).

Gelişmiş kapitalist demokrasilerde, medya sahipliği önemlidir. Medyanın tek bir güç eline geçmesi yasalarla sıkı denetim altına alınmış ve engellenmiştir. Devlet medyaya sahip olamaz, yönetici sınıfın bir bölümü medyayı denetimi altına alamaz, özel sermaye tek başına medyada tekelleşme yoluna gidemez. Buna rağmen yine de medya egemen ideolojinin etkisinden kurtulamamaktadır. Çünkü "kitle iletişim araçları karmaşık söylemler içinde ayarlanmış, iletilerin ve işaretlerin üretimi için toplumsal, ekonomik ve teknik bakımlardan örgütlenmiş aygıtlardır" (Erdoğan ve Alemdar, 2002: 404-405).

Hackett "Bir Paradigmanın Sonu: Haber Medyası Çalışanlarında Yanlılık ve Nesnellik" adlı makalesinde "Haber Gerçeği Yansıtılabilir mi?" sorusundan hareketle haber metinleri içinde, gazetecilerin 'yansız' sunum biçimlerinin ve dengelilik ilkesinin nasıl bir ideolojik yeniden üretime yol açtığı tartışır. Yazara göre, gazetecilerin dengelilik ilkesi üzerinde çok fazla durması, haberi, ardındaki ideolojik çerçeveyi gözlemekte daha da etkin bir hale getirmesi bakımından boş bir çabadır. "Televizyon haberlerinin yansızlık ve tarafsızlığı verme biçimi, ardında yatan ideolojik önermeleri gizlemeye hizmet eder. Çatışan politikacılar arasında dengeliliğin sağlandığı görüntüsü ve sorunun farklı taraflarının sunum biçimi, izleyicinin dikkatini, konunun neden bu biçimde ele alındığını ve hatta neden bunun bir 'sorun' olduğunu ve neden bu kişilerin (üst kademe bürokratlar ve politikacılar) sorunu tanımlama hakkına sahip olduğu gibi sorulardan uzaklaştırır" (İnal, 1995: 69).

Medya, içerikleriyle bireyin algısını yönlendirip, onu tüketime zorlarken, içeriğin yerleştirilme

teknîği de aynı amaca hizmet eder. Algı profesyonelleri tarafından oluşturulan, televizyon ve radyo program akışı, gazete mizanpajları dinleyici, izleyici veya okuyucunun medya içeriğini tüketirken, aynı zamanda kapitalist üretim sisteminin ürünlerini tüketmeleri için bölünür, parçalanır, bu bölünmeden, parçalanmadan kaynaklanan boşluklara reklamlar sıkıştırılır.

Herbert Schiller, medyanın tüketime yönlendiren bölünmüşlüğü şöyle açıklamaktadır: “Enformasyon iletiminde görülen bölünmüşlük, tüketim ekonomisinin her boşluğu reklamlarla doldurma ihtiyacının bir sonucu olarak yoğunluk kazanmaktadır. Bölünmüşlük veya odaklama, enformasyon ve haber akışında sıkça kullanılan bir format olarak karşımıza çıkmaktadır. Radyo ve televizyonlarda birbiriyle ilgisi olmayan yığınla haber, makinalı tüfek hızında okunmaktadır. Gazeteler, haberlerini sayfaları arasına rastgele serpiştirmektedirler; ya da kim bilir gizli bir kurala göre sayfalarını düzenlemektedirler. Dergilerde ve gazetelerde haber bir tek sayfada verilmemekte, parçalanıp birkaç sayfaya bölünmekte, böylece okuyucunun sayfaları karıştırıp reklamlara gözünün takılması sağlanmakta. Radyo ve televizyon programları reklam yayımlayabilmek için sık sık kesilmektedir” (Schiller, 1993: 43).

Söylemsel iktidar gerçekliğin oluşturulmasını ve oluşturulan bu gerçekliğin toplumsal olarak yayılmasını amaçlamaktadır. Dolayısıyla oluşturulmak istenen sınıf çıkarlarını gözetken bir iktidar değil de, gerçekliği denetim altına almaya çalışan bir iktidar yapısı olduğu düşünülebilir. Haber söylemi yoluyla dolaymlanan ideoloji, toplumsal yapıdaki başat değerleri yansıtmaktadır. Toplumsal bilinçte değişiklik yaratabilecek ve bireyleri başat düzene karşı güdüleyebilecek düşüncelerin marjinal olarak nitelendirilmesi ya da yeteri kadar yer verilmemesi de bu görüşü desteklemektedir. Yoğun ve farklı bilgiler içeriyor gibi görünen haber iletilerinin, içerik bakımından büyük oranda benzerlik göstermeleri demokratik çoğulculuk açısından ciddi bir tehlike oluşturmaktadır (Ergül, 2000: 110).

Bazen bilerek, bazen bilmeyerek iktidarın oyununa gelen gazeteci, oluşturduğu yalan yanlış haberlerle toplumun gerçeklik algısıyla oynamaktadır. İktidar yapıları, toplumun gerçeklik algısını medya yoluyla bozmaya, böylelikle gerçek dünyanın yerine ikame bir dünya yaratmaya çalışmaktadırlar. Böylelikle yaratılan (-miş) gibi dünya insanları sistemin içinde tutmaya yardımcı olmaktadır. Bu dünyada yaşayan insanlar, medya iletileriyle aptallaşan, tektipleşen, yabancılaşan, bilgisizleşen insanlardır. Toplum üzerinde bu etkileri oluşturabilmek için kullanılan ve haberin gerçeklik yapısını bozan çeşitli yöntemler vardır. Bu yöntemler bazen kaynak tarafından tek taraflı olarak bazen de kaynak ve gazetecinin ortaklığıyla işlerlik kazanır.

Bu yöntemlerin en bilineni propaganda olarak da tanımlanan dezenformasyondur. Dezenformasyon, başka ulusların ya da kamuoyunun yanıltılması için, devletten veya özellikle istihbarat servislerinden alenen veya sızdırma biçiminde kasten yapılır (<http://en.wikipedia.org/wiki/Disinformation>) ve kitleleri gerçek hakkında yanıltma amacı taşıyan, eksik ve yalan bilgi yaymadır. Yanlış ve hatalı bilgi verme olarak tanımlanan misinformation (<http://en.wikipedia.org/wiki/Misinformation>) ise gazetecilerin kasten olmasa bile yetkililerin yanıltması sonucu yanlış bilgi vermeleri olarak anlaşılabilir.

Robert Fisk, misinformation kavamını Irak'tan verdiği örneklerle açıklamaktadır: “BBC, 17’si “embedded” olmak üzere 35 gazeteciyle Irak’ta. Amerikan kanallarından ve haber ağlarından ise yüzlerce gazeteci var. Ama hepsi, istediklerini yazma özgürlüklerini kaybetmişler. Sansür var. Ve, çoğu İngiliz ve Amerikalı gazeteci, cepheyi görmediği halde, akşam haberlerinde sergileyecekleri tiyatro gösterisi için askeri kıyafetlerini giyip, kamera karşısına geçiyorlar. Birçok Amerikalı medya organizasyonu, yayınlarını savaşın başından itibaren Kuzey Irak’taki Kürt bölgesinden yaptığı halde, yayınlarının Bağdat’tan yapıldığı izlenimi veriyor. Çoğu fotoğraf kurgu. Açık ve poz, (minders) algı yöneticileri tarafından ayarlanıyor” (Fisk, 2003).

ABD'nin Irak Savaşına paralel yürüttüğü propaganda işini üstlenen ve Körfez Savaşında da aynı işi yapan Rendon Group adlı danışmanlık şirketi yetkilisi John Rendon, yaptıkları işi 'Algı yönetimi' olarak tanımlıyor ve özellikle savaş haberlerini tasarladıklarını(!) belirtiyor. İkinci Dünya Savaşından bu yana "algı yönetimi" yöntemi üzerinde çalışan Pentagon ise yaptıkları işi "duygularını, güdülerini ve muhakemelerini etkilemek amacıyla, yabancı izleyicilere, seçili enfomasyonu ve sinyalleri taşıyan ya da inkar eden faaliyetler" olarak tanımlıyor. Algı yönetimi, farklı durumlarda gerçeğin gösterimini, operasyonların güvenliğini, aktarmayı, aldatmayı ve psikolojik hareketleri birleştiriyor (Kaya, 2005: 15).

Bir halkla ilişkiler yöntemi olan algı yönetiminin en kolay yapıldığı ya da yayıldığı ortam medyadır. Bu nedenle Pentagon bütün operasyonlarında öncelikle medya mensuplarının yönlendirilmesi üzerinde durur. Son yıllarda gündeme gelen "embedded" (iliştirilmiş) gazetecilik şekli de Pentagon'un bir buluşudur. Gazetecileri kontrol etme, yönlendirme ve yanıltmanın en etkili yolu olan iliştirilmiş gazetecilikle, gazetecinin kendi topladığı bilgileri değil, yetkililerin verdiği bilgileri, onların izin verdiği ölçüde aktarması sağlanır.

Bir diğer yöntem olan euphemism, konuşmacı veya ileti tasarımcısı tarafından bilinçli olarak, dinleyiciyi, izleyiciyi ve okuyucuyu daha az rahatsız edici, mutluluk verici, olumlu sözcük seçilmesidir. Bu bazen gerçeğin gizlenmesi amacıyla kullanılabilir. Gerçekler değil de toplumun duymak istedikleri veya ileti tasarımcısının vermek istediği anlamı yüklenen sözcükler özellikle seçilir.

Tarafli bakış açısı veya çarpıtma olarak da çevirebileceğimiz 'distortion' ise haberde gerçekliğin bozulmasını sağlamada kullanılan başka bir yöntemdir. Özellikle dış haberler alanında kullanılan tarafli bakış açısında, dünya haber dolaşımının yüzde 95'ini elinde bulunduran Batı merkezli medya organizasyonlarının verileri üçüncü dünyayla ilgili sahip oldukları önyargılar nedeniyle veya ülkelerinin çıkarları doğrultusunda çarpıtması söz konusudur.

Bu kavramlar, 1975'te Vietnam Savaşı sonunda, Saygon'un düşmesiyle Amerikalıların yaşadığı paniğin televizyon ekranlarına yansmasıyla önem kazanmıştır. Amerikan İmparatorluğu kaybolan prestijini tekrar kazanmak için bundan sonraki hareketlerde öncelikle medyayı denetim almak istemiştir. Bu yüzden artık küresel medya Amerikan askerinden daha disiplinli olarak küresel iktidara hizmet etmektedir.

Basın ve diğer iletişim araçları genel olarak 'bilgi dolaşım sürecini' gerçekleştiren araçlardır. İletişim araçlarının bilgi dolaştırma süreci bireyin ve dolayısıyla toplumun bilgilenebilmesini, üretimini sağlar. Bireyin bilgilenebilmesinden korkmayan, çağdaş demokratik siyasal sistemler, çoğulcu, uzlaşmacı, saydam yönetimlerdir. Böyle bir siyasal sistemin oluşturulmasının "olmazsa- olmaz" koşulu, sağlıklı "bireysel ve toplumsal bilgilenebilme" sisteminin oluşturulmasıdır (Özek, 1999: x).

Edward Herman ve Robert McChesney'nin birlikte yayınladıkları "Global Medya: Kurumsal Kapitalizmin Yeni Misyonerleri" adlı kitap; günümüz medyasının iletişim teknolojisi alanındaki müthiş gelişime ve yayın organlarındaki büyük çeşit zenginliğe rağmen, mülkiyetin küçük bir azınlığın elinde bulunması nedeniyle oluşan siyasal-ideolojik-mali bağımlılık yüzünden; yurttaşları özgürce bilgilendiren bir araç olmaktan çıkıp neoliberalizmin sıradan ve yüzeysel bir propaganda aracı haline geldiği vurguluyor. Çok övülen "bilgi toplumu" efsanesinin ise aslında bilgisiz, dolayısıyla da bilinçsiz yurttaş oluşturmaya hizmet eden bir ortam olduğunu gösteriyor (Duran, 1999: 14).

3. Bio-Haber Talebi

Ramonet (2000: 32-33) de medya içeriklerinin demokrasiyle ilişkisini şöyle anlatıyor: “Özgür bir ülkede yaşamak, ifade, basın yayın, düşünce, toplanma, görüşme ve tartışma haklarına saygı duyan bir politik düzen altında yaşamak demektir. Bu hoşgörüyü bizler öylesine mucize gibi yaşıyoruz ki, adına ‘demokratik sansür’ denebilecek yeni bir sansür biçiminin gizlice uygulamaya konduğunu görmeyi ihmal ediyoruz. Bu yeni sansür, otokratik sansürün tersine, verilerin kesilmesini, kaldırılmasını, atılmasını, yasaklanmasını değil; tersine, haberlerin birikmesini, doyum noktasına ulaşmasını, aşırılışmasını, aşırı ölçüde bollaşmasını temel alıyor. Böylece enformasyon bolluğu içinde boğulan gazeteci esas olanı gözden kaçırıyor. Üstelik artık haber aramasına gerek kalmıyor, haberler onun ayağına geliyor”.

Tüketimin demokratik bir hakmış gibi sunulduğu günümüzde sansür bile anlam bozumuna uğramış Ramonet’in kullanımıyla ‘demokratik sansür’e dönüşmüştür. Artık haklarımızın elimizden alınma biçimi bize -Orwell Dilinde “iyi”nin karşısının “yokiyi” yapılması gibi- kavramların içi boşaltılarak, anlamsızlaştırılarak pazarlanıyor. “İlimli İslam”, “İleri Demokrasi”, “Çözüm Süreci”, “Tüketimin Demokratikleşmesi”, “Demokratik Sansür” gibi daha birçok kavram, anlam karmaşası yaratarak, anlamı yumuşatarak, anlamsızlaştırarak kendini kabul ettirmekte. Haber dilinin ideolojik yapılanmasını oluşturan bu ve benzeri kavramların artık haber diline iyice yerleşmesi, Ignacio Ramonet’in “gazeteciliğin doğasına, amacına uygun, çarpıtılmamış, eksiltilmemiş bilgiler içeren, bilgilendirici, bilinçlendirici haber” olarak tanımladığı “Bio-haber”e ihtiyacı arttırmıştır.

Ramonet, kapitalist sistemin küreselleşmesine bağlı olarak medyanın sahiplik yapısının, teknolojisinin ve ideolojisinin değişmesi sonucu içeriğinin tamamen bozulmasının önüne geçilmesi gerektiğini belirterek, tek çıkar yolun, halkın bilinçlenmesi ve beşinci güç olarak sesini yükseltmesi olduğunu vurgulamaktadır. Yani medyada bio-haber görmek istiyorsak, bunu birilerinin bize bir lütuf olarak sunmasını beklemek yerine, bizim kendimizin talep etmesi gerekmektedir. Medya ekolojisinin tekrar düzeltilmesinin toplumların uygulayacakları yaptırımlarla gerçekleşebileceğini öne süren Ramonet (2004: 6), haberin ilk haline dönmesi gerekliliğini ve bio-habere duyulan gereksinmeyi şöyle açıklıyor:

“Bilgi o kadar bollaştı ki, küreselleşmiş dünyamızda artık neredeyse beşinci elemente dönüştü. Ama aynı zamanda insanlar haberin de gıda gibi kirletildiğinin farkına varmaya başladılar. Haberler kafamızı zehirliyor, beynimizi kirletiyor, bizi manipüle ediyor ve bize ait olmayan fikirleri bilinçaltımıza yavaş yavaş işliyor. Bu nedenle şimdi yalan selinin içinden gerçek haberleri seçip çıkarmak için bir “haber ekolojisi” tasarlamamız gerekiyor. Bu durumun dehşetini Irak’ın işgali sırasında bir kez daha çok açık biçimde görebildik. Haberleri temizlemeye ihtiyacımız var: Bugün nasıl daha az zehirli “bio” yiyecek satın alabiliyorsak, bir çeşit “bio” haberlere de ulaşabilmeliyiz. Yurttaşlar, global grupların sahip olduğu medyadan gerçeğe saygı göstermelerini istemek için harekete geçmelidir. Çünkü haber yalnız gerçeğin araştırılmasıyla ilgilendiği zaman meşru olur”.

Medyanın içeriğinin iyileştirilebilmesi için öncelikle medya organizasyonunun yapısının değiştirilmesi gerekmektedir. Noam Chomsky’nin 1995 yılında Immediat Bildirgesi’nde belirttiği gibi, medya sermaye ve siyasi iktidarın elinden alınarak, ait olduğu yere halkın denetimine verilmelidir. Ancak toplumda bir bilinçlenme olmadan bunun gerçekleşmesi ne yazık ki mümkün değildir. Medya ekolojisini etkileyen, bozan, parçalayan çeşitli etkenler vardır. Bu etkenlerin

etkilerinin minimuma indirilmesi için herkese görev düşmektedir. Bio-habere ulaşmak için yapılması gerekenler şunlardır:

- Akademisyenler medyanın toplumsal etkilerini ciddiye alıp, bu konu üzerinde bilimsel çalışmalar yapmalı ve bunu yetkililerle paylaşmalıdır.
- Devletin üst kademesinde bulunan, hukuki yaptırımları düzenleme yetkisine sahip politikacılar, (oy kaygısına düşmeksizin) akademisyenlerin yol göstermesiyle medya hukukunu yurttaş lehine olacak şekilde tekrar oluşturmalıdır.
- Sivil toplum örgütleri, akademisyenler, eski gazeteciler ve kamu görevlileri hep birlikte medya okuryazarlığını artırıcı, yurttaşları bilgilendirici, bilinçlendirici ve harekete geçirici seminerler düzenlemelidir.
- Yurttaşlara düşense, bugüne kadar olduğu gibi kendisi için en iyi düzenlemenin birileri tarafından yapılacağı ve kendisinin hazırda konacağı beklentisini bırakması ve medyanın düzenlenmesi için talepte bulunmasıdır. Sesini yükseltmelidir. Ne verilirse tüketmek yerine, ne istediğini açıkça haykırmalıdır.
- Halen bir işi olup da çalışan gazetecilerin ise, medyadaki bu kirlenmenin, yozlaşmanın günü geldiğinde kendisini de yok edeceğinin bilincine varması ve sermayenin kalemşörlüğünden vazgeçip, toplumun tarafında yerini alması gerekir.

Sonuç

Dünyaya ait haberlerin bilgisinin neredeyse tamamını Batı kaynaklı haber merkezlerinden alan ve sahiplik yapısının neredeyse yüzde 90'ını uluslararası medya kuruluşlarına kaptırmış olan yerel medyadan tarafsızlık, doğruluk, farklı bir ses beklemek ne kadar gerçekçidir, tartışılır. Üstelik yeni üretim ve birikim rejimlerinin, ulusları küresel çapta ortak değerler, anlamlar etrafından toplamayı dayattığı bir dünyada.

Türk medyasının son yıllardaki durumuna baktığımızda siyasi iktidar karşısında ne kadar pasif olduğunu görmemek mümkün değildir. Başbakanın her olay sonrasında medyaya çatması, medya patronlarını çalışanlarına sahip çıkamamakla suçlaması, medyayı yandaş ve diğerleri diye kutuplaştırması, ciddi bir olay yaşandığında hemen ardından yayın yasaklarının getirilmesi, Türk medyasının 1980 sonrası yaşadığı değişimin sonucudur.

Uluslararası güçlerce değiştirilen, gelişmemiş ülke medyalarının kaderini paylaşan Türk medyası, Batı medeniyetinin kendinden başkasına yaşam hakkı tanımayan, Doğuya ait olanın da bir değer olabileceğini kabul etmeyen yaklaşımının kurbanı olmuştur. Siyasi iktidarımız da, ne yazık ki her şeyi denetimi altına alma hırsıyla küresel güçlerin gözünden kaçanı yerle bir etmiştir. Neticede geleneksel medyanın, "bio-haber üretimini gerçekleştirmede ne kadar katkısı olabilir?" diye sorguladığımızda, "hiçbir katkısı olamaz" sonucuna varmamız şaşırtıcı olmaz. Ancak yine de küresel iktidarın "Başka dünya yok, elinde olanla mutlu olacaksınız" dayatmasına kanmamak ve şartları zorlamak gerekmektedir. Her şeyi devletten bekleme alışkanlığına sahip bir ulus olarak, bu sefer işin bize düştüğünü ve biz istemezsek hiçbir şeyin değişmeyeceğini bilmemiz gerekiyor. Bu nedenle, akademisyenler, sivil toplum örgütleri ve bizzat yurttaşların kendisi, medyanın sosyal sorumluluklarını yerine getirmesini talep etmelidir.

Siyasi iktidarımız da şunun farkına varmalıdır ki; iktidar, yönetecek bir kitle varsa güçtür, keyiftir. Karşılıklı etkileşim içerisinde bulunduğu zaman iktidar, gücünü hisseder. Tepkisiz, duyarsız, sessiz bir kitle karşısında bir süre sonra iktidar da gücünü kaybeder. Sürekli yanlış, yalan, çarpıtılmış, içi boşaltılmış, anlamsızlaştırılmış bilgilerle yönlendirilmeye çalışılan, içeriği bozulmuş bir medyanın tek yönlü iletileriyle yıllarca karşı karşıya kalan toplum da tepkisiz, duyarsız, tektip, anti-sosyal, sessiz, uyuşuk bir yığın haline gelir. Her şeye karşı ilgisini kaybetmiş, haksızlıklara, çirkinliklere

tepki göstermeyen insanlardan oluşan toplum, iktidarın ihtiyacı olduğunda da tepki vermez, umursamaz ve iktidarın sonunu hazırlar.

Kaynakça

- Aydoğan, F. (2000). Medya ve Serbest Zaman. İstanbul: Om.
- Boetie, E. (1995). Gönüllü Kulluk Üzerine Söylev, Mehmet Ali Ağaoğulları (çev.), Ankara: İmge.
- Çam, A. (2013). "İktidar ve Özne Bağlamında Michel Foucault ve Judith Butler" <http://www.Academia.Edu/2532869/Iktidarveoznebaglamindamichelfoucaultvejudithbutler> Erişim Tarihi: 20.05.2013.
- Damlapınar, Z. (2002). "İktidar ve Kitle İletişim Araçları Üzerinden Rıza Üretimi: Teorik ve Ampirik Açından Kamusal Senaryo Süreci", Gazi Üniversitesi İletişim Dergisi, Sayı: 15, Issn: 1302-146x, Ankara.
- Duran, R. (1999). Burası Dünya Polis Radyosu! Global Medya Eleştirileri. İstanbul:Yapı Kredi.
- Erdoğan, İ.- Alemdar, K. (2002). Öteki Kuram, Ankara: Erk.
- Ergül, H. (2000). Televizyonda Haberin Magazinleşmesi. İstanbul: İletişim.
- Fisk, R. (2003). "The War Of Misinformation Has Begun" Lndependent, 16.03.2003, <Http://www.Commondreams.Org/Views03/0316-04.Htm>, Erişim Tarihi: 20. 06. 2011.
- Foucault, M. (1993). Cinselliğin Tarihi I. Cilt. H. Tufan (çev.), 2. Basım, İstanbul: Afa.
- Geray, H. (2003). İletişim Ve Teknoloji: Uluslararası Birikim Düzeninde Yeni Medya Politikaları. Ankara: Ütopya.
- Göker, A. (2001). "Bilim Ve Teknoloji Politikalarına Giriş İçin 'Enformasyon Toplumu' Üzerine Kavramsal Bir Yaklaşım Denemesi" <Http://Www.Inovasyon.Org/Pdf/Ayk.Mulkiye.Der.Ag.01.Pdf>. Erişim Tarihi: 23.05.2013.
- İnal, A. (1995). Bir İzleyici Gözüyle Siyaset Meydanı, Birikim Dergisi, Sayı:68-69.
- Kaya, M. (2005). Psikolojik Harekat Ve Algı Yönetimi, Akademi İletişim Dergisi, Yıl: 1, Sayı: 1.
- Köse, H. (2004). Bourdieu Medyaya Karşı, İstanbul: Papirüs.
- Mcchesney, R. W., Meiksins Wood, E. ve Foster, J.B. (2003). Kapitalizm ve Enformasyon Çağı, Ankara: Epos.
- Özek, Ç. (1999). Basın Özgürlüğünden Bilgilenme Hakkına, İstanbul: Alfa.
- Özgen, E. (2011). "Halkla İlişkiler Ve Yeni Medyanın İşaret Ettiği Sorunlar Üzerine Bir Tartışma" Global Media Journal, Bahar 2011, Cilt: 1, Sayı: 84-105.
- Ramonet, I. (2000). Medyanın Zorbalığı, İstanbul: Om.
- Ramonet, I. (2004). Beşinci Kuvvet, Varlık Dergisi, Yasemin İnceoğlu (çev.). Nurdan Akıner, Utku Uraz Aydın.
- Schiller, H. (1993). Zihin Yönlendirenler, Cevdet Cerit (çev.). İstanbul: Pınar.

Şen, F. - Avşar, Z. (2012). Türkiye'de Neoliberal Politikaların Haber Medyasına Yansımaları: Anaakım Medyanın Ekonomi Haberleri Üzerine Bir İnceleme, Gazi Üniversitesi İletişim Dergisi, Sayı: 35: 2147-4524.

Tılıç, L. D. (2001). 2000'ler Türkiye'sinde Gazetecilik Ve Medyayı Anlamak. İstanbul: Su.

Van Dijk, T. A. (1999). Söylemin Yapıları Ve İktidarın Yapıları, Medya, İktidar, İdeoloji, Mehmet Küçük (der.), Ankara: Ark.

Misinformation, <http://en.wikipedia.org/wiki/Misinformation>. Erişim Tarihi: 20.06.2011.

Disinformation, <http://en.wikipedia.org/wiki/Disinformation>. Erişim Tarihi: 20.06.2011.